

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ BİLİM DALI**

**POPÜLER BİR DİNİ SOSYALLEŞME ORTAMI OLARAK
SOSYAL MEDYA (FACEBOOK ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NECLA KÖYLÜ

KOCAELİ 2022

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ BİLİM DALI**

**POPÜLER BİR DİNİ SOSYALLEŞME ORTAMI OLARAK
SOSYAL MEDYA (FACEBOOK ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NECLA KÖYLÜ

Danışman Doç. Dr. Sefer YAVUZ

KOCAELİ 2022

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ BİLİM DALI**

**POPÜLER BİR DİNİ SOSYALLEŞME ORTAMI OLARAK
SOSYAL MEDYA (FACEBOOK ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Necla KÖYLÜ

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No:20.04.2022/11

KOCAELİ 2022

ÖNSÖZ

Teknolojinin hayatımıza daha çok entegre olmasıyla birlikte kişilerin dini sosyalleşmelerinde farklılıklar meydana gelmiştir. Temelde aile, eğitim, toplumsal çevre ile dini sosyalleşmesini gerçekleştiren bireyler artık kitle iletişim araçları ile bu ihtiyacı daha kolay ve etkili bir şekilde gerçekleştirmeye başlamıştır. Bunlardan modern bir sosyalizasyon aracı olarak ön plana çıkan Facebook en uğrak dini sosyalleşme mekânı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dinin hayatlarında büyük bir yer edindiği orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin geleneksel olanın aksine modern kitle iletişim araçları ile dini sosyalleşmelerini gerçekleştirdikleri, vakitlerinin çoğunu bu sosyal ağda geçirdikleri görülmektedir. Orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireyler gerek dini gönderiler gerek dini yazılar / ilahiler paylaşarak Facebook'ta aktif şekilde zaman geçirmektedir.

Çalışmamız giriş bölümünden sonra üç bölüme ayrılmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde, sosyalleşme, dini sosyalleşme, dini sosyalleşme araçları olarak aile, eğitim, toplumsal çevre ve kitle iletişim araçları başlıkları incelenmektedir. Ardından dini sosyalleşme safhaları olarak bireylerin geçirdikleri çocukluk dönemi, gençlik/ergenlik dönemi, ilk yetişkinlik dönemi, orta yetişkinlik dönemi ve son yetişkinlik dönemi incelenmiştir. İkinci bölümde, yeni iletişim teknolojileri, internetin tarihçesi, yeni medya, sosyal medya ve "Facebook" başlıkları incelenmiştir. Üçüncü bölümünde ise çalışmanın asıl amacını oluşturan orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin dini sosyalleşmesinde Facebook'un yeri, mülakat tekniğiyle incelenmiştir.

Çalışmamızı yürütürken katkılarını esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Sefer YAVUZ'a sabrı, desteği ve yol göstericiliği için çok teşekkür ederim. Ayrıca maddi ve manevi desteğini hiç esirgemeyen, her zaman bana destek olan arkadaşım Süveyda'ya ve mülakat yaparak görüşlerine başvurduğumuz bütün katılımcılara teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.TEORİK ÇERÇEVE	9
1.1.SOSYALLEŞME.....	9
1.2. DİNİ SOSYALLEŞME.....	11
1.2.1.DİN	11
1.2.2.DİNİ SOSYALLEŞME	14
1.2.3.DİNİ SOSYALLEŞME ARAÇLARI	17
1.2.3.1.AİLE.....	18
1.2.3.2.EĞİTİM	21
1.2.3.3.TOPLUMSAL ÇEVRE.....	22
1.3.DİNİ SOSYALLEŞME VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI.....	24
1.3.1.DİNİ SOSYALLEŞME SAFHALARI	25
1.3.1.1.ÇOCUKLUK DÖNEMİ VE DİNİ SOSYALLEŞME	27
1.3.1.2. GENÇLİK / ERGENLİK DÖNEMİ VE DİNİ SOSYALLEŞME.....	29
1.3.1.3. İLK YETİŞKİNLİK DÖNEMİ VE DİNİ SOSYALLEŞME	31
1.3.1.4. ORTA YETİŞKİNLİK DÖNEMİ VE DİNİ SOSYALLEŞME	31
1.3.1.5. SON YETİŞKİNLİK DÖNEMİ VE DİNİ SOSYALLEŞME	32

İKİNCİ BÖLÜM

2.YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE DİNİ SOSYALLEŞME	36
2.1.YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ.....	36
2.1.1.İNTERNET VE ETKİLERİ.....	37
2.1.1.1.İNTERNET VE YENİ MEDYA.....	39
2.1.1.2.İNTERNET VE SOSYAL MEDYA.....	40
2.1.1.3.İNTERNET VE SOSYAL AĞ.....	42

2.2.FACEBOOK VE DİNİ SOSYALLEŞME	43
---	-----------

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.DİNİ SOSYALLEŞME VE FACEBOOK	47
---	-----------

3.1.UYGULAMALI ARAŞTIRMA VE BULGULAR.....	47
--	-----------

3.1.1.ÖRNEKLEMİN OLGUSAL ÖZELLİKLERİ	47
--	----

3.1.2. GÖRÜŞME SORULARI VE BULGULAR	47
---	----

3.2.ORTA YETİŞKİNLİKTE DİNİ SOSYALLEŞME VE FACEBOOK.....	48
---	-----------

3.2.1. KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİK FORMATI VE TÜRÜ.....	48
--	----

3.2.2.KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİKLERİ “BEĞENME”, “YORUM YAPMA”, “DOĞRULAMA”	50
--	----

3.2.3. KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİKLERE KATILIM.....	60
--	----

3.2.4.KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİĞİ PAYLAŞMA DURUMU VE PAYLAŞMA SIKLIĞI.....	63
--	----

3.2.5. DİNİ İÇERİK PAYLAŞIM AMACI	67
---	----

3.2.6. DİNİ İÇERİKLERLE HAYATINA YÖN VERME	70
--	----

3.2.7. “SAYI”LI DUA PAYLAŞIMI İLE İLGİLİ TUTUMLAR	73
---	----

3.2.8.ÖZEL GÜN VE GECELERLE İLGİLİ PAYLAŞIMLARI.....	75
--	----

3.2.9. “CUMA KUTLAMA MESAJI” PAYLAŞIMLARI	79
---	----

3.3.SON YETİŞKİNLİKTE DİNİ SOSYALLEŞME VE FACEBOOK	82
---	-----------

3.3.1. KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİK FORMATI VE TÜRÜ.....	82
--	----

3.3.2.KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİKLERİ “BEĞENME”, “YORUM YAPMA”, “DOĞRULAMA”	84
--	----

3.3.3.KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİKLERE KATILIM	95
--	----

3.3.4.KARŞILAŞILAN DİNİ İÇERİĞİ PAYLAŞMA DURUMU VE PAYLAŞMA SIKLIĞI.....	97
--	----

3.3.5. DİNİ İÇERİK PAYLAŞIM AMACI	102
---	-----

3.3.6.DİNİ İÇERİKLERLE HAYATINA YÖN VERME	104
---	-----

3.3.7. “SAYI”LI DUA PAYLAŞIMI İLE İLGİLİ TUTUMLAR	106
---	-----

3.3.8.ÖZEL GÜN VE GECELERLE İLGİLİ PAYLAŞIMLARI.....	109
--	-----

3.3.9. “CUMA KUTLAMA MESAJI” PAYLAŞIMLARI	111
---	-----

SONUÇ.....	115
-------------------	------------

KAYNAKÇA	120
-----------------------	------------

EKLER.....	129
-------------------	------------

ÖZET

Gelişen teknolojiyle birlikte insanların temel ihtiyaçları arasına yerleşen iletişim ve iletişim araçları günümüzde evrim geçirerek dijital boyuta taşınmıştır. Gün geçtikçe hayatımızın vazgeçilmez araçları haline gelen dijital dünya, iletişimin yanı sıra toplumsal hayatın çeşitli boyutlarında da önem kazanmaya devam etmektedir. Bu çalışma, popüler bir sosyal ağ olan Facebook'un orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin dini sosyalleşmesindeki rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışmamız, nitel araştırma deseni ile yürütülmüştür. Bu çerçevede mülakat - derinlemesine görüşme-, gözlem teknikleriyle veri elde edilmiştir. 14'ü orta yetişkinlik ve 9'u son yetişkinlik döneminde yer alan 8 kadın 15 erkek olmak üzere toplam 23 kişiden oluşan örneklem grubuyla mülakat gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin dini sosyalleşmesinde diğer sosyal medya platformlarının yanı sıra Facebook'un önemli bir rolü olduğu görülmüştür. Ayrıca, orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin içinde bulundukları bu biyo-psiko-sosyal dönemler itibariyle dini hassasiyetlerinin artış gösterdiği, bununla birlikte Facebook başta olmak üzere dijital platformlarda daha fazla sosyalleştikleri söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Dini Sosyalleşme, Orta Yetişkinlik, Son Yetişkinlik, Sosyal Medya, Facebook

ABSTRACT

Communication and communication tools, which have become one of the basic needs of people with the developing technology, have evolved and moved to the digital dimension today. The digital world, which has become indispensable tools of our lives day by day, continues to gain importance in various dimensions of social life as well as communication. This study aims to reveal the role of Facebook, a popular social network, in religious socialization of individuals in middle and late adulthood.

Our study was carried out with a qualitative research design. In this context, data were obtained by interview -in depth interview- and observation techniques. Interviews were conducted with a sample group of 23 people, 8 women and 15 men, 14 of whom were in middle adulthood and 9 of whom were in late adulthood. As a result, it has been seen that Facebook, as well as other social media platforms, has an important role in the religious socialization of individuals in middle and late adulthood. In addition, it can be said that individuals in middle adulthood and late adulthood have an increase in their religious sensitivities of these bio-psycho-social periods, and they become more socialized on digital platforms, especially Facebook.

Key Words: Religious Socialization, Middle Adult, Late Adult, Social Media, Facebook

KISALTMALAR LİSTESİ

Akt.:	Aktaran
Bkz.:	Bakınız
Çev.:	Çeviren
Der.:	Derleyen
Ed.:	Editör
Vd.:	Ve diğerleri



Süveyda'ya



GİRİŞ

Din, sosyal bir gerçeklik olarak insan olan her yerde vardır (Sezen, 1998: 231; Akdoğan, 2013: 11). Dini hayat, insanın doğduğu ve içinde yaşadığı tabiat, mesken, aile, sosyal tabaka ve çevrelerden tamamen bağımsız değildir. Buna göre her toplumun dini yaşayışı, sosyal şartlar, gelişmeler ve değişmelere bağlı olarak farklı durumlar göstermektedir (Koştay, 1995: 109). Böylece din-toplum kavramları sürekli olarak karşılıklı etkileşim halinde olmuş, toplumun din üzerinde etkileri olduğu gibi dinin de toplum üzerinde etkileri olmuştur (Özdemir, 2017: 16). Ayrıca toplumsal değişmeler nedeniyle benimsenme eğrisinde zaman zaman zikzaklar görülse de insanlık tarihinin başlangıcından itibaren dinin, her zaman gündemde kalan konuların başında geldiği tartışmasızdır (Kurt, 2003: 397). Hatta denebilir ki dinin toplumda oynadığı rolü hiçbir fikir, felsefe ve ideoloji oynamamıştır. Çünkü bir inanç sistemi olarak din ferdin günlük hayatına girer (Sezen, 1990: 224) ve insanın tutum ve davranışlarını düzenleyen değerler manzumesinin belirleyicisi olarak çok önemli rolleri yerine getirir (Kirman, 2004: 61). Mesela doğumda, ad koymada, buluş çağında, evlenmede, ölümden sonra yapılan işlemlerde, hayatın önemli anlarında ve günlük hayatımızda sürdürülen birçok olay dinden gelir (Sezen, 1990: 224). Yani denebilir ki doğumdan ölüme kadar bütün faaliyetlerde belirli tavır ve katılımı sağlar (Sezen, 1998: 115). Dine inanan kişiler, toplumsal hayatlarında, dinin gereklerini, kurallarını normlarını ciddiyetle göz önünde tutmakta ve hareketlerini bunlara uydurmaktadır (Dönmezer, 1999: 240). Görüldüğü üzere dinin gerek birey gerekse toplumu çok derin bir şekilde etkilediği, şekillendirdiği, yönlendirdiği inkâr edilemeyecek bir realitedir (Bayyigit, 1994: 153). Bugün de din fenomeni, birey ve toplumlar üzerinde etkisini sürdürmekte, insanları grup veya topluluklar halinde bir arada tutan güç olarak kendini göstermektedir (Okumuş, 2009: 324).

İletişim insanlık tarihi ile başlayan bir olgu ve süreçtir. İnsanlığın var oluşundan bu yana insanlar çeşitli şekillerde birbirleriyle iletişim kurmuşlardır. Bilinen ilk iletişim şekli ilkel insanın birtakım sesler çıkararak ve işaretlerle yaptıkları iletişimdir. Mağara duvarlarına, taşlara ve kayalara resimler çizerek yaptıkları iletişim ise ilk şekilsel ve uzaktan iletişim türüne örnek olarak verilmektedir (Aziz, 2010: 21). Zamanla dijitalleşen iletişim teknolojileri insanların

bireysel ve toplumsal tüm ilişki boyutlarını etkilemiş ve değiştirmiştir (Kılıç, 2005: 82; Özdemir ve Yıldırım, 2019: 178). Bu değişikliklere uyum sağlamak da toplumsal değişimleri getirmiştir (Canatan, 2008: 66).

İçinde yaşadığımız dünyada her şey değişime mahkûm bir görüntü çizmektedir. Çünkü değişimi istemeyen, ona karşı çıkanlar bile eninde sonunda değişimi kabul etmek zorunda kalmaktadır. Bu durum, varlığını sürdüren her şey için değişimin zorunlu olmasından kaynaklanmaktadır. Evrendeki canlılar dünyasında hayatını devam ettiren insan da aynı şekilde istese de istemese de bu değişimden payını almaktadır. Bu durumu görmek için tarihin uzak dönemlerine gitmeye gerek yoktur. Belleğimizi şöyle bir gözden geçirdiğimizde son 15-20 yılda içinde yaşadığımız çevrenin ve yaşam koşullarımızın ne denli büyük bir değişim geçirdiğini açık bir biçimde görürüz. Bu değişim hayatımızın bütün alanlarında kendini göstermektedir. Toplumsal, bireysel, ekonomik, siyasal, kültürel, dinsel vb. alanların tamamında büyük bir değişim yaşamaktayız (Kayıklık, 2014: 215). Toplumsal hayatın hemen hemen her alanında geleneksel yapıdan modern yapıya doğru yönelmiş bulunan toplumumuzda bu değişmelerin tabîi neticesi olarak bireyin hayatında da önemli değişmeler göze çarpmaktadır (Günay, 1981: 192). Kuşkusuz bireyin dinsel değerleri de diğer yaşam alanlarına bağlı olarak bu değişimden etkilenmekte ve yeni bir hâl almaktadır (Kayıklık, 2014: 215). Bugün, değişen toplumsal yapı ve koşullara paralel olarak, toplum ilişkileri, inançları ve değerleri de değişmiştir. Dinin toplumsal fonksiyonlarında büyük değişmeler meydana gelmiştir (Günay, 1999: 165).

Sosyal bir varlık olan insan, günümüzde hayatın her aşamasında onu çepeçevre saran bir iletişim ağının içerisine doğar ve bu ağ onun, yaşadığı sosyal çevrenin bir parçası haline gelmesine yardımcı olur. İnsanoğlunun dış dünyayla kurduğu ilişkiler bütünü, onun ihtiyaçlarını dile getirmesini, bilgi edinmesini, bildiklerini aktarmasını ve hatta yaşamını anlamlandırmasını sağlar. Bu bağlamda insanoğlunun dış dünyayı tanıma isteği bilimsel faaliyetlerin kökenini oluştururken, bilgi akışını etkin bir şekilde sağlama ihtiyacı da iletişim araçlarının üretilmesine gidecek yolun temellerinin atılmasına sebep olmuştur (Furat, 2009: 38).

Yeni teknoloji ile birlikte insanlar, hayatlarının pek çok boyutuyla ilgili yeni bakış açıları kazanmışlardır. Davranış ve alışkanlıklarını da bu yeni işleyişe uyarlamaya başlamışlardır (Kılıç, 2005: 82). Özellikle mobil telefonlar ve mobil

uygulamalar aracılığıyla taşınır hale gelen dijital dünya ve sosyal ağlar, günün her anında ve her mekânda insanların yaşamlarının bir parçası haline gelmiştir (Karagülle ve Çaycı, 2014: 8; Özdemir ve Yıldırım, 2019: 178). Böylece bireyin kendini yalnız hissetmeyeceği, ilişkilerini güçlendireceği yeni ortamlara girmesine olanak sağlamıştır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 8). Yapılan araştırmalar insanların, bu sanal gerçeklik içinde gün geçtikçe daha fazla vakit harcadıklarını, bu sanal gerçeklik içinde gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içinde yeni bir dünya kurarak yaşadıklarını göstermektedir (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3348). Yani denebilir ki modern toplumlardaki hızlı değişim süreci kitle iletişim araçlarının da yaygınlaşması ile birey ve toplum hayatını derinden etkilemiştir (Arslan, 2016: 8).

İnsanlar doğaları gereği bilgilerini, duygularını, düşüncelerini, izlenimlerini ve birikimlerini başka insanlarla paylaşma gereği duymakta, bunun için yöntem ve araçlar aramaktadır (Aktaran: Cereci, 2012: 114). Teknolojinin hızlı gelişimine paralel olarak hedef kitlenin beklenti ve ihtiyaçlarına yönelik enformasyon toplumundan elektronik ortamdaki uygulama alanlarına doğru hızlı bir sıçrayış söz konusu olmuştur (Kuşay, 2010: 84-85). Sosyal medya olarak tanımlanan ve insanlar arasında fotoğraf, video, metin ve medyaya ilişkin karışık oluşumlar içeren bu uygulamalar, kullanıcıların dikkatini çekmenin yanında sanal iletişime yeni bir boyut kazandırmıştır (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3371). Teknoloji çağında insanların bazı kültürel gereksinimlerini karşılayan sosyal medya, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın kullanıcılarına sanal olarak bir araya gelip paylaşımda bulunma, bilgi, düşünce, duygu, görüş, görsel malzeme alışverişi yapma, (Aktaran: Cereci, 2012: 213-214) boş vakit değerlendirme, eğlence, (Solmaz vd. 2013: 24) reklam ve tanıtım, propaganda, dostluk kurma, çoklu kullanıma açık olma, (Korukcu, 2015: 513) yaşam öyküsü, özel fotoğraf, şakalaşma, arkadaş bulma (Cereci, 2012: 214-215) gibi olanaklar sağlar. Böylece bireyler, günlük düşüncelerini yazmakta, düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedir (Korukcu, 2015: 513). Ayrıca bunların dışında büyük kitlelere ulaşması nedeniyle medya olma özelliği taşıyan sosyal medya, fazla eğitim ve görgü gerektirmemesi ve paylaşılanların anında diğer insanlara ulaşması nedeniyle de ilgi görmektedir (Cereci, 2012: 214).

Günümüzde sosyal medya, yoğun toplumsal ilişkilerin yaşandığı, yeni arkadaşlıkların edinildiği ya da mevcut arkadaşlıkların sürdürüldüğü, bilgi, beceri,

beğeni gibi çeşitli paylaşımların gerçekleştiği toplumsal paylaşım ağlarının ortaya çıktığı ve kullanıcı sayılarının hızla arttığı önemli platformlardır (Toprak vd. 2009: 29; Eldeniz, 2010: 31). Ayrıca bugün baktığımızda toplumsal paylaşım ağlarının arkadaş bulma ya da mevcut arkadaşlıkları sürdürmenin ötesinde yaş farkı gözetmeksizin gündelik yaşamın rutini / akışı içerisinde bir alışkanlık ve yaşam biçimi haline geldiği de söylenebilir (Toprak vd. 2009: 29; Sütçü, 2012: 74). Diğer taraftan medya ya da kitle iletişim araçlarını katılımcı bir demokratik sistem açısından vazgeçilmez kılan nokta, bireylerin özel / kısmi alanlarda oluşturdukları bilgi ve fikirleri kamusal bilgilere dönüştürme potansiyelidir (Avcı, 2013: 146).

İletişim teknolojisinde meydana gelen gelişmeler, hayatın her alanında önemli değişimlerin yaşanmasına sebep olmaktadır. Özellikle bireyin çevresiyle ve dünya ile kurduğu iletişimin yeni iletişim teknolojileriyle çevrelenmiş bir hâl almasıyla birlikte bireyin ve toplumların sosyalleşme biçimlerinde köklü değişimler meydana gelmiştir (Karal ve Kokoç, 2010: 251; Karagülle ve Çaycı, 2014: 8). Sosyolojinin önemli bir konusu olan ve bireyin içinde yaşadığı gruba, topluma, kültüre ve medeniyete özgü duyuş, düşünüş, yapış ve inanış biçimlerini alması ve kendi içinde özdeşleştirmek suretiyle şahsiyetine mâl etmesi, içselleştirmesi ve böylece çevresine uyum sağlamasından ibaret olan sosyalleşme, (Tezcan, 1981: 134; Kurtkan Bilgiseven, 1988: 173; Dönmezer, 1999: 122; Günay, 1999: 243; Berger, 2000: 58; Doğan, 2000: 81; Konuk, 2003: 271; Kirman, 2004: 209; Canatan, 2008: 67; Bilgin, 2008: 195; Furat, 2009: 47; Aziz, 2010: 57; Arslantürk ve Amman, 2011: 228; Güngör, 2012: 118; Beşirli, 2013: 195; Birekul, 2014: 144; Onar Çambay, 2015: 238; Aktu, 2016: 165; İnce, 2017: 153; Akkır, 2019: 955) zaman, mekân ve tarihi şartlara bağlı olarak dönüşümlere uğramıştır. Nihayet sosyalleşme günümüzde teknolojinin de etkisiyle, artık gerçek anlamda mekân içerisinde bir araya gelme gereksinimi duyulmayan bir hâl almıştır (Çayır, 2012: 122; Güngör, 2012: 119; Şahin, 2018: 169). İnsanların bireysel veya grupsal olarak sanal gerçeklik âleminde geçirdikleri zamana bakıldığında, bugün artık siber alandaki sosyalleşmenin, gerçek hayattaki sosyalleşmenin bir parçası olduğu kabul edilebilir (Okumuş, 2014: 441). O zaman bireylerin yazılı basın, radyo, TV, internet vb. kitle iletişim araçları ile eğlenme, bilgi edinme, merak giderme, haber alma kendini ifade etme gibi çok yönlü insan gereksinimlerini yerine getirmesi ile bilinen “medya” için, ‘yaygın eğitim

aracı' olmanın yanı sıra zaman ve mekân sınırlarını aşan etkili bir 'sosyalizasyon aracı' olduğu da söylenebilir (Arslan, 2016: 8-9).

Bir toplumu oluşturan kişiler, gruplar, topluluklar, cemaat ya da cemiyet biçimindeki örgütlenmeler ile insanlar arası ilişki ve onun sonucunda meydana gelen sosyalleşme olgusu ve süreci göz önünde bulundurulduğunda, iletişim ile sosyolojinin iç içe girdiği ve adeta bir sarmal oluşturduğu rahatlıkla söylenebilir (Aziz, 2010: 35).

Araştırmanın temel problemi şudur: popüler bir sosyal medya platformu olan Facebook, orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin dini sosyalleşmesinde nasıl bir rol üstlenmektedir? Bu araştırma problemi çerçevesinde katılımcıların Facebook'ta dini sosyalleşmelerini nasıl gerçekleştirdiklerini ortaya koyabilmek için aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır.

Facebook'u aktif şekilde kullanan orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki katılımcıların;

1. Facebook'ta karşılaştığı dini içerik formatı ve dini içerik türleri nelerdir?
2. Facebook'ta karşılaştığı dini içerikleri 'beğen' me ve dini içeriklere yorum yapma durumları nedir?
3. Facebook'ta karşılaştığı dini içeriklere katılım durumu nedir?
4. Facebook'ta dini içerik paylaşma durumu ve paylaşma sıklığı nedir?
5. Facebook'ta dini paylaşım yapma amacı nedir?
6. Facebook'ta karşılaştığı dini içeriklerle hayatına yön verme durumu nedir?
7. Facebook'ta karşılaştığı sayı'lı dua paylaşımlarına karşı tutumu nedir?
8. Facebook'ta özel gün ve gecelerle ilgili içerik paylaşma durumu nedir?
9. Facebook'ta Cuma kutlama mesajlarıyla ilgili içerik paylaşma durumları nedir?

Çalışmamızın amacı, popüler bir sosyal ağ olan Facebook'un orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin dini sosyalleşmeleri içindeki yerini ve rolünü ortaya koymaktır.

Sosyal medya ve platformları ile ilgili çalışmaların genellikle çocukluk ve gençlik / ergenlik dönemlerindeki bireyleri ele aldığı görülmektedir. Aynı şekilde dini sosyalleşme çalışmalarının da bu döneme yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Bunlar arasında üniversite öğrencileri üzerine yapılan dini sosyalleşme çalışmaları dikkat çekmektedir. Ancak hayatın çöküş, gerileme ve bir takım psikolojik sorunlarıyla

yoğun olarak ilişkilendirildiği dönemler olan orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemlerinin ve bu dönemlerdeki bireylerin dini sosyalleşmesini ve dini sosyalleşmesindeki araçlardan biri olarak sosyal medya konusunu ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Toplumun büyük bir bölümünü oluşturan ve topluma yön veren bir kitle olarak orta yetişkinler ve son yetişkinler üzerinde yapılacak bir çalışma literatürdeki eksikliğe katkı sağlamakla birlikte bahsedilen dönemlerin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Bu araştırmanın önemi, literatürde yer almayan bir konuyla özgün bir çalışma sunmak ve bu alanla ilgili yapılacak yeni çalışmalara da esin kaynağı olmaktır.

Araştırmanın örneklem grubunun evreni temsil ettiği, orta yetişkinlere ve son yetişkinlere yöneltilen sorulardan elde edilen yanıtların gerçeği yansıttığı varsayılmıştır.

Araştırmaya katılan orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin mülakat sorularını anladıkları ve vermiş oldukları yanıtların samimi ve gerçeğe yakın yanıtlar olduğu varsayılmıştır.

Araştırma sonuçlarının orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin dini sosyalleşmesinde Facebook'un yerini ve rolünü ortaya koyacağı varsayılmıştır.

Ayrıca araştırmamız örneklem olarak seçilen orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerle sınırlıdır.

Araştırmada ulaşılan sonuçlar, katılımcılara yöneltilen mülakat sorularının kapsamı doğrultusunda ortaya çıkan verilerle sınırlıdır.

Araştırmanın konusu genel çerçevede din sosyolojisi alanıyla ve dini sosyalleşme kuramıyla sınırlıdır.

Kullandığımız araştırma verileri 2021 yılına ait örneklem grubundan elde edildiği için araştırma, yapıldığı zaman dilimiyle sınırlıdır.

Araştırma, orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin sosyolojik özellikleri ile literatür taraması ve saha araştırmasıyla sınırlıdır.

Araştırmada aşağıdaki tanımlar esas alınmıştır;

Sosyalleşme: Ailenin, benzer sosyal grupların, toplumun ve milletin inanç, değer ve kurallarının gayri resmi bir biçimde öğrenildiği ve bilinç dışı bir yolla benimsendiği bir süreçtir (Zuckerman, 2006: 88).

Dini Sosyalleşme: Toplumun dinine, dini hayatına katılmak, dini öğrenmek, toplumun dininin gereklerini öğrenip ona göre hareket etmektir. Esasen dini sosyalleşme; dinde sosyalleşme, din ile sosyalleşme, sosyalleşme sürecinde dini hayat, toplumun dinini öğrenme ve yaşam süreci ve de dindarlaşma gibi ifadelerle karşılığını bulan bir terimdir (Okumuş, 2014: 443-451).

Sosyal Ağ: Facebook ve MySpace gibi bireylere içinde kendi çevrimiçi bağlantılarının bulunduğu kişisel profilleri yaratma olanağı veren web sitesidir (Chandler ve Munday, 2018: 373).

Sosyal Medya: Türkçede kitle iletişim araçları olarak isimlendirilen medya, geniş bir kitleye seslenen ve bu kitle içinde bilgi, haber, düşünce, görüş alışverişini kapsayan (Cereci, 2012: 33) Facebook, Twitter, Whatsapp gibi platformlardır.

Facebook: Eski arkadaşların veya arkadaş gruplarının bir araya gelmesiyle ve birbirleri ile dostluk kurduğu veyahut ortak bir ilgi ya da amacın etrafında sanal dünyada örgütlenmek isteyenlerin katıldığı bir “sosyal paylaşım” sitesidir (Aziz, 2010: 133).

Orta Yetişkinlik Dönemi: Orta yaş ve ileri yaş geçiş dönemleri arasında kalan yaklaşık 40-65 yaş diliminde kalan dönemdir (Aktu, 2016: 164).

Son Yetişkinlik Dönemi: 60’lı 70’li yıllarda başlayıp ölüme kadar devam eden dönemdir (Eryılmaz, 2011: 57).

Araştırmada nitel araştırma deseni tercih edilmiştir. Veriler mülakat - derinlemesine görüşme- tekniği ile elde edilmiştir. Çalışma, din, dini sosyalleşme, Facebook, orta yetişkinlik dönemi ve dini sosyalleşme, son yetişkinlik dönemi ve dini sosyalleşme başlıkları altında teorik çerçeve; daha sonra orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemlerinde Facebook’ta dini sosyalleşmenin gerçekleşmesini inceleyen uygulama kısmından ibarettir. Ayrıca mülakat verilerinin analizinde yorumsamacı yaklaşım tercih edilmiştir.

Yorumsayıcı yaklaşımla yapılan araştırmalarda, araştırmacı için insanların neyin doğru ve yararlı olduğuna inandığı oldukça önemlidir. Çünkü insan eyleminin içinde olduğu bir olguya pozitivist bir bakış açısıyla yaklaşmak, durumu soyut bir hale getirebilir. Bu yüzden yorumsamacı yaklaşım, toplumsal anlayışı kavrayabilmek için, anlama bakmamız gerektiğini, aynı şekilde bireyi kavramak için de bireyin anlayış yapısını ön yargılarımızı doğru seçerek, yorum ile irdelememizin gerekliliğini ön plana (Kaya, 2019: 278) çıkaran bir yaklaşımdır.

Araştırmamızın uygulama kısmıyla ilgili olarak gerçekleştirilen mülakat için görüşme formları hazırlanmıştır.¹ Görüşmeler, Covid-19 salgın koşullarından dolayı çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiş. Çevrimiçi platformlardan çoğunlukla Zoom uygulaması tercih edilmiştir. Katılımcılardan alınan izin ile mülakat süreci kayıt altına alınmıştır. 14'ü orta yetişkinlik ve 9'u son yetişkinlik döneminde olmak üzere toplam 23 kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler 30 dakika ile 1.5 saat arasında değişkenlik göstermektedir. Katılımcılara toplam 38 soru sorulmuştur. Gerek duyulduğunda bazı sorularla ilgili görüşme derinleştirilmiştir. Bu sorulardan 7'si yaş, meslek, cinsiyet, medeni durum, maddi durum, eğitim durumu, 10'u temel soru, 9'u katılımcılarının Facebook'ta karşılaştığı dini içerikleri hedefleyen sorular, 8'i katılımcının Facebook'ta kendisinin paylaştığı dini içerikleri hedefleyen sorular, 4'ü Facebook'ta çoğunlukla paylaşılan dini içerik örneklerinden oluşmaktadır. Anlaşılmayan veya yanlış anlaşılan soruların açıklanarak daha da detaylandırılması şeklinde sürdürülen görüşmelerde, katılımcılardan samimi ve gerçeğe yakın cevaplar almak hedeflenmiştir. Araştırmanın sürdürülmesinde gönüllülük ve gizlilik ilkesine azami özen gösterilmiştir.

¹ Mülakat Formu için bkz. Ek. 1.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.TEORİK ÇERÇEVE

1.1.SOSYALLEŞME

Sosyalleşme, bireyin toplumdaki sosyal (Dönmezer, 1999: 122; Giddens ve Sutton, 2018: 257) ve davranışsal (Chandler ve Munday, 2018; 410) normlar başta olmak üzere değer (Mutlu, 1995; 332; Dönmezer, 1999: 122; Giddens ve Sutton 2018: 257) ve kuralları (Mutlu, 1995; 332) formel ve enformel biçimde öğrendiği (Chandler ve Munday, 2018; 410) iletişim ve etkileşim sürecidir (Kirman, 2004; 209).

Toplumun içine doğan bebeğin (Giddens ve Sutton 2008; 201) doğumdan ölüme kadar (Dilmen ve Öğüt, 2010: 238; Arslantürk ve Amman, 2011: 227) toplumun eğitim, telkin ve taklit yoluyla kendi kültürü, değerleri, sembolleri, gelenek ve göreneklerini (Günay, 1999: 241) gayri resmi ya da bilinç dışı bir yolla öğrenerek / içselleştirerek (Zuckerman, 2006: 88) ailesinin, akraba ve komşuluk çevresinin kent ve köyünün ve nihayet ulusunun bir üyesi haline gelmesi sürecidir (Kağıtçıbaşı, 2006: 325). Bu tanımlamalar ışığında kısaca belirtmek gerekirse sosyalleşme; etkileşim, uyum, değişim ve yenilenme sürecidir denilebilir (Okumuş, 2014: 434).

Sosyalleşme süreci objektif ve sübjektif olmak üzere iki şekilde ele alınmıştır.

Objektif açıdan sosyalleşmenin ele alınması, toplum yönünden birey üzerinde faaliyette bulunan faktörlerin mütalâası demektir. Bu bakımdan sosyalleşme, toplumun kültürünü nesilden nesile aktarmasını ve bireyin teşkilatlanmış toplum hayatını kabul ve tasvip ettiği şekil ve usullere uymasını sağlar.

Subjektif yönden ise sosyalleşme, ferdin kendisini çevreleyen varlıklara intibak ederken geçirdiği uzun ve çoğunlukla şuurlu olmayan bir süreçtir (Koştaş, 1987: 330; Dönmezer, 1999: 123).

Peter L. Berger ise, “dışsallaşma, nesnelleşme ve içselleşme” şeklindeki formülüyle toplumun temel diyalektik süreci olan sosyalleşmeyi üç aşamada ele almıştır (Berger, 2000: 38; Özdemir, 2017: 9). Ona göre dışsallaşırken toplum, bir insan ürünüdür. Nesnelleşirken ise nev-i şahsına münhasır olur. Diğer taraftan

içselleşme boyunca ise insan artık, toplumun bir ürünüdür. Topluma en uygun ampirik bakış, ancak bu üç aşamanın birlikte anlaşılmasıyla mümkündür (Berger, 2000: 38).

Dışsallaşma, insanların hem fiziki hem de zihni faaliyetleriyle dünyaya doğru sürekli taşmalarıdır (Berger, 2000: 38). Biyolojik yapısının özgül niteliği nedeniyle insan kendini dışsallaştırmaya zorlar. İnsanlar, toplu olarak ortak davranış yoluyla kendilerini dışsallaştırır ve böylece beşerî bir dünya üretirler. Bir kısmını toplumsal yapı diye isimlendirdiğimiz bu dünya onlara karşı nesnel gerçeklik statüsü kazanır. Nesnel bir gerçeklik olarak aynı dünya, sosyalleşen bireyin öznel bilincini oluşturan diğer bir parça olmak üzere sosyalleşme esnasında içselleştirilir (Berger, 2000: 137).

Nesnelleşme, kendi asli üreticilerini kendilerinden çok dışa dönük bir olgusalılık olarak karşılayan bir realitenin (yine hem fiziki hem de zihni) sonucunda ulaşılan bir noktadır (Berger, 2000: 38). Kısaca nesnelleşme, fertlerin içinde bulundukları şeyin dışında kalan gerçek bir toplumsal dünyanın üretilmesini ifade ederken (Berger, 2000: 139) sosyalleşme, bir kimsenin ilk aşamada kendi nesnelleşmeleriyle içsel diyaloga girmesi yoluyla mümkün hale gelebilir (Berger, 2000: 51).

İçselleşme ise sözü edilen aynı realitenin kendisini bir kez daha objektif dünyanın yapılarından sübjektif bilincin yapılarına aktarırken insanlar tarafından tekrar kendi içlerine mal edilmesidir (Berger, 2000: 38). Ayrıca içselleşme aynı toplumsal dünyanın söz konusu fertlerin bilinçleri dahilinde bir gerçeklik statüsüne sahip olmasını da ifade eder (Berger, 2000: 139).

Okumuş'a göre sosyalizasyon veya toplumsallaşma, hatta sosyalleştirme veya toplumsallaştırma kelimeleriyle de ifade edilebilen, insanın sosyal hale gelme veya sosyal olma süreci olan (Okumuş, 2014: 430) ve 1925'lere kadar odak noktası olmayan sosyalleşme terimi, 1930'lardan bu yana önem kazanmıştır. Kluckhohn ve Herskovits, sözü geçen terimi dar bularak "culturilization", "enculturation" terimlerini önermişlerdir (Dönmezer, 1999: 123).

Sosyalleşme olgusuyla ilişkili olarak ele alınan kavramlardan biri de sosyalleştirmedir. Bu çerçevede sosyalleşme, sosyalleştirme sürecinin bir ürünü olarak ele alındığından sosyalleşme bir olgu, sosyalleştirme ise bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Arslantürk ve Amman, 2011: 385).

Buna göre sosyalleştirme, insanın toplumun kültürüyle kurduğu ilişkiyi ve kendi dünyasının oluşum sürecini ifade etmektedir (Akyüz, 2007: 8). Sosyalleştirme sürecinde sosyalleştirilmek istenenler ve sosyalleştirmeyi üstlenenler olmak üzere iki taraf bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse ailede çocuk anne-babası tarafından sosyalleştirilmeye tabi tutulurken yeni memurlar, ilgili kurumlar tarafından (mesela hizmet içi eğitim faaliyetleri gibi) sosyalleştirilmeye tabi tutulur ya da öğrenciler öğretmenler tarafından sosyalleştirilir (Arslantürk ve Amman, 2011: 383). Sosyalleştirme aşamaları ise üç şekilde gerçekleşir.

1-Henüz sosyalleştirmenin olmadığı ilk aşamada, süreç birincil grup olan ailede başlar ve asli bir sosyalleştirme söz konusudur. Bu aşamada sosyalleşen tarafın sosyalleştiren tarafa karşı koyma durumu yoktur.

2-Okul, din, iş ve meslek hayatı, evlilik vs. süreçlerin yaşandığı ikinci aşamada, sürekli bir sosyalleştirilmenin üstlenildiği toplum üyeleri aktif rol oynamaktadır. Birincil sosyalleşme sürecinin düzeltilmesi, genişletilmesi, sınırlandırılması bu aşamada olduğu için, iş birliği ve uyuma süreçleri yanında rekabet ve çatışma süreçlerinin de ortaya çıktığı bir dönemdir.

3-Yeniden sosyalleştirmenin gerçekleştiği üçüncü aşamada, ferde zaman zaman geçmişin zıddına yeni zihniyet ve davranış tarzlarının kazandırılması -bir inançtan başka inanca, bir ideolojiden başka bir ideolojiye, bir sosyal idealden başkasına dönüşme süreçleri- denir (Arslantürk ve Amman, 2011: 381).

1.2. DİNİ SOSYALLEŞME

1.2.1.Din

Din, kutsala, metafizik değerlere veya doğaüstü bir güç olarak Tanrı fikrine yer veren ve inananlara bir yaşam biçimi öngören inanç sistemidir (Kirman, 2004: 61). “Din” sözcüğü etimolojik bakımdan Babilce’den gelmiştir (Dönmezer, 1999: 238). İnsanlık tarihi ile başlayan ve ona paralel gelişme gösteren “din” çeşitli kelimelerle ifade edilmiş ve farklı şekillerde tanımlanmıştır. Eski Yunanca’da ‘din’i ifade etmek için ‘thrioheya’ kelimesi kullanılmaktadır. Bu kelime korku ile karışık saygı, örf ve âdet anlamına gelmektedir. Zerdüştlük’te din, kutsal sözlerin okunması, uygulanması ve idarî alanda da en üst ‘ruhanî güç’ün iradesine boyun eğme anlamına

gelmektedir (Küçük vd. 2017: 3-7). Arapça’da üstün gelmek, zorla istediğini yerine getirmek, yargılama, hesap anlamlarına gelmektedir. Kur’an’da yüksek bir hakimiyetin emirlerine uymak, bağlanmak gibi anlamlarda da kullanılmıştır (Dönmezer, 1999: 238).

Din, dar anlamda evrendeki düzeni ve hayatı ancak yaratıcı bir Tanrı’nın varlığı ile anlamlandırarak insanlığı kurtuluşa davet eden çağrırken geniş anlamda, yaşam biçimi; hayatın nasıl yönlendirilmesi gerektiği konusunda benimsenen düşünce, inanç, ilke ve değerler bütünüdür (Demir ve Acar, 1997: 61-62). Her durumda din; kutsal, bütüncül veya aşkın kabul edilebilecek bir realite (evren/varlık) anlayışı inşa ederek nihaî anlamda gaye ve anlam sunan kültürel sistem olarak anlaşılmaktadır (Wuthnow ve Berger, 2002: 61).

İnsanın tutum ve davranışlarını, insanlar arası ilişkileri, toplumsal hayatı belirleyen temel bir kurum olarak insanlığın başlangıcından beri sürekli varlığını sürdüren (Köktaş, 1993: 11) insanın karşı koyamayacağı tabiat üstü ilâhi bir varlık tarafından bazı şekiller altında emredildiği kabul olunan kural ve inançlardan oluşmuş bir bütün olan din (Dönmezer, 1999: 238), her devirde başta düşünürler ve toplumbilimciler olmak üzere herkesin ilgi odağı olmuştur.

Din tanımlamalarını, din olgusu ve fenomenolojisi ile ilgilenenlerin sayısınca çoğaltmak mümkündür. Farklı açılardan din olgusuna yaklaşımları ifade eden bu tanımlara göz attığımızda da dinin vurgulanan özellikleri mesela, “Taylor’ın ruhi olay”; “Weber’in tabiatüstü güçlerle ilgili olarak”; “Durkheim’in² kutsalın toplumda bir uygulaması, sosyal tecrübenin yaşanması ve kutsal-kutsal dışı meselesi”; “Otto’nun mantık üstü, esrarlı”; “Wach’ın en üstün varlık kutsalın tecrübesi”; “Radcliffe Brown’ın ayinle ilgili adetler, bağlılık”; “Parsons’un³ tabiatüstü düzen, nihai gerçek, temel davranış”; “Davis’in sosyal bütünleşme, topluma güç veren,

² Emile Durkheim’i izleyerek dini, ‘bir topluluk içerisinde kendilerine bağlı olan insanları birleştiren kutsal şeylerle ilişkili birleşik inançlar ve pratikler sistemi’ olarak tanımlayabiliriz. / Anthony Giddens, Philip W. Sutton, çev: Ali Esgin, Sosyolojide Temel Kavramlar, 3. Baskı, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2018, s.171.

³ Parsons’a göre ‘Din, kâinata insanın yeri, insanın diğerleriyle ilişkisi, çevresi ve diğer insanlarla ilişkilere bağlı olarak arzu edilir olan ve olmayan şeyler hakkında geliştirilen ve gerçekleştirilen bir anlayıştır.’/ Yümnü Sezen, Sosyolojide ve Din Sosyolojisinde Temel Bilgiler ve Tartışmalar, 1. Baskı, İstanbul, İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1990, s.169.

duyguları onaylayan, aklileştiren ve destekleyen sistem”; “Berger’in kutsallık yerleşmiş beceri hareket”; “Bouquet’in insanüstü varlıklar”; “Nottingham’ın sosyal bağın temeli”; “Firth’in insanüstü varlık ve güçler”; “Tillich’in en üstün ilgi”; “Goody’nin insanüstü faaliyetler”; “Bellah’ın sembololik şekiller, varlığın nihai halleri”; “Spiro’nun insanüstü olaylar”; “Geertz’in sembolik sistem”; “Luhmann’ın kararsızlığın, belirsizliğin azaltılması”; “Robertson’ın tecrübe üstü, görünen ve görünmeyen dünya”; “Schmidt’in ‘küll’ ün yolu”; “Wilson’ın ekstra tabiat, kriterler bütünü”; “Malinowski’nin sosyal bütünleşme fonksiyonu”; “E. Schillebeeck’in ise sonludan sonsuzun idraki” şeklinde tasvir ettiklerini görmekteyiz (Sezen, 1998: 30-31).

Kavramsal ve kuramsal olarak din nedir diye sorarsak alacağımız cevap yukarıda sayılanlar gibi çok çeşitli görünse de hep aynı bütünü ifade eder. Din, aşkın varlığa bağlanma ve buna ait inancın gerektirdiği düşünce ve uygulamaların bütünüdür. Dikkat edilmesi gereken nokta tarife dayanan zemindir. Dinler tarihinin ilhamıyla, felsefi bir spekülasyonla, belli bir dinin inanç ve ideolojisiyle, sosyolojinin kendine has metoduyla ya da diğer ilmi veriler esas alınarak tarif edilebilir. Bunlar gerçekleşirken dinin tarife sıkıştırılamayacak bir karaktere sahip olduğunun unutulmaması önem arz etmektedir (Sezen, 1998: 29-30).

Diğer taraftan dinin bireysel ve toplumsal işlevleri esas alınarak statik din-dinamik din olarak ele alındığını görmekteyiz. Bergson, dini statik ve dinamik olmak üzere ikiye ayırmıştır.

Ona göre statik din kültür topluluğunun kendine ait ve kendi içine kapalı olan dinidir ve masallara benzer. Zekânın dağınıklığı, çaresizliği karşısında tabiatın koruyucu bir tepkisidir diğer bir deyişle korkuya karşı tabiatın tepkisidir (Sezen, 1994: 148; 1998: 34). Dinamik din ise özel varlıklardan geçilerek hayatın bütününe bağlanma olarak tarif edilebilir. Hareket, yaratıcılık ve aşk hakimdir. Açıktır, Hristiyanlık ve İslamiyet gibi bütün insanlığa yönelmiştir, insanlığın dinidir (Sezen, 1990: 169; 1994: 148; 1998: 34).

Başka ifadeyle birincisi, içkin bir işlev olarak toplumların kendilerinin ürettiği totemizm, animizm gibi dinlerdir. İkincisi ise toplum üstü bir kaynağa dayanan Yahudilik, Hristiyanlık, İslâm gibi dinlerdir (Aydın, 2013: 126).

Sosyologlar ise din tanımlarından yola çıkarak konuyu özsel tanımlar ve işlevsel tanımlar olarak incelemişlerdir. Buna göre özsel tanımlar, tamamen kendi

dünyamızı anlama çabası olup, gerçekte sosyal ya da psikolojik yaşantımızla ilgisi olmayan spekülâtif girişimlerdir (A. Kurt, 2012: 29-31). Dinin Tanrı'ya olan inanç ya da herhangi bir dini ayine / ibadete iştirak olduğunu belirten tanımlardır. Özsel tanımlar, dinin anahtar özelliklerini tanıtmaya çalışır. Bu tanımlar Tanrı'ya olan inancı ya da doğaüstünü içerir (Bird, 2015: 22). İşlevsel tanımlar ise bir toplumu birleştirme ya da bir kimsenin ölüm korkularını yatıştırma gibi bazı işlevleri öne çıkarır (A. Kurt, 2012: 29-31). Aynı şekilde insanları toplumla bütünleştirme, insanların niçin öldüklerini, niçin yoksul ya da hasta olduklarını açıklama da bu işlevler arasındadır. Burada dinin, toplumun önemli bir parçası olduğuna dair bir ima vardır (Bird, 2015: 21).

Basitçe ifade edersek, özsel tanımlar dinin ne olduğunu; işlevsel tanımlar ise dinin ne yaptığını bize anlatır diyebiliriz (A. Kurt, 2012: 29-31).

Din, toplumları bir arada tutma, bütünleştirme ve ortak bir ideal etrafında birleştirme (Çayır, 2012: 89), bağlılarına uyumlu bir yaşam tarzı oluşturmalarına yardımcı olma (Polat, 2002: 207), kişilerin özel hayatlarındaki kişisel davranışları belirleme, toplum içindeki ilişkilerinde yol gösterme, iç barış ve dayanışma sağlama (Bayyigit, 1994: 53), sosyalleştirme, yapılandırma, sosyal kontrol sağlama, kimlik kazandırma, motivasyon, kültürü oluşturma, koruma ve aktarma, toplumsal yapıyı değiştirme, değerler hiyerarşisi sağlama (Okumuş, 2009: 333), ait olma, duygusal destek kazandırma (Kılavuz, 2005: 34), hayatı anlamlandırma, sıkıntılardan sıyrılma, sığınma, mutluluğu ve huzuru sağlama (Akyüz, 2007: 20), her türlü ilişkide merhamet esaslı davranma, büyüklere saygı, yapılan hataları telafi etme (Güngör, 2018: 254), hayat anlayışı verme, mukavemet gücü (Sezen, 1990: 224) gibi özelliklere sahiptir. Bu anlamda din bireylerin kendini ifade etmesinde, toplumların gelişiminde önemli rollere sahiptir (Akyüz, 2007: 105).

1.2.2.Dini Sosyalleşme

Din, özü ve görevleriyle, içsel ve dışsal boyutlarıyla toplumda etkili bir sosyal fenomen, insan ise birincil, ikincil ve yeniden sosyalleşmelerle sürekli sosyal hayata katılan toplumsal bir varlıktır. O halde kişi, toplumda dinin de yer aldığı bir sosyalleşme deneyimine sahip olur. Bu geleneksel toplumlarda daha net olarak görünse bile sekülerleşme ve işlevsel uzmanlaşmanın etkili olduğu modern

toplumlarda da gözlemlenir. Bu da dinin etkili olduğu bir toplumsal dünyada dinden bağımsız bir sosyalleşmeden bahsedilemeyeceğini gösterir (Okumuş, 2014: 441). Din bir yandan insanın ruhsal dünyasını aydınlatırken, diğer yandan da onun hayata açılmasına ve sosyalleşmesine imkân sağlamakta, öte yandan da insanlar arası iletişim ve etkileşime vasıta olmaktadır (Akdoğan, 2013: 26). Her insan dinsel etkinlik ve fiillere birincil amaçla katılmayabilir. Örneğin camiye ibadet kastı olmaksızın eski dostlarını görmek amacıyla veya camide yapılan bir düğüne katılmak maksadıyla giden bir kimse, dinsel sosyalleşmeye hizmet eden bir ziyaret ve tören aracılığıyla, din üzerinden sosyalleşme zemini bulmuş olur. Bu duruma dinde ve her düzeydeki dini davranışta rastlamak mümkündür (Okumuş, 2014: 442). O zaman bireyin nasıl ki ailevi sosyalleşmesi, düşünsel veya ideolojik sosyalleşmesi, bilimsel sosyalleşmesi, ekonomik sosyalleşmesi, eğitimsel sosyalleşmesi, siyasi sosyalleşmesi, ahlâki sosyalleşmesi, hukuki sosyalleşmesi ve zamansal sosyalleşmesinden bahsediliyorsa dinsel sosyalleşmesinden de bahsedilebilir (Okumuş, 2014: 433).

Sosyalleşme, bireyin hayatı boyunca içinde yaşadığı toplumun zihniyet yapısını, inançlarını, sosyo-kültürel normlarını, değerlerini ve davranış kodlarını öğrenip içselleştirmesi olarak tanımlandığına göre (Okumuş, 2014: 442) dinsel sosyalleşme, dine ait sosyalleşme veya dinsel yönden öğrenme yahut din temelli sosyalleşme kelimeleriyle de ifade edilen dini sosyalleşme (Okumuş, 2014: 429), bireyin kendi toplumuna ait dinî kültür unsurlarını, sembollerini ve değerlerini alıp kendi kişiliğine mâl ederek (Günay, 1999: 243; Arslan, 2006: 62; Kurt, 2012: 123; Okumuş, 2014: 442) dini kişiliğini ya da kimliğini oluşturma süreci olarak tanımlanabilir (Çayır, 2012: 87; Kurt, 2012: 123; Okumuş, 2014: 445).

Hem bireysel hem de toplumsal yönleri içermesi bakımından sosyo-psikolojik bir olgu olan dini sosyalleşme çocukluk döneminden başlayıp ömür boyu devam eden dinamik bir yapıya sahiptir (Çayır, 2012: 87; Güngör, 2012: 117; Okumuş, 2014: 443).

İnsanların taşıdıkları dini tercihleriyle sürekliliği olan bir süreç olarak dinî sosyalleşme (Sherkat, 2013: 281), çeşitli sosyalleştirici araçlarla gerçekleşir ki bunlara dinî sosyalleşme etken veya ajanları denir. Dini sosyalleşme etkenleri, genel olarak sosyalleşme etkenlerine ek dinsel faktörlerdir. Dini sosyalleşme etken veya ajanlarını; din, ekonomi, siyaset, hukuk, dil, hareket, organizasyon ve mezhepler,

meslek, sosyal grup, karizmatik şahsiyetler, doğal ve toplumsal felaketler, kişisel tecrübeler, kutsal mekânlar, kutsal zamanlar, müzik, cinsiyet (Okumuş, 2014: 446-450), aile, eğitim, arkadaş grubu, dinsel grup ve kitle iletişim araçları gibi çok çeşitli etmenler altında ele almak mümkündür (Güngör, 2012: 117; Çayır, 2012: 122; Okumuş, 2014: 446-450). Bunlardan kitle iletişim araçları, günümüzde aile, cami, vaaz gibi geleneksel dini sosyalleşme araçlarına ek olarak “modern dini sosyalizasyon” aracı olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslan, 2016: 10). Bu faktörlerden bazıları doğrudan bazıları ise dolaylı yoldan bireyi etkilemektedir (Çayır, 2012: 122).

Dini sosyalleşmede dinle ilgili bilgiler genelde soyut olduğundan ve direkt olarak bilince eşyanın (nesnenin) yansıdığı gibi yansıtılamadığından zorunlu olarak bir sembol ya da imge aracılığıyla sunulmaktadır. Bu nedenle dini konuşmalarda dilin açık, sade ve anlaşılır olup olmaması dini sosyalleşmeyi önemli derecede etkilemektedir (Arabacı, 2003: 44). Dini sosyalleşme sürecinde verilen bilgiler ne kadar gerçekçi ne kadar hayatın sorunlarına ve gerçeklerine cevap verebilecek, çözüm üretebilecek nitelikte ise, dini sosyalleşmenin seyri de o kadar olumlu, hızlı ve etkin olacaktır (Arabacı, 2003: 48; Özcan, 2012: 126). Herkesin bireysel kişisel özellikleri, sosyal çevre şartları kendine özgü olduğundan, dini gelişim ve dini sosyalleşme düzeyleri kişiye özgü gerçekleşir (Çayır, 2012: 121) ve dinin sosyal gerçekliğinin bireyin karakter ve ahlâkı ile eş zamanlı olarak buluşabildiği oranda başarıya ulaşabilir (Özdemir, 2018: 153).

Böylece din-toplum etkileşiminin önemli boyutlarından olan dinî sosyalleşme, bireye toplumun dini yapısını, toplumun norm, değer ve inançlarına katılmasını, onları öğrenmesini, benimsemesini, onaylamasını, davranış kalıbı haline getirmesini ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlamaktadır. Böylece dini sosyalleşme önemli boyut ve işlevselliklere sahip yapısıyla ön plana çıkmaktadır (Okumuş, 2014: 429; İnce, 2017: 151).

Sonuç olarak dini sosyalleşme, dinî tutumların şekillenmesinde oldukça önemli bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Dini tutumlar, toplumsal ve kültürel ortamda sosyalleşmeyle şekillenir. Başta aile olmak üzere çeşitli dinsel sosyalleşme etkenleri, dini tutumların oluşmasında çok önemli rol oynarlar. Ailede ve toplumun farklı kanallarında kişi, dinsel zihniyet ve tutum kazanma süreçlerine dâhil olur. Kişi toplumsal bir aktör olarak karşılaştığı olay, eşya ve sorunlar karşısında dinsel bilgi,

bilinç ve zihniyetle nasıl bir tutum alacağını, nasıl hareket edeceğini öncelikle ailede ve ayrıca toplumun diğer sosyalleştirici etkenlerinde dini sosyalleşmeyle öğrenir (Okumuş, 2014: 442).

1.2.3.Dini Sosyalleşme Araçları

Bireyin içinde doğduğu toplum kültürünü elde etmesi ve biyolojik bir varlık olarak (Beşirli, 2013: 191; Birekul, 2014: 144) belirli bir kültürün unsur ve gereklerini uzun ve devamlı olan öğrenme sürecinde topluma uygun şekilde içselleştirme süreci olan sosyalleşme (Birekul, 2014: 144) sayesinde kişi, özelde aile, okul mesleki örgütler gibi içinde yer aldığı kurumlarla genelde ise yaşadığı kültürel ortamın kendisinden beklediği şekilde davranması ve diğer bireylerle uyum içinde yaşaması ile toplumun bir parçası haline gelmektedir (Demir ve Acar, 1997: 207).

İnsan etrafında bulunanların, her gün karşılaştığı sayısız olayların ve kişilerin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik-kültürel koşulların, fiziksel çevrenin, gelenek, töre ve yasaların, fiziksel çevrenin etkisiyle (Kağıtçıbaşı, 2006: 326) içinde yaşadığı küçük ve büyük grupların değer, sembol, inanç ve davranış biçimlerini model alarak (Arslan, 2006: 61) dinini, inancını, dininin kural ve gereklerini, dininin emir ve yasaklarını, dindarlığı ve dindarca yaşamayı öğrenir (Okumuş, 2014: 433).

Bu yaşadığı toplumun değerlerini öğrenmesi ve içselleştirmesi, aktif bir şekilde davranışta bulunmasıyla gerçekleşen etkileşimli bir süreçtir (Beşirli, 2013: 197). Bu süreçte her toplumun bireylerine aktaracağı kendine özgü formel ve informal toplumsal norm ve değerler söz konusudur (Güllü, 2010: 212). İşte informal biçimde hayatımıza tesir eden ve önemli etkilere sahip kişi veya kurumlara “sosyalleşme araçları” denmektedir. Bunlar aile, arkadaşlar, akrabalar, spor takımlarındaki teknik direktörler, reklam müdürleri, yönetim kurulu başkanları, çocuk bakıcıları, komşular, öğretmenler, bilim adamları, uzmanlar, siyasetçiler, film ve müzik starları, spikerler, yapımcılar ve benzerleridir (Zuckerman, 2006: 88).

En önemli sosyalleşme araçları aile, okul, arkadaş grubu ve kitle iletişim araçlarıdır. Özellikle aile ve eğitim kurumu başlıca sosyalleşme araçlarıdır (Akan, 2003: 100). Çünkü her insan çocukluğundan itibaren aile, okul ve çevre sayesinde hem içerisinde bulunduğu topluma katılır (Akdoğan, 2013: 150) hem de katıldığı toplumun değerlerini kazanırlar (Akan, 2003: 100). Bu aynı zamanda bireyin

sosyalleşmesi ve aileden başlayıp topluma açılan yaşam süreci olduğu için aile bireylerine ve toplum üyelerine büyük görevler düşmektedir (Akdoğan, 2013: 150). Sosyalleşme bir süreç olduğu için aile, çocuklara yaşama dair temel özelliklerini, cinsiyet rollerini, aile içi rollerini, toplumsal rollerini ve bu rolleri nasıl yerine getireceklerini öğretir (Canatan, 2008: 65). Arkadaş grupları ve kitle iletişim araçları sosyalleşme amacıyla var olmadıkları halde (Akan, 2003: 100) çocukların bilgilerinin, tutumlarının ve inançlarının biçimlenmesinde çok kritik rol oynarlar (Akan, 2003: 100; Canatan, 2008: 65).

Sosyalleşme tarım toplumlarında sadece ailede gerçekleşirken sanayi toplumlarında ailenin yanında okullar da rol oynamaya başlamıştır. İleri sanayi toplumlarında ise kitle iletişim araçları aile ve okul kadar etkili olmaya başlamıştır (Konuk, 2003: 272).

Sosyalleşmenin uygun ve başarılı bir biçimde gerçekleşmesini sağlayan bu araçlar, bireyin toplumla başarılı bir biçimde bütünleşmesini teşvik ettiğinden sorunsuz ve bilinçli bireylerin yer alacağı sağlıklı bir toplum yapısının ve kamusal düzenin inşasında önemli bir rol üstlenmiş bulunmaktadır. Çünkü söz konusu araçlar, bireye toplumun kendisinden beklediklerini uygulama ve içselleştirme zorunluluğunu kazandırmaktadır (Onar Çambay, 2015: 239).

İnsan biyolojik, psiko-sosyolojik ve kültürel özelliklere sahip bir varlıktır ve birçok davranışında onun bu özelliklerinin de etkisi vardır. Allah'a inanmasında ve dine yönelmesinde de birçok etken iç içedir ve bunların yoğunluğu kişiden kişiye farklılık gösterir. Bu nedenle bu etkenleri ayrı ayrı ele alıp açıklamaya çalışacağız (Peker, 2010: 76).

1.2.3.1.Aile

Aile evlilik, süt, kan bağı (Demir ve Acar, 1997: 15; Giddens ve Sutton, 2018: 233) ya da nüfusa geçirme yoluyla (Giddens ve Sutton, 2018: 233) birbirine bağlı karı, koca ve yetişkinliğe erişmemiş çocuklardan meydana gelen (Demir ve Acar, 1997: 15) temel (Özbek, 2006: 258) ve evrensel bir sosyal kurumdur (Dönmezer, 1999: 194).

Aile, biyolojik ilişki sonucu insan türünün devamını sağlayan, toplumsallaşma sürecinin ilk ortaya çıktığı, karşılıklı ilişkilerin belli kurallara

bağlandığı, o güne kadar toplumda oluşturulmuş maddi ve manevi zenginlikleri kuşaktan kuşağa aktaran, biyolojik, psikolojik, ekonomik, toplumsal, hukuksal vb. yönleri bulunan toplumsal bir birimdir (Aktaran: Aydın, 2013: 121).

Ailenin evrensel bir tanımını yapmak oldukça güçtür (Aydın, 2013: 121). Çünkü tarih boyunca yapısı (Erkal, 1987: 77; Aydın, 2013: 121) işleyişi ve boyutları bakımından büyük dönüşümler geçirmiştir (Aydın, 2013: 121). Aslında ailenin zamana bağlı olarak geçirdiği yapısal değişiklik, onun sosyal değişme süreci içinde göstermiş olduğu bir farklılaşmadır (Koştaş, 1995: 77). Çünkü bu dönüşümlere rağmen hâlâ sosyalleştirme, şahsiyeti geliştirme fonksiyonlarını sürdüren sosyal bir ünite (Sezen, 1990: 120) ve toplum hayatında vazgeçilmeyen bir sosyal müessesedir (Erkal, 1987: 77).

Ailenin⁴ biyolojik, psikolojik (Erkal, 1987:76; Akdoğan, 2013: 269-270; Aydın, 2013: 120; Okumuş, 2014: 437;), ekonomik (Erkal, 1987:76; Altıkardeş, 2013: 121; Aydın, 2013: 120; Okumuş, 2014: 437), sosyolojik, kültürel (Okumuş, 2014: 437), nüfusu yenileme, milli kültürü taşıma (Erkal, 1987:76; Aydın, 2013: 120), dinî (Altıkardeş, 2013: 121; Akdoğan, 2013: 269-270), eğitici (Altıkardeş, 2013: 121; Okumuş, 2014: 437), koruma, arkadaşlık, dostluk, güven (Özbek, 2006: 260) ve sosyalleştirici (Erkal, 1987:76; Özbek, 2006: 260; Altıkardeş, 2013: 121; Aydın, 2013: 120; Okumuş, 2014: 437) fonksiyonları vardır. Temelde neslin devamını sağlayan ailenin, dayanışmacı özelliğiyle iktisadi ve kültürel boyutları, modern toplumda ise sosyalleştirme işlevi öne çıkmıştır (Birekul, 2014: 148).

Çocuğun oluşumu, gelişimi ve sosyalleşmesi bakımından aile (Akdoğan, 2013: 195) ilk ve en önemli kurum olarak karşımıza çıkmaktadır (Akan, 2003: 100; Kirman, 2004: 209; Onar Çambay, 2015: 239; Oktik, 2013: 297; Dönmezer, 1999: 202; Akdoğan, 2013: 146). Onun için çocuğun gerçek anlamda sosyalleşebilmesi ve eğitilebilmesi için de aile ortamı şarttır (Özbek, 2006: 259). Ailenin en temel fonksiyonlarından biri olan sosyalleştirme, üyelerine kültürlerini, değerlerini,

⁴ Ailenin oturduğu kaide çok ayaklıdır. Biyoloji, cinsel hayat ve yavrunun uzun zaman bakıma ihtiyaç göstermesi; Psikoloji, kıskançlık duygusu, sevgi, şefkat, himaye, yardım, sahip olma duygusu; Tarih, soyağacı teşekkülü, mazi şuuru, örfler; Din, inançlar, kutsal değerler ve nakli; Ahlâk, vicdanî kurallar ve nakli; Sosyoloji, akrabalık teşkilatları, kültür nakli; Hukuk, fertleri koruma, hak ve vazifeler dengesi. / Yümnî Sezen, Sosyolojide ve Din Sosyolojisinde Temel Bilgiler ve Tartışmalar, 1. Baskı, İstanbul, İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1990, s.116-117.

tutumlarını, amaçlarını ve davranışlarını kazandırarak gelecek nesillere hazırlar. Bu yolla başlayan sosyalleşme aile dışındaki deneyimlerle şekillenir (Hallaç ve Öz, 2014: 149).

Ailede sosyalleşme, çocuğa öğretimde bulunma, rehberlik, çocuğun eylemlerine yanıt vermek ve kendi eylemlerine çocuğu katmak yollarıyla olur (Tezcan, 1981: 145). Çocuk ise karşılaştığı ilk toplumsal kurum olan ailede iyi-kötü, güzel-çirkin gibi ahlâkî normları ve değer yargıları ile gelenek ve göreneklerin ilk bilgisini alır (Erkal, 1987: 69; Doğan, 2008: 86). Bu süreçte dış dünyayı, çevresini ve kendisini keşfedip, sosyal dünyada kendine bir yer edinir (Oktik, 2013: 300). Bedenen ve ruhen gelişen çocuk, yetişkin bir insan olmaya hazırlanır (Akdoğan, 2013: 146).

Aile bireyleri çocuğa sadece gündelik konularda model olmazlar, aynı zamanda onların dini inanç şekillerini de etkilerler (Arslantürk ve Amman, 2011: 315; Köylü, 2013: 72). Yani topluma uyumu, toplumsal kural ve görevlerin nesilden nesile aktarılmasını ve bireyler tarafından bu özelliklerin kazanılmasını ifade eden sosyalleşme ve sürecinin işlemesi öncelikle aile kurumuna ve aile-çocuk ilişkisine dayanır. Çünkü toplumsal kural ve görevler ilk aşamada anne ve babalar tarafından çocuklara aktarılır. O halde çocuğun genelde kişiliğinin gelişmesi, sosyal norm ve değerleri öğrenmesi özelde ise dini geleneği, davranışları, değerleri, ilkeleri... öğrenmesi aile içinde olur (Okumuş, 2014: 437). Dini büyük ölçüde ailesinin etkisiyle tanıyan çocuk, aile içinde yapılan ibadetler, dualar, namazlar, oruçlar, salâvatlar (Kayıklık, 2014: 96), dini merasimler, ad koyma, kulağına ezan okuma gibi davranışlarla karşılaşır (Akdoğan, 2013: 270). 2-3 yaşından itibaren bu davranış pratikleri çocuğun dikkatini çekmeye başlar (Kayıklık, 2014: 96) ve çocuğun, çevresindekileri Allah'a dua ederken, ibadet ederken bazı söz ve davranışların işitilmesi, görülmesi, onun bilincine yavaş yavaş yerleşir. Bu davranışlar, henüz düşünüp / anlama bölümü gelişmediğinden kendini bir taklit olarak göstermeye başlar (Peker, 2010: 167-168). Psikologlar dini taklit açısından baktıklarında dini tutumların oluşmasında ilk faktör olarak aileyi, daha sonra bireysel düşünce ve son olarak da okulun rol oynadığını ileri sürmüşlerdir. (Aktaran: Köylü, 2012: 72)

Gerek aile gerekse din, toplumsal birer kurum olarak insan hayatının belli alanlarını kuşatıcı bir özelliğe sahiptirler (Birekul, 2014: 143). Toplumsal kurumların birbiri ile olan kaçınılmaz ilişkisi dikkate alındığında hemen her toplumda ailenin

dini hayat üzerinde dini hayatın da aile üzerinde etkilerde bulunduğu rahatlıkla söylenebilir (Koştaş, 1995: 76; Birekul, 2014: 143).

Kısacası aile, çocuğun genel anlamda içinde bulunduğu toplumun hâkim değer ve bilgileriyle donatılması işlevini, özel anlamda ise çocuğa dinsel bilgi ve pratiklerinin öğretilmesi işlevini yerine getiren ilk ve en temel sosyalleşme ajanlarından birisidir (Önder Erol ve Arslan Cansever, 2016: 1138).

1.2.3.2.Eğitim

Eğitim, bireyleri kendi toplumlarının bir parçası haline getirmek için onlara bilgi, beceri ve davranış normları kazandırma (Giddens ve Sutton, 2018: 159) ve olay, olgu ve nesnesi olan bir varlığı nasıl biçimlendirip kültür varlığı haline getirebiliriz sorusunun cevaplandırılmasını kapsayan bir süreçtir (Arslantürk ve Amman, 2011: 360). Sosyologlar ise eğitimi, pek çok düzenleme yanında, kişisel ufku genişleten, bilgi ve beceri kazanımını sağlayan ve bunları geliştiren bir kurum olarak tanımlarlar (Giddens ve Sutton, 2018: 159).

Bireyin yaşadığı toplumda yeteneğini, tutumlarını ve olumlu değer taşıyan davranış biçimlerini geliştiren süreç olarak eğitim (Aydın, 2013: 128), formel ve informal yöntemlerle insanlara aktarılır (Demir ve Acar, 1997: 72; Özbek, 2006: 254; Aydın, 2013: 128; Okumuş, 2014: 437). Toplumun karmaşık eğitimsel düzenlemeleri olan (Aydın, 2013: 128) belirli bir fiziki alanda, belirli bir zamanda, belirli bir müfredat uygulanan okul kurumlarında (Özbek, 2006: 254) teorik ya da teknik bilgi, değer, sosyal rol veya davranış kalıplarının öğretilmesine formel yöntem denir. İnfornel yöntem ise ailede ve genel kültür olarak çevrede yahut gazete ve dergi gibi çeşitli organlarla gerçekleştirilen eğitimidir (Demir ve Acar, 1997: 72; Aydın, 2013: 128).

İnsan doğumu ile birlikte nesnelerden, olaylardan ve olgulardan oluşan bir dünyada ilk önce resmi olmayan (informel) normlarla sosyalleşme / sosyalleştirme sürecine girer ve bu normlara uygun davranış oluşturmaya başlar (Arslantürk ve Amman, 2011: 156-157).

Daha sonra çocuk okul ve çevreyle kaynaşmakta ve her geçen gün sosyal hayatın merkezine doğru ilerlerken (Akdoğan, 2013: 146) ilk formel sosyalleşme aracı ile tanışmaktadır (Akan, 2003: 101). Özellikle çağdaş endüstriyel toplumlarda okulun, sosyalleşme sürecindeki rolü daha da önem kazanmıştır (Akan, 2003: 101;

Okumuş, 2014: 437). Çünkü 6-7 yaşlarında hatta günümüzde daha da erken okulla tanışan birey onlarca arkadaş edinir. Anne ve babasının haricinde gördüğü, vakit geçirdiği arkadaşları vasıtasıyla sosyal yönden hızlı bir gelişme gösterir (Şentürk, 1995: 69).

Eğitim olayının bir ucunda hayata henüz bedensel, ruhsal, toplumsal ve moral olarak hazır olmayan insan yavrusu yani yetişmekte olan kuşaklar (çocuk ve gençler), diğer ucunda ise yetişkinler bulunmaktadır. İşte eğitim, bir anlamda bu iki ucun birbirine karşı sorumlulukları çevresinde yetişkinleri, yetişmekte olan kuşaklar karşısında yükümlü kılan toplumsal bir olaydır (Doğan, 2000: 218).

Toplum hayatının bütünlüğü içine yerleşmiş bir doku gibi, bütün hadiselerle sinmiş kompleks bir faaliyet olan eğitim (Altıkardeş, 2013: 92), sosyalleşmenin özel bir tezahürüdür (Erkal, 1987: 71; Altıkardeş, 2013: 65; Okumuş, 2014: 437; Giddens ve Sutton, 2018: 160).

Birey üzerine yapılan ve onun fiziksel, zihinsel ve ahlâksal varlığında bir değişikliği ve gelişmeyi hedefleyen eğitim (Tezcan, 1981: 41), bireye kişiliklerin oluşumunda (Tezcan, 1981: 41; Kirman, 2004: 64) ve yetişkin bir birey olarak toplumun üyesi olmasında yardımcı olur (Tezcan, 1981: 41; Özbek, 2006: 254; Akdoğan, 2013: 146; Altıkardeş, 2013: 92; Okumuş, 2014: 437).

O zaman aile, ekonomi, siyaset ve din gibi her yerde ve her zamanda olan eğitimin (Arslantürk ve Amman, 211: 360) kişinin çocukluğundan hatta anne karnından itibaren başladığını düşünürsek (Sezen, 1998: 215; Akdoğan, 2013: 149) insanın iyi bir eğitim ve öğretim sürecinden geçirilmesi insanın sosyalleşmesine ve toplumun geleceğine yapılan bir yatırımdır diyebiliriz (Akdoğan, 2013: 149).

1.2.3.3. Toplumsal Çevre

Toplum; ortak bir kültürü paylaşan (Marshall, 1999: 732; Kirman, 2004: 231), belli bir toprak parçasında yerleşik (Demir ve Acar, 1997: 222; Marshall, 1999: 732; Kirman, 2004: 231) ve kendilerini özgün bir varlık olarak gören (Marshall, 1999: 732) cinsiyet, yaş, gelir, ırk, kültür vb. açılardan farklılıkları barındıran insanların oluşturduğu, çok boyutlu ilişkilerin yaşandığı (Akdoğan, 2013: 159) az veya çok (görelî) bir kararlılığa sahip, belli bir amaca ulaşmak için organize olmuş sosyal bir ortamdır (Arslantürk ve Amman, 2011: 213).

İnsan ya da başka bir canlının yaşamı boyunca ilişkilerini sürdürdüğü dış ortam olan çevre (Demir ve Acar, 1997: 48), eylem halindeki insanlar tarafından oluşturulur ve sürdürülür. Kişi, bu faaliyetten bağımsız ne bir varlığa ne de bir gerçekliğe sahiptir (Berger, 2000: 42).

Toplum, kurallarını sosyal bir varlık olmayan insana doğumu ile birlikte aşılar, öğretir ve benimsetir (Doğan, 2000: 85; Arabacı, 2003: 42; Arslantürk ve Amman, 2011: 159; Altıkardeş, 2013: 65; Akdoğan, 2013: 107-108). Belli bir zaman sonra fert bu kurallara kendiliğinden uyar (Arslantürk ve Amman, 2011: 159). Bu da bireye özgü bir kimlik ve benlik kazandırırken aynı zamanda bireyin içinde bulunduğu toplum ve gruba da süreklilik kazandırır (Doğan, 2000: 85). O halde insanın kendine has hayatına kavuşması için çevreye, yani topluma ihtiyacı vardır (Sezen, 1994: 138).

İnsanın sosyalleşmesi toplum içinde yaşama zorunluluğunun bir sonucudur (Doğan, 2000: 81). Sosyalleşme bireyin toplum içinde yaşamını sürdürebilmesi ve toplum hayatının idamesi için gereklidir (Okumuş, 2014: 431). Çünkü insan özelde aile veya çevre, genelde ise toplum içindedir (Doğan, 2000: 81). O halde insan tabiatı gereği toplumda sosyalleşme süreci içinde varlık kazanır (Okumuş, 2014: 431).

Sosyalleşme sayesinde insan doğduğu grup ve çevrenin niteliklerini kazanır (Doğan, 2000: 81; Arslantürk ve Amman, 2011: 229; Okumuş, 2014: 431) ve gerekli beceri, yetenek ve alışkanlıkları edinerek toplumsal bir şahsiyet halini alır (Okumuş, 2014: 430).

Sosyalleşmenin birey ve toplum açısından bazı sonuçlarından bahsedilebilir.

Birey açısından; biyolojik organizma insanlaşır, bireyin kişiliği gelişir ve gerçekleşir, birey kimlik ve benlik edinir. Toplum açısından ise; yeni katılan üyelerin, topluma uyumu sağlanır, kültürün kuşaklar arasındaki aktarımı sağlanır ve böylelikle de toplumsal devamlılık, süreklilik sağlanır (Kaplan ve Çetinkaya, 2014: 122).

Toplumsal bir varlık olan insanın çevresini fiziki ve sosyal çevre olmak üzere ikiye ayırabiliriz. Fiziki çevre içerisinde iklim, coğrafya ve bölgesel tarihi farklılıklar ön plana çıkarken (Polat, 2002: 207; Kirman, 2004: 51); sosyal çevre içerisinde de din (Polat, 2002: 207; Kirman, 2004: 51; Arslantürk ve Amman, 2011: 160; Aksoy, 2013: 65), boş zamanlarını değerlendirme (Polat, 2002: 207; Aksoy 2013: 65), arkadaşlık grupları (Polat, 2002: 207), örf, adet, gelenek, töre, ahlâk, hukuk, bilim

(Arslantürk ve Amman, 2011: 160), ekonomi, siyaset, aile, eğitim (Aksoy, 2013: 65) gibi pek çok faktör sayılabilir. Bu faktörlerden belki de en önemlisi din faktörüdür (Polat, 2002: 207). Bireyin yetişirken benimsediği dini inanç, tutum ve düşünceleri, bireyin dini sosyalleşmesini sağlar (Kirman, 2004: 51).

Her ne kadar toplumsal çevre ve kişisel tutumlar arasında kesin bir ayrım yapılamasa da tutumların gelişmesinde bireyin çevresinin izlerini taşıması mümkün değildir. Bundan dolayı ailenin dışında kalan toplumsal çevrenin dini formasyona olan katkısı inkâr edilemez (Günay, 1999: 250).

1.3.DİNİ SOSYALLEŞME VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Kitle medyası aracılığıyla teknolojik yöntemlere aktarılan ve bu özelliğiyle bütünüyle çağdaş bir iletişim biçimi haline gelen “birden çokla” iletiler ismiyle de ifade edilen kitle iletişim araçları (Chandler ve Munday, 2018: 240), geniş kitleleri eğlendirmek, kitlelere bilgi veya mesaj ileterek onları aydınlatmak, yönlendirmek veya denetlemek gibi amaçlarla kullanılan (Demir ve Acar, 1997: 134) televizyon, radyo, gazete, dergi (Demir ve Acar, 1997: 134; Giddens ve Sutton, 2018, 280-281) ve filmlerdir (Giddens ve Sutton, 2018, 280-281).

Bir toplumun fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için üyeleri ve grupları arasında belli bir haberleşme sisteminin bulunması gerekir. Düşünen ve düşünce üreten varlık olarak insan, kendini ve kendi dışındaki varlıkları algılar, öğrenir, düşünür; analiz yapar, sentezlere ulaşır ve varlıklar hakkında birtakım düşünceler geliştirir. Ancak düşünce geliştirmek yeterli değildir. Bunları ifade etmek ve başka varlıklara iletmek gerekir (Arslantürk ve Amman, 2011: 220-221).

İnsanlar esasta iletişimi, haberleşmeyi yüz yüze yaparlar. Ancak zaman geçip toplum her gün biraz daha karmaşık nitelik kazanınca mesajların yöneltileceği gruplar büyük genişlik kazanır ve yüz yüze iletişim yetersiz hale gelir. Böylece kişinin artık bildiği, tanıdığı komşusuna değil; tanımadığı, daha önce iletişimde bulunmadığı diğer insanlara mesajlar yöneltmesi gerekir. Bu olgudan doğan iletişime “tali, ikinci türde iletişim” denir (Dönmezer, 1999: 383-384).

İletişim teknolojisindeki baş döndürücü gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçları (Okumuş, 2014: 437) ya da moda deyiimiyle medya (Doğan, 2000: 83) her yaştaki insanlar üzerinde etkili olmaktadır. Ayrıca o, insanların tutum ve davranışları

üzerinde büyük bir etkiye sahip olmasının yanı sıra (Okumuş, 2014: 437) sosyalleşme sürecinde önemli rol oynar (Doğan, 2000: 83; Okumuş, 2014: 437; Giddens ve Sutton, 2018, 280-281). Dolayısıyla sosyalleşmenin, sosyal paylaşım ağları ile daha değişik bir boyuta taşındığını söyleyebiliriz (Dilmen ve Ögüt, 2010: 238).

Tarihsel süreç içinde toplumların sahip olduğu / benimsediği normlar, bireye her zaman aile ve arkadaşlarıyla aktarılırken, günümüzde eğitim ve kitle iletişim araçlarının da onlara katılması ile birlikte önceki durumlara oranla sosyalleşmenin daha da hızlandığı söylenebilir (Kaya ve Tuna, 2008: 160; Kurt, 2012: 2). Bu yüzden kitle iletişim araçları bizim dünyaya ilişkin anlayışımızı biçimlendirmede çok büyük bir öneme sahiptir (Giddens, 2008: 208).

Kitle iletişim araçları ile diğer sosyalleşme araçları arasındaki fark, iletişimin geniş, heterojen ve bilinmeyen izleyicilere yöneltilen tek yönlü iletişim olmasıdır (Akan, 2003: 101; Beşirli, 2013: 204-205). Katılımcının izleyicilerle yüz yüze bir şekilde iletişim kurma olanaksızlığı genişlik olarak ifade edilirken heterojen, saptanmış belirli bir grubun olmaması olarak da ifade edilir (Beşirli, 2013: 204-205).

Bu yüzden kişiler seyrettikleri, gördükleri veya duydukları şeyleri olduğu gibi içselleştiremezler. Medya veya daha başka yerlerden topladıkları bilgileri diğer insanlarla etkileşimde bulunarak değerlendirme seçeneklerini kullanırlar (Akan, 2003: 101).

Gelişen iletişim teknolojileriyle bilgiye erişim, kolay ve sınırsız hale gelmiştir. Bu durum, iyi kullanıldığında yetişmekte olan nesillerin eğitimine olumlu katkı sağlarken; amaçsız ve kontrolsüz kullanıldığında çeşitli bilgi kirliliğine ve olumsuz rol modelleri tanıma gibi durumlara da sebep olabilmektedir. İşte kitle iletişim araçları çocukların dini sosyal evrenlerini bu şartlar altında oluşturup geliştirirken (Özdemir, 2018: 139) aynı zamanda dini kültür özelliklerinin topluma aktarılmasında da büyük bir rol oynar (Günay, 1999: 250).

1.3.1.Dini Sosyalleşme Safhaları

Kişinin içinde yaşadığı toplumun din, değer, gelenek ve ideolojileri gibi (Okumuş, 2014: 430) kültür ve gruplara özgü “duyma, düşünme, yapma tarzları” nı özümseme süreci olan sosyalleşme (Doğan, 2000, 85), ömür boyu devam eden bir

süreçtir (Doğan, 2000, 85; Arslan, 2006: 61; Beşirli, 2013: 195; Okumuş, 2014: 430; Onar Çambay, 2015: 238). Bu süreci bazı psikologlar ve eğitimciler, insanın gelişimini belirli dönemlere ayırarak izah ederler (Özbek, 2006: 253). Çocukluk, gençlik, yetişkinlik ve yaşlılık gibi aşamaları olan (Doğan, 2000: 82) bu dönemlerin her birinin bedensel, zihinsel, sosyal vb. pek çok özellikleri⁵ vardır (Özbek, 2006: 253). Bu aşamalar içinde çocukluk ve ilk gençlik dönemlerinin ayrı bir yeri ve önemi vardır. Çocukluk dönemi için ailenin, ilk gençlik (ergenlik) dönemi için de okul ve sokağın belirleyici özelliklere sahip olduğu söylenebilir (Doğan, 2000, 82).

Sosyologlar sosyalleşmenin genellikle iki aşamada gerçekleştiğinden söz ederler. Birincil sosyalleşme, bebeklik ve çocukluğun ilk döneminde gerçekleşir (Akan, 2003: 100; Giddens, 2005: 25-28; Beşirli, 2013: 193; Okumuş, 2014: 438; Chandler ve Munday, 2018: 411). Kişi bu çağda tutumlar, değerler ve uygun bireysel davranışı aile, okul arkadaşları (Akan, 2003: 100; Okumuş, 2014: 438; Chandler ve Munday, 2018: 411) ve basın yayın araçları ile öğrenir (Akan, 2003: 100). İkincil sosyalleşmede ise, gençler ve yetişkinler (Akan, 2003: 100; Giddens, 2005: 25-28; Beşirli, 2013: 193; Okumuş, 2014: 438; Chandler ve Munday, 2018: 411) içinde bulundukları duruma uygun bir şekilde nasıl davranacaklarını öğrenirler (Okumuş, 2014: 438). Bu dönemde iş, evlilik ve emeklilik çevresi etkili olmaktadır (Akan, 2003: 100).

Diğer taraftan insanlar dini bilgi, inanç ya da ibadet alışkanlıkları ile doğmazlar, bunları sonradan edinirler. Kısacası din, sosyalleşme sürecinde öğrenilir

⁵ Bütün dünya bir sahnedir, Kadın, erkek bütün insanlarda oyuncular, Her birinin giriş ve çıkış zamanları vardır, Her insan kısa ömrü içinde çeşitli roller oynar, Birinci perdede bebettir, sütninesinin kollarında salyalarını akıtarak ağlar, Sonra sızıldanan bir okullu, sırtında çantası, tertemiz sabahlık yüzü ile isteksiz, sümüklü böcek gibi sürünerek okula gider, sonra âşıktır; fırın gibi derin nefes alır, sevgilisinin kaşına türküler düzer, sonra pars bıyıklı bir askerdir, ağzında garip küfürler, kendi onuru üzerine titrer, çabuk kızıp kavgaya girer, su kabarcığından farksız şanı şöreti top ağzında bile arar, sonra da herkese adalet dağıtan biri, saygındır toparlak göbeği besili bir piliçle astarlanmıştır, bakışları sert, sakalı usulünce kesilmiş, ukala bilgelikleri, herkesin kullanabileceği örnekleri boldur, böylece kendi rolünü oynar. Altıncı perde, burnunda gözlük, yanında kese, yaşlı biri, eskimesin diye sakladığı pantolonu, sıska bacaklarına büsbütün bol gelir, bedeni kurumuş, ayağı terlikli bir soytarı halini alır, kalın erkek sesi, tekrar çocuk sesi gibi incelerek düdük sesine döner. Ve son perde: bu acı ve aynı zamanda coşkulu hikâyeyi sonuçlandıran bölümdür, ikinci bebeklik dönemidir; tam bir unutulmuşluktur, gözsüz, dişsiz, hiçbir şeysiz. / (Aktaran: Erikson, 2020: 16)

(Arslan, 2006: 61; 2009: 119). Bu etkileşimi ifade eden “dini sosyalleşme”, bireyin sosyo-dini bir bağlam içinde toplumun dini normlarını, inanç ve uygulamalarını öğrenmesi ve özümsemesi olarak tanımlanır (Arslan, 2009: 119).

Dini sosyalleşme kişilerde doğumla başlar, ömür boyu devam eder ve ölümle sona erer. Bu nedenle beşikten mezara kadar uzanan uzun ve karmaşık dini formasyon süreci içerisinde çocukta ilk dini şuurun uyanışı ve gelişmesi, gençlik, olgunluk ve ihtiyarlık dönemleri gibi birtakım etapları ayırt etmek mümkündür (Günay, 1981: 196). Kişiler çocukluk, gençlik, olgunluk ve ihtiyarlık dönemlerinde Allah inancı, dini duygu, düşünce ve tutumlar açısından birbirinden farklı özellikler taşırlar (Şentürk, 1995: 81-82; Günay, 1999: 75; Uysal, 2006: 208; Karaşahin, 2018: 237). Anne-baba, öğretmen ve diğer yetişkinlerin aktif olduğu çocukluk ve gençlik dönemi dini inanç, tutum ve değerlerin benimsendiği, genç ve orta yetişkinlik dönemi geliştirildiği ve kuvvetlendirildiği, ileri yetişkinlik dönemi ise dinin birey üzerinde sonuçlarının en yoğun biçimde görüldüğü bir dönemdir (Kılavuz, 2002: 68-72).

1.3.1.1.Çocukluk Dönemi ve Dini Sosyalleşme

Kendi içinde süt çağı, okul çağı, ergenlik öncesi çağı gibi dönemlere ayrılan (Kayıklık, 2014: 95-96) ve doğumdan ergenlik dönemine kadar geçen hayat bölümünü ifade eden çocukluk bölümü (Demir ve Acar, 1997: 49; Kayıklık, 2014: 95-96), kuşkusuz sosyalleşmenin en yoğun olduğu dönemdir. Bu dönemde gerçekleşen sosyalleşme toplumsal hayat için gerekli bilgi ve becerileri kazandırır ama bu hayatın bütünü için yeterli değildir. Sosyo-kültürel değişme, hayatın her aşamasında yeni bilgilerin birey tarafından öğrenilmesini gerektirir. Yenilikler karşısında birey kaçınılmaz bir sosyalleşme ile iç içe bulunur (Doğan, 2000: 85). Diğer taraftan dini sosyalleşmenin de gerçekleştiği en şiddetli ve en önemli dönem olduğuna kuşku yoktur (Günay, 1999: 244; Kayıklık, 2014: 95-96; Özdemir, 2018: 153). Bireylerin kişiliklerinin oluşması süreci olarak oldukça genel ve geniş bir kavram olan sosyalleşme içerisinde yer alan dini sosyalleşme, her şeyden önce bir eğitim ve öğretim konusudur (Kirman, 2004: 64). Çünkü bu dönemde insan, toplumun yemek, içmek, giyinmek ve tapınmak gibi pek çok şeylerini bir an önce öğrenir ve toplumsal yaşama adapte olur (Günay, 1999: 244). Ayrıca bu dönem

hayatın daha sonra gelen dönemlerine ait evrelerin şekillenmesinde büyük öneme sahip olduğuna göre çocuğun dini duygu, düşünce ve davranışlarının anlaşılması için dinin onun dünyasında nasıl oluştuğunun, ortaya çıktığının ve geliştiğinin belirlenmesi gerekir. Bu açıdan yaklaşıldığında iki konunun öne çıktığı görülmektedir (Kayıklık, 2014: 95-96).

Birincisi “çocuk doğuştan din duygusuna sahiptir” anlayışıdır. Bu anlayışa göre, çocuk doğuştan inanma duygusu taşımaktadır ve bu duygu büyük ihtimalle aile ve çevrenin etkisiyle ortaya çıkar (Kayıklık, 2014: 95-96). İslam kültüründe bu anlayış ‘fitrat’⁶ olarak tanımlanmaktadır. Fitratla kast edilen çocuğun yaratılış itibarıyla din duygusuna sahip olduğu ve zaman içinde özellikle anne babanın etkisiyle bu din duygusunun şekillendiği fikridir. Hatta bazı İslam düşünürleri fitratı, Müslümanlık olarak anlamışlar ve çocuğun Müslüman olarak dünyaya geldiğini ileri sürmüşlerdir. Bu konuya delil olarak da “*Dünyaya gelen her çocuk fitrat üzere doğar; sonra anne ve babası onu Yahudi, Hristiyan, Mecusî, (başka bir rivayete göre putperest) yapar*” hadisini göstermişler ve buradaki fitrat kelimesini İslam olarak anlamışlardır (Aktaran: Kara, 2012: 12; Kayıklık, 2014: 95-96).

İkincisi ise, “çocukta inanma ya da din duygusu bulunmaz” anlayışıdır. Bu anlayışa göre çocuk dinsel anlamda tarafsız bir duygu taşımaktadır. Yani ne dine eğilimlidir ne de dine karşıdır. Çocuğun inanması ya da inanmaması, dindar olması ya da olmaması, aile ve çevrenin etkisiyle gerçekleşen bir durumdur. Bundan dolayı onun dindarlık biçimi, dinin onun hangi duygusu ya da duygular üzerinde canlanıp geliştiğine bağlıdır (Kayıklık, 2014: 95-96).

Ailenin hayat standartları çocuğun biyolojik gelişimi ve buna bağlı olarak zekâsının gelişimine, dolayısıyla öğretilenleri anlama ve algılamasına dolaylı yünden etki ederken, aile fertlerinin dinî bilgilerinin nitelik ve niceliği normal düzeydeki bir zekâyâ sahip olan çocuğun dini bilgisine direkt olarak etkide bulunacaktır (Arabacı, 2003: 49). Onun için anne / baba ya da ailenin diğer fertlerinin dini bilgi durumları çocuğun dini sosyalleşmesinde devreye girecektir (Kılavuz, 2002: 68; Arabacı, 2003: 49; Akan, 2003: 99; Birekul, 2014: 143).

⁶ Fitrat, insanın özgün yaratılışıdır. Başlangıcı ve mahiyeti itibarıyla insanın varlığından önce bulunan; onun geleceğini, kendisini ve vasıtasıyla gerçekleştireceği fiillerini yönlendirecek olan insanî kıvam, özgün hususiyet ve şahsiyettir. / Osman Kara, Kur’ân’a Göre İnsan Şahsiyetine Etki Eden Faktörler, Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt 14, Sayı 25, 2012, s.11.

Çocuğun bebeklik dönemi olarak kabul edilen 0-2 yaş arasında dini tezahürlerle pek karşılaşmaz. Ancak yürümeye ve birer-ikişer kelimelik cümlelerle konuşmaya başladığı zaman (Şentürk, 1995: 64) kendisine “model” olarak seçtiği aile büyüğünün her işe besmele ile başlaması, abdest alması, Kur’an okuması, camiye gitmesi, günlük konuşmalarda dini formülleri kullanması (Günay, 1981: 198-199), namaz kılması ve dua etmesi (Günay, 1981: 198-199; Şentürk, 1995: 64) gibi dini davranışları taklit etme çabası içine giren çocuklarda çok basit olarak dini tezahürlerin ortaya çıkmaya başladığı düşünülür (Şentürk, 1995: 64). Bu aşamada çocuk zihnine takılan hususları da yakın çevresine yönelttiği sorularla aydınlığa kavuşturmaya çalışır (Günay, 1981: 198-199).

Çocukluk döneminde dini bilgilerini ve dini eğitimini gereği gibi alan birey ergenlik dönemine geçtiğinde kişiliğinde bir oturma ve olgunlaşma olacak, dini uygulamalarını da gereği gibi yerine getirmeye çalışacaktır. Sosyal çevreye uyum konusunda zaman zaman bazı problemleri olsa dahi yetişkinlerin de yardımıyla bunları rahatlıkla aşabilecek ve sosyal uyumu gerçekleştirerek toplumla bütünleşmesi mümkün olacaktır (Şentürk, 1995: 72-73).

1.3.1.2. Gençlik / Ergenlik Dönemi ve Dini Sosyalleşme

Gençlik dönemi biyolojik değişmelerle başlar, döneme özgü sosyalleşme kalıp ve biçimleri ile de gelişir (Doğan, 2000: 378). Bu dönemde okul ve sokak belirleyici özelliklere sahiptir (Doğan, 2000: 82). Gençler anne-baba kontrolünden yavaş yavaş çıkmaya başlarlar. Kendi kimliklerini oluşturma ve belirgin gençlik kültürüne katılma sürecinde bağımsız olmak isterler (Akan, 2003: 99-101).

Gençlik döneminin başlangıç safhası ergenliktir denebilir. İnsanın hayat serüveninde çok dikkat çeken hatta en çok dikkat çeken dönemlerden olan ergenlik (Kayıklık, 2014: 97-98), 10-12 yaşları ile 18-22 yaşları arasında (Eryılmaz, 2011: 57; Kayıklık, 2014: 97-98) bilişsel, ahlâkî (Eryılmaz, 2011: 57), fiziksel, sosyal (Akan, 2003: 100; Eryılmaz, 2011: 57), kişisel (Akan, 2003: 100), ruhsal (Demir ve Acar, 1997: 80) ve biyolojik olarak cinselliğin fark edildiği (Demir ve Acar, 1997: 80; Eryılmaz, 2011: 57; Kayıklık, 2014: 97-98, Taplamacıoğlu, ty: 149) cinsel organların üremeye ilişkin fonksiyonlarının işlerlik kazandığı bir dönemdir (Demir ve Acar, 1997: 80). Birçok tutum ve değerler ergenlik öncesi çocukluk yıllarında şekillenmiş

olsa da gençler ancak bu evrede bilişsel ve manevi olgunluğa erişirler (Akan, 2003: 100).

Ayrıca ergenlik dönemi, hem hassaslık içeren bir varoluş hissini hem de her çeşit ideolojik değere (dinî, politik, entelektüel) yönelik tutkuyu içinde barındırır (Erikson, 2020: 114). Ancak dine karşı olan bu ilgi ergen tarafından dar bir çerçevede kavranmaktadır (Kılavuz, 2002: 67).

Şöyle ki bu dönemdeki kişi çocukluk döneminden çıkmış ama henüz genç de olmamıştır. Bu sebeple bir takım psikolojik karmaşa ve bocalama içindedir (Aktaran: Koştaş, 1995: 4; Şentürk, 1995: 70). Ergen, bir taraftan fizyolojik, sosyal, duygusal, düşünsel ve davranışsal değişim ve gelişmeler yaşarken diğer taraftan sorgulayan, itiraz eden, başkaldıran, isyan eden sert tutumlarıyla dikkat çeker (Kayıklık, 2014: 97-98, Taplamacıoğlu, ty: 149). Örf, adet, gelenek ve görenekleri, ahlâk kurallarını, toplumsal norm ve yaptırımları, kısacası her şeyi acımasızca sorgulayan ergen, normal olarak çocukluk döneminde sorgulamadığı dinsel değerleri de bir sorgu süzgecinden geçirir. Çevrenin ve özellikle ailenin verdiği dinsel değerler ince elenip sık dokunarak gözden geçirilir (Kayıklık, 2014: 97-98). Bu aşamada ergenin takip edebileceği çok fazla yol olmayıp tercihte bulunabileceği seçenekler “din konusunda ilgisizlik, yani çoğu zaman kaba diye ifade edebileceğimiz bir tutumla hareket eden ergen, bütün değerleri, kendisini engellediği gerekçesiyle yanlış ve gereksiz görerek yok sayma ya da onlardan uzak durma”, “din konusunda fırsatçı bir tutum, yani geleceğe dönük hayat felsefesini oluşturmaya çalışan ergen, o zamana kadar sahip olduğu dinsel değerleri ya olduğu gibi ya da kendi felsefesine uygun hale getirerek kabullenme”, “müspet anlayışlı bir inanç ve ibadete bağlılık yani, sorunların ve sıkıntıların içinde bunalan genç, dinsel değerleri bir kurtuluş aracı olarak kabul edip onlara sığınma” şeklinde sıralanabilir (Kayıklık, 2014: 97-98, Taplamacıoğlu, ty: 149).

Gerek çocukluk çağında gerekse daha sonraki ergenlik çağında, yetişkinlerin her konuda olduğu gibi dini konularda da onlara olabildiğince sağlıklı bilgiler sunması icap eder. Ergenin gelişen zihinsel ve duygusal dünyasına uygun bir şekilde dini ilgi ve ihtiyaçlarının tatmin edilmesi, bu noktada bilhassa ilmiyal bilgilerinin tam olarak verilmesi, kafasına takılan hususları sorabilmesi için kendisine gerekli yakınlığın gösterilmesi ve arkadaşça yaklaşarak uygun rehberliğin yapılması anne-babalara, büyüklere ve öğretmenlere düşen bir görevdir. Bu hem çocuk veya ergenin

sağlıklı bir ruhi gelişme göstermesi bakımından, hem de bilgi kaynağı olan yetişkinlere olan güvenin zedelenmemesi bakımından gereklidir (Şentürk, 1995: 71).

1.3.1.3. İlk Yetişkinlik Dönemi ve Dini Sosyalleşme

Yetişkinlik, olgunluk ve hukuken sorumlu kabul edilen çağa kavuşan kişinin durumunu anlatan bir kavramdır (Özbek, 2006: 253). İlk yetişkinlik 10'lu yaşların sonlarında ya da 20'li yaşların başlarında başlayan ve 30'lu yaşların sonlarında biten bir dönemdir (Eryılmaz, 2011: 57; Aktu, 2016: 164). Kişisel ve ekonomik açıdan bağımsızlaşmanın, kariyer gelişiminin, eş seçiminin ve aile kurmanın gerçekleştiği aşamadır (Eryılmaz, 2011: 57).

Bu döneme girildiğinde, ergenlikte yaşanan şüphe, kararsızlık ve çalkantılar durularak (Uysal, 2006: 214) daha istikrarlı bir sosyal ve dini hayat başlar (Şentürk, 1995: 75). Dini hayatta bir dengelenme, yeniden yapılanma, eski inanç ve alışkanlıkları gözden geçirme gibi düzenlemeler yapılır. Bu gelişmelerin duygusallıktan akılcılığa doğru bir değişim süreci yönünde olduğu söylenebilir (Uysal, 2006: 214). Eğer birey ergenlik döneminde dini eğitimini gereği kadar alamadığı gibi bir de bunun farkındalığını yaşamamışsa, o zaman bu çağda kendini daha çok dünyevi konulara verir ve dini hayat bakımından yeterli bir çaba içinde olmayabilir, dini konulara fazla ilgi göstermeyebilir (Şentürk, 1995: 75).

İlk yetişkinlik dönemi, psikolojik olarak yaşamın en doyumlu ve bir o kadar da yıpratıcı yıllarını oluştururken (Aktu, 2016: 162) diğer taraftan da en kritik orta yaş faktörü giderek belirginleşmeye başlar (Erikson, 2020: 123).

1.3.1.4. Orta Yetişkinlik Dönemi ve Dini Sosyalleşme

Orta yetişkinlik çağı, orta yaş ve ileri yaş dönemleri arasında kalan yaklaşık 40-65 yaş diliminde yer almaktadır. Bu çağda birey biyolojik açıdan duraksama veya gerileme gösterir. Psikolojik açıdan bakıldığında hayata dair bir doyum hâkimdir. Sosyal açıdan ise bireyin değerli bir yaşam sürdürme (Aktu, 2016:164), gelecek nesillerin yetişmesine katkıda bulunma ve kariyerinin zirve noktasına ulaşma gibi hedeflerinin olduğu görülür (Eryılmaz, 2011: 57). Kişi orta yaşa geldiğinde ve kendi

ayaklarının üzerinde durmayı nihayet başardığında, yaşamını tamamlamak için başkalarına bir şeyler vermesi gerektiğini öğrenir (Erikson, 2020: 185).

Bu dönemin en önemli özelliklerinden bir diğeri ise, bu yaş grubundaki insanların ergenlik ve ilk yetişkinlik dönemlerine özlemle bakmaya başlamalarıdır. Kişi artık hayat yolculuğunun ortasına gelmiş ve ölüm gerçeğini açık bir biçimde hissetmeye başlamıştır. Bunun en önemli yanı ise, artık hayatın sınırlı olduğu ve ölümün kaçınılmaz bir son olduğu hissini kişinin tamamen zihnine yerleştirmesidir (Uysal, 2006: 217).

İnsan hayatının kritik bir dönüm noktası olan orta yetişkinlik evresi, endişe, huzursuzluk ve çatışma meydana getiren bir devredir (Peker, 2010: 175-176). Bazılarına göre bu dönemde görülen bu bunalımı doğuran temel faktör strestir. Stresin kaynağı ise aile hayatı ve sosyal hayatta meydana gelen görev ve sorumluluk değişikliğidir (Uysal, 2006: 219). Kişi, bu çatışma ve huzursuzluklardan kurtulmak için bu dönemde dine daha fazla ilgi duymaya başlar (Uysal, 2006: 222; Peker, 2010: 175-176). Daha önceki gelişim dönemlerini -çocukluk, ergenlik, ilk yetişkinlik dönemlerini- dini kültürün yaygın ve muteber olduğu bir sosyal çevre içinde geçiren kişiler, orta yaş döneminde dine daha kolay uyum sağlayabilir (Uysal, 2006: 241).

Başka bir açıdan ise orta yetişkinlik bireyin, fizik ve zekâ gücünün ilk hızını kaybettiği yaşama şartlarının bir dengeye oturması ve geçim endişesinin kısmen azalması karşısında dini amellerle uğraşmaya vakit ve imkân bulduğu bir dönemdir. Yani oğul ve torun sahibi kimselerin geçim kaygısından kısmen kurtulması orta yaştaki insanların kendilerini öbür dünya işlerine bağlamalarına imkân vermiş ve bu kimseleri daha dindar kılmıştır (Taplamacıoğlu, ty: 150).

1.3.1.5. Son Yetişkinlik Dönemi ve Dini Sosyalleşme

Gelişme ve yıpranma dönemine göre farklılık göstermekle beraber son yetişkinlik dönemi⁷ ortalama 60'lı ve 70'li yaşlarda başlar (Peker, 2010: 176; Eryılmaz, 2011: 57; Aktu, 2016: 164) ve ölüme kadar devam eder. Kişinin bu dönemde güç ve sağlık kaybına alışma, yaşamını gözden geçirme, emekli olma, yeni sosyal rollerine uyum sağlama (Eryılmaz, 2011: 57; Demirbaş, 2018: 1) ve eş veya

⁷ İleri yetişkinlik, geç yetişkinlik ve yaşlılık dönemleri ile de ifade edilir.

akranlarının ölümüne alışma durumu söz konusudur (Demirbaş, 2018: 4). Diğer taraftan bu çağ kişinin fiziksel, bilişsel, sosyal ve ekonomik gibi alanlarda yaşadığı kayıplar ve bu kayıpların psikolojik durumunu olumsuz olarak etkilediği bir gelişim evresidir (Demirbaş, 2018: 1; Şener, 2009: 2). Sağlığına en çok dikkat eden insanlar bile bu dönemde güçsüzleşmeye ve eskiden olduğu gibi işlev gösterememeye başlarlar. Beden, gücü korumaya ve kontrolü sürdürmeye yönelik bütün çabalara rağmen özerkliğini yitirmeye devam eder (Erikson, 2020: 158). Bu dönemde bellek ve bilgiyi işleme süreçlerinde değişiklikler görülür, düşünce hızları yavaşlar ve tanıma, isimlendirme, dikkatin yönlendirilmesi, soyut düşünme, yargılama ve plan yapmada daha fazla zaman harcarlar (Demirbaş, 2018: 5). 40'lı yaşlardayken kişiyi harekete geçiren, itici gücü olmuş olan azimlilik hali bu dönemde zar zor hatırlanabilecek bir anıya dönüşürken (Erikson, 2020: 163) umut, bedeninde giderek artan bozulmalar ve hem kronikleşmiş hem de aniden ortaya çıkabilecek olan düşkünlük halleri nedeniyle kolayca umutsuzluğa dönüşebilir (Erikson, 2020: 159).

Kısacası bu dönemde, organizma doğar, büyür ve ölür. Doğuşta taptaze olan, her şeyiyle yepyeni, kullanılmamış, büyümeye, gelişmeye hazır durumdaki organizma zamanla bir taraftan büyüüp gelişir, bütün beceri ve kabiliyetlerini ortaya koyarken, diğer taraftan kullanılmaya, yeniliğini kaybetmeye, aşınmaya da devam eder. İşte yaşlılık çağı, organizmanın büyüüp gelişmesini tamamladığı, yeniliğini kaybettiği ve giderek aşınmanın arttığı bir dönemi kapsamaktadır (Şentürk, 1995: 79).

Yaşlanma dönemine ulaşan kişiler, orta yaş döneminde gerçekleştirdikleri etkinlikleri mümkün olduğu sürece devam ettirmeye çalışırlar (Kılavuz, 2005: 30). Bu etkinlikleri sürdüren ya da istemeden bıraktığı etkinliklerin yerine yenilerini koyabilen yaşlıların yaşam doyumları da daha yüksek olmaktadır (Şener, 2009: 8). Çünkü sosyalleşme süreci ileri yetişkinlik döneminde çok önemli hale gelir. Sosyal ilişki ağının genişliği yaşlıların hayatına anlam katmaktadır (Demirbaş, 2018: 6-7). Birey; hastalık, boşanma (Demirbaş, 2018: 6-7), eşin kaybedilmesi, çocukların evden ayrılması (Kılavuz, 2005: 32) gibi sorunlarla karşılaştığında aile, arkadaş, akraba (Demirbaş, 2018: 6-7; Kılavuz, 2005: 32) ve komşulara daha fazla ihtiyaç duymakta (Demirbaş, 2018: 6-7) ve böylece sosyal / duygusal ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir (Kılavuz, 2005: 32).

Yaşlılık dönemindeki yetişkinler, bazen aile üyelerinden bazen de çevrelerindeki diğer insanlardan olumsuz mesajlar alabilmektedirler. Bu olumsuz mesajlarla onların kendilerini algılamaları arasında zıtlıklar ortaya çıkabilmektedir. Yaşlılar; bu zıtlığı en az seviyeye indirecek, kendilerine olumlu kimlik desteği sağlayacak insanlar ararlar. Bu kimliği sağlayan kimseler genellikle arkadaşlar olduğu için, yaşlılıkta onlardan alınan duygusal destek önemlidir. Yaşlılar arkadaşlık ilişkileri sonucunda sevgi, şefkat, güven, anlayış, bağlılık ve kabul gibi olumlu sonuçları tecrübe etme fırsatını da yakalamış olmaktadır (Kılavuz, 2005: 32-33).

Sosyalleşme nasıl ki hayat boyu devam eden bir süreçse dini sosyalleşmede devam eder (Arslan, 2009: 119) ve son yetişkinlik döneminde aktif bir rol üstlenir.

Yaşlılık döneminde din, çeşitli problemler ve sıkıntılar karşısında kişiye, bir dayanma gücü verdiği gibi aynı zamanda birtakım şeyleri yapabilmek için de motive eder. Kişiyi sosyal hayatın içine atar, toplumdan kopmasını önler (Şentürk, 1995: 80-81). Böylece, yaşlılık ve din ilişkisi söz konusu olduğunda sadece yaşlının hayatındaki metafizik bir olgudan değil, aynı zamanda çok zor ve sıkıntılarla dolu bir dönemde yaşlıya başka türlü elde edemediği bir mutluluk ve huzur duygusu, ölüm vb. kaygıları ile başa çıkma yetisi kazandıran bir olgudan bahsetmiş oluruz (Arslan, 2009: 115).

Yaşlılar, gençler gibi hayatın içinde ve daha dirilik isteyen bireysel ve toplumsal faaliyetlere bazen de imkânsızlıklar sebebiyle katılmak yerine, hem ruhen tatmin ve sükûnet bulacakları hem de kendi sosyal farkındalıklarını en aza indiren dini karakterli faaliyetlere katılım eğilimindedirler (Güngör, 2018: 264-265). Dini etkinliklere katılmak yaşlı bireylere arkadaşlık ilişkileri kurmada ve geliştirmede bazı olumlu fırsatlar sağlar. Bu etkinliklere katılım sonucu geliştirilen arkadaşlık ve dostluklar, kalıcı ilişkilerin oluşmasına da neden olur. Pek çok kaybın yaşandığı bu dönemde, arkadaşlardan ve çevredeki insanlardan destek görme fırsatı bulan yaşlıların yalnızlık duygusu bir ölçüde hafiflemektedir. Buna ilave olarak bu etkinlikler, yaşlıların toplumun istediği ve beğendiği sosyal ve duygusal ihtiyaçlarının karşılanmasına yardım etmekte, yaşlılara, gizli kalmış kabiliyetlerini gösterme imkânı vermektedir. Dini etkinliklere katılan yaşlıların, katılmayanlara oranla daha geniş arkadaşlık ilişkiler ağına sahip olması ve bu iletişim ağındaki arkadaşlarla farklı ilişkilere girmekten dolayı daha çok yaşam doyumunu hissetmeleri muhtemeldir (Kılavuz, 2005: 34-37). Doğal olarak yaşlılık döneminde insanların

sosyal faaliyetlere katılımlarında azalmalar görülürken, birçok çalışmada dini etkinliklere ve cemaate katılımında bu dönemde artış görülebilmektedir (Güngör, 2018: 264-265).

Esasen fiziksel olarak kendisini aciz hisseden insanın durumunu sorgulaması, boş zamanları değerlendirmenin en anlamlı yolunun inanç temelli uygulamalar olması, ibadetlerin sosyal ilişki ağlarını güçlendirmesi, ibadetlerdeki durağanlığa bağlı olarak bu etkinliklerin hayatın yavaş akan temposuna uygun olması, bir kurumun içinde kendisine ihtiyaç duyulduğunun hissedilmesi, sosyal etkinlik olarak ibadet mekânlarında imkânlar bulması ve belki de en önemlisi ‘en üstün güç olana’ sığınma ve yardım dileme imkânının dinde olması, yaşlılık döneminde dindarlığı artıran / etkileyen unsurlar ve yaşlılık / din ilişkisinin boyutlarını anlamak açısından önemli noktalar olarak ifade edilebilir (Güngör, 2018: 258).

İKİNCİ BÖLÜM

2.YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE DİNİ SOSYALLEŞME

2.1.YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Latince kökenli ‘communication’ sözcüğünün karşılığı olan iletişim, (Oskay, 2011: 9) kelime olarak ‘iletmek’ sözcüğünden türetilmiştir (Aziz, 2010: 24-26). Tanım olarak mesaj, mesajı gönderen ve alan olmak üzere temel üç unsuru olan (Demir ve Acar, 1997: 114) ve birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimlerine iletişim denir (Oskay, 2011: 9). Sosyolojik bir tanımlama ile iletişim, “Belirli araçlar / ortamlar kullanarak bilgi, düşünce ve tutumların (iletilerin) insan(lar)dan insan(lar)a karşılıklı olarak aktarılması” olarak ifade edilebilir (Aziz, 2010: 24-26).

Teknoloji ise insanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç-gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümüdür (Demir ve Acar, 1997: 219). Kendini ve toplumunu üretebilmek için giriştiği iletişim etkinliğinde teknolojik araçları kullanan insanoğlu, teknolojiye bağlı iletişim etkinlikleri ve iletişim teknolojilerindeki yaşanan değişmelere paralel olarak ‘yeni iletişim teknolojileri’ olarak adlandırılan bir kategori yaratmıştır (Başer, 2010: 56).

20. yüzyılın son çeyreğinde akıl almaz bir hızla ivme kazanan ve 21. yüzyıla yani içinde bulunduğumuz 2000’li yıllara ‘elektronik bilgi çağı’ adını verecek bir teknoloji ve içerikle giren yeni iletişim teknolojileri (Aziz, 2010: 81), toplumsal hayattaki pek çok değişimi de beraberinde getirmiş (Büyüker İşler vd. 2013: 175; Yılmazsoy ve Kahraman, 2017: 9) ve insanlara düşüncelerini ve eserlerini paylaşacakları olanaklar yaratan, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir medya

sunarak (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3348) insanların yaşayış biçimleri üzerinde de etkili olmuştur (Yılmazsoy ve Kahraman, 2017: 9).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde mobil iletişim internet ile yakınlaşmıştır. Bunun sonucunda, zaman ve mekân kavramları ortadan kalkmış, insanlar arasında bilgi paylaşımı çok hızlı biçimde yayılmaya başlamıştır. Bu da beraberinde yeni sosyalleşme mekânlarını ortaya çıkarmıştır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 2).

2.1.1.İnternet ve Etkileri

İnternet, günümüzde bilgisayarlar arası bağlantılar kurularak sağlanan ağ hizmetleri (networking), İnternet, Intranet (işletme içi internet) ve Extranetler (işletmeler arası internet) sayesinde kişiler, gruplar ya da kurumlar arası bir ilişki sağlayan elektronik bir ağıdır (Altınbaşak ve Karaca, 2009: 465). Başka bir deyişle internet, dünya üzerindeki bilgisayarların; telefon hatları, fiber-optik kablolar ve telekomünikasyon uyduları aracılığıyla (Haberli, 2014: 19) hemen her alanda bilgi akışı sağlayan (Kirman, 2004: 113-114; Haberli, 2014: 19), alışveriş (e-ticaret) ve sohbet imkânı sunan (Kirman, 2004: 113-114) world wide web, e-posta, anlık mesajlaşma, haber grupları, bloglar ve anında video yayını içeren bir dizi iletişim teknolojisi ile ilişkisi olan bir mecradır (Chandler ve Munday, 2018: 210).

Tarihi gelişimine kısaca değinecek olursak bu teknoloji ilk olarak 1970’li yılların başlarında (Kirman, 2004: 114; Erol, 2009: 33; Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3349) ABD Savunma Bakanlığı’nın bağlantıları hiç kopmayan birbirine bağlı milyonlarca bilgisayar arasındaki bilgi alışverişi esasına dayandırdığı ARPA projesi ile başlamış, ardından önce Amerika’da daha sonra giderek tüm dünyaya hızla yayılmıştır. Kontrol etmek zor olacağı için de askeri amaçlar için MILNET ve askeri amaçlar haricinde ARPANET⁸ olarak ikiye ayrılmıştır. 1980’de de ortak bir protokol

⁸ İnternetin bir prototipi (ARPAnet) Birleşik Devletler’de 1960’larda Soğuk Savaş’ın zirvesinde tam ölçekli bir nükleer saldırıdan sapasağlam çıkması için yeterince güçlü bir iletişim sistemi olarak tasarlanmıştı. 1984 yılında ARPAnet “nokta” ön eki ile ayrılarak, tanımlanan beş alana bölünerek internete dönüştü: Örneğin, Birleşik Devletler ordusu .mil veya hükümetler için .gov olmuştur. / Daniel Chandler, Rod Munday, Çev: Babacan Taşdemir, Medya ve İletişim Sözlüğü, 1.Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 2018, s.210.

ile tüm dünyanın hizmetine sunulmuştur (Erol, 2009: 33). 1990'ın başlarında hızla devam eden internet kullanımı (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3349) herkese erişilebilir duruma gelmiş (Gresle ve Lejoyeux, 2011: 85) ve web sitelerinin, portalların yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmıştır (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3349). 1992'de özel sektörün kullanımına açılmış ve böylece milyonlarca bilgisayarın oluşturduğu ağa da internet denilmiştir. İnternet hiçbir zaman bir kişiye, gruba, kuruma, ulusa veya kıtaya özgü olmamış; her zaman uluslararası olmuştur (Erol, 2009: 33). İletişim alanı ve bilginin dağılımındaki sınırsız imkânı ile popüler olan internet, (Gresle ve Lejoyeux, 2011: 85) 2000'li yıllara gelindiğinde ise bilgisayar aracılı iletişim, yüz yüze iletişim ya da kitle iletişimi ile günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Bilgisayarların küçülmesi, hafiflemesi, görece ucuzlaması ve gezgin (mobil) hale gelmesi (dizüstüler, tabletler, akıllı telefonlar) ile web teknolojisindeki gelişmeler (web 1.0'dan web 2.0' a geçiş) kullanıcıları edilgen olmaktan çıkarıp birer içerik üreticisi haline getirmiş (Köseoglu, 2012: 58) ve sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı ilgilendirecek noktalara erişmiştir (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3349).

Yani denebilir ki bilgisayar temeli üzerinde biçimlenen ve yeryüzünü saran iletişim ağlarıyla yaşamda yer bulan internet, dünya çapında binlerce bilgisayar ağını, bir dizi standart ve protokol kullanarak birbirine bağlayan bir ağ olarak iletişim teknolojilerinin bilinen niteliklerinin sınırlarını zorlayan ve iletişim pratiğini büyük ölçüde dönüşüme uğratan bir teknolojidir (Cereci, 2012: 116-117).

Günümüz insanının vazgeçilmezlerinden olan internetin özellikleri şöyle özetlenebilir; iletişim teknolojilerinin bir koleksiyonudur, yazılı iletişim araçları, telefon, iletişim uyduları, yazılı, sesli ve görüntülü kitle iletişim araçları, kitap, fotoğraf, bilgi kaydetme/depolama teknikleri gibi tüm iletişim tekniklerini kullanır, tüm medya fonksiyonlarını yerine getirir, ticari fırsatlar yaratır (Aziz, 2010: 129), etkileşimli (interaktif) olarak iletişim sağlar (Aziz, 2010: 129; Aktaş, 2010: 148; Oktik, 2013: 301; Aktaran: Gresle ve Lejoyeux, 2011: 85) ve her yaştan insana bilgi edinme, sorgulama, haber okuma, dizi izleme, alışveriş yapma, müzik dinleme, oyun oynama gibi birçok imkân sağlar (Oktik, 2013: 301).

Sonuç olarak özellikle bilgisayar ve bilgisayar sebebiyle internet, iletişim serüvenini ontolojik bir dönüşüme uğratmakla kalmayıp, toplumsal yapının bütün unsurlarına dokunarak yatay ve dikey bütün geçişlerin yönünü değiştirmektedir. Bu

yönüyle insanlık tarihinde varlığının çok yeni olmasına karşın internet, hiçbir alan ve konuyla sınırlandırılmayan, bütün dünyanın sınırlarını aşarak yepyeni bir ortamın oluşmasını sağlamıştır. Kendine özgü kültürel bir dünya yaratan söz konusu bu yeni ortam, beraberinde yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin ortaya çıkmasının ve yeni bir kültürel ortamın oluşmasının itici gücü olmuştur. Bu yönüyle internet, “bireylerin ve sahip oldukları bilgisayarların etkileşimi sayesinde, büyük miktardaki verinin sanal düzeyde ama dünya ölçeğinde yayılmasını sağlamıştır” (Aydoğan, 2010: 4).

2.1.1.1.İnternet ve Yeni Medya

İnsanla başlayan ve yeni iletişim ortamlarıyla gelişimini sürdürmekte olan iletişim süreci anlayışında internet çok önemli bir yer tutmaktadır. Ağlar ağı olarak tanımlanan internet, uzam ve sürem bağlamında birçok değişikliğe neden olmaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim araçlarının değişimi sürmektedir. Özellikle medya olgusu internetle beraber ciddi bir dönüşüm geçirmiştir. İnternet ve bilgisayar tabanlı sistemlerle birlikte birçok alanda biçimsel dönüşümler gerçekleşmektedir. Bu dönüşümü geçiren ve biçim değiştiren ortamlar yeni medya olarak adlandırılmaktadır (Yengin, 2012: 125-126).

Yeni medya kavramı 1970’lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 70’lerde değinilen anlam, 90’larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır (Aktaran: Dilmen, 2007: 114). Medya denildiğinde ilk akla gelen kelimeler genellikle gazete, dergi, radyo ve televizyon olmaktadır. Bu ortamları geleneksel medya olarak tanımlamaktayız (Yengin, 2012: 126). Geleneksel medyadan tümüyle farklı bir nitelik taşıyan, günümüzde ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri ve uygulamalarını ifade eden ve iletişim sürecini hızlandıran yeni medya, tablet, bloklar, sosyal medya (Onar Çambay, 2015: 239-240), web siteleri, bilgisayar oyunları, çoklu ortam uygulamaları, etkileşimli yayıncılık (Eldeniz, 2010: 18) ve mobil telefonlar (Onar Çambay, 2015: 240; Çiftçi, 2018: 422) gibi yeni iletişim teknolojilerini içermektedir. Bu yeni medya teknolojileri geleneksel medya araçlarının yerini almaya başlamıştır (Çiftçi, 2018: 422).

Yeni medyanın en temel farkı belki de eskilerinin yaptığından çok daha ötesine geçmesidir. Televizyon, radyo, video oyunları ya da filmler ile bireyler arasındaki ilişkide, zamansal ve mekânsal sınırlılıklar söz konusudur; ancak yeni iletişim teknolojilerini zamansal ve mekânsal olarak sınırlamak mümkün değildir (B. Kılınç ve E. Kılınç, 2014: 16-17).

Toplum içinde bireyler arasında karşılıklı bir biçimde bilginin elde edilmesinde, toplanmasında, işlenmesinde ve aktarılmasında etkileşime olanak sağlayan bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya, bireylere kendilerini ifade edebilmelerinde önemli bir ortam sağlamakta ve bu ortamı özgür, eşit, şeffaf bir biçimde yapılandırmaktadır (Onar Çambay, 2015: 240-244). Başlangıç ve sonları kesinlik taşımamaktadır yani rastgele erişim sağlanmaktadır. Böylece kullanıcıların istediği veriye istediği anda ulaşmasına olanak sağlamaktadır (Dilmen, 2007: 115).

2.1.1.2. İnternet ve Sosyal Medya

İnsanlık tarihi boyunca var olan iletişim, hızla değişen teknoloji, giderek artan istek ve ihtiyaçlar ile birtakım araçların gelişmesini sağlayarak yeni bir boyut kazanmıştır. İnternet ve internet üzerinden popüler olan bu araçlara sosyal medya denir (Solmaz vd. 2013: 23).

Kullanıcılara haberleşme, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi ve web siteleri için ortak kullanılan bir terim olan sosyal medyanın (Kuşay, 2010: 67) temelleri web 2.0'a dayanır (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3372; Özata, 2013: 94). Başlarda web 2.0 terimi, 2003 yılında O'Reilly Medya'dan Tim O'Reilly ve Dale Dougherty tarafından 2000-2002 yılları arasında borsa nokta-com uzantılı şirketlerin hisselerinin birden düşmesine karşılık pazarlama hamlesi olarak türetilmiştir (Chandler ve Munday, 2018: 429). 2004'e gelindiğinde ise toplumsal iletişim siteleri, wikiler, iletişim araçları gibi internet kullanıcılarının ortaklaşa yarattığı sistem için kullanılmaya başlanmıştır. Web 2.0 aynı zamanda teknolojiyi, ikinci nesil web tabanlı araç ve servisleri ve toplu kullanılan çevrimiçi platformları da ifade eder (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3372).

Web 2.0 teknolojisinin bir getirisi olarak sosyal medya, coğrafya, dil, din, ırk, cinsiyet ekonomik, kültürel ayırım yapmaksızın (Chandler ve Munday, 2018: 372-373; Çiftçi, 2018: 420) tek yönlü iletişimden çoklu iletişime geçişi sağlamış (Babür

Tosun ve Levi, 2010, 115); insanların etkileşim (Kuşay, 2010: 67; Babür Tosun ve Levi, 2010, 115; Solmaz vd. 2013: 23; Çiftçi, 2018: 420; Chandler ve Munday, 2018: 372-373) ve iş birliği içinde bulunarak internet mecrasının yeni içerik yaratıcıları olmalarına olanak vermiştir (Babür Tosun ve Levi, 2010, 115). Bu sayede kişiler herhangi bir denetime tabi tutulmaksızın kendi hesaplarından istedikleri zaman bilgi, video, fotoğraf paylaşımı yapabilmekte, arkadaşlarının akrabalarının durumlarına yorum yapabilmektedir. Böylece kişiler kendilerini ifade eder ve daha özgür olurlar (Çiftçi, 2018: 420).

Sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşım olanağı tanınması açısından en ideal mecralardan biri olan sosyal medyanın (Büyüker İşler vd. 2013: 180) temel özellikleri şöyle sıralanabilir; zaman ve mekân sınırlaması olmadan, paylaşımın ve tartışmanın esas olduğu bir internet uygulamaları zinciridir, bireyler, kendi ürettikleri içerikleri çok kolay bir şekilde internet ortamında ve mobil ortamda yayımlamaktadır, bireyler, başka kullanıcıların içeriklerini, yorumlarını takip etmektedirler, birey, sosyal medya uygulamalarında hem takip eden hem takip edilendir, temeli, kuralları belirlenmiş bir iletişime değil samimi bir sohbet mantığına dayanır (Mavnacioğlu, 2009: 62).

İnsanlara sunduğu birçok avantajlarına rağmen tam bir denetim sağlanamadığı için pornografik yayınlar ile dini ve siyasi ideoloji propagandası, kullanıcılar üzerinde etkili olmaktadır (Kirman, 2004: 114). Bu bakımdan sosyal medyanın avantajları ve dezavantajları sıralanırsa avantajları içinde; küresel enformasyona erişim, eğitim kaynakları, eski ve yeni arkadaşlar için toplumsal ağların kurulması, eğlence, oyunlar, kullanıcı türevli içerik üretimi, yurttaş katılımı / siyasal katılım, kimliğin ifadesinde mahrumiyet (anonimlik), topluluklarla bağlar / aktivizm, teknoloji uzmanlığı ve okuryazarlığı, kariyer gelişimi veya istihdam, kişisel / sağlık / cinselliğe dönük tavsiye, uzman grupları ve fan sitelerinin mevcudiyeti, uzaktakilerle deneyim paylaşımı sayılabilirken dezavantajları içinde; yasadışı içerik, pedofilinin ve yabancıların varlığı, aşırı veya cinsel şiddet, diğer zararlı veya saldırgan içerikler, ırkçı / nefret söylemi ve etkinlikleri, reklam / aşırı ticari ikna, taraflı / yanlış enformasyon (tavsiye, sağlık konusunda), kişisel bilginin istismarı / veri eşleştirmesi, siber kabadayılık / siber zorbalık, siber taciz, kumar, finansal suçlar, kendine zarar (intihar, anoreksiya vd.) vermeye teşvik, mahremiyetin

ihlali ve dijital gözlem, yasadışı etkinlikler (korsanlık, dosya yükleme) sayılabilir (Mutlu Binark, 2013: 57).

Sosyal medya, farklı mobil cihaz ve işletim sistemleri için uygulamalar sunarak kullanıcıların sürekli bu ortamlara bağlı kalmalarını ve içerik üretmelerini kolaylaştırmıştır (Karasu ve Arıkan, 2016: 551). Böylece milyonlarca insan bloklar aracılığıyla etkileşimde, wikiler aracılığıyla iş birliğinde, multiplayer oyunlar, podcast ve videolar paylaşıyor (Warschaver ve Grimes, 2007: 1). Böylece çok yaygın olarak kullanılan sosyal ağ siteleri ile kullanıcıların dikkatini çekmeye devam ediyor (Kuşay, 2010: 61).

2.1.1.3.İnternet ve Sosyal Ağ

Sosyal etkileşimi, iş birliğini ve paylaşımı ön planda tutan web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle birlikte günümüzde daha farklı internet ortamları kullanılmaya başlanmıştır. İlgili ortamlardan biri de web 2.0 teknolojisinin önemli bileşenlerinden ve en popüler paylaşım ortamlarından biri olarak kabul edilen sosyal ağ siteleridir (Karal ve Kokoç, 2010: 251). Sosyal ağlar, kitlelerle bağlantı kurmak için sistemde zorunlu bulunan profilin paylaşılmasına olanak tanıyan bir bağlantıyı, paylaşımlarla diğer kullanıcıların listesinin birbirine eklenmesi ve aynı zamanda sistemde bulunan her bir kişinin birbirlerini görmesini sağlayan web tabanlı servis olarak tanımlanmaktadır (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3355). Sosyologlara göre ağlar, bireyler ve sosyal gruplar arasındaki bağlantılardır. Bir ağın ne olduğuna dair düşünmenin en iyi şekli, belki de onun örümcek ağına benzeyen bir yapı olarak ya da dikey ve yatay çizgilerin kesiştiği noktaların ‘düğüm’leri –sosyolojik bakışla bireyler, gruplar ve hatta örgütlerin olduğu bir matris- olarak görmektedir. Ağa erişim, daha sonra avantaj elde etmek için kullanılabilecek diğer düğümlerle (bireyler, gruplar ya da örgütler) bağlantılar takımını tam anlamıyla erişime açar. Dolayısıyla ağlar, bir kişi ya da bir grubu diğer kişiler ya da gruplarla birleştiren doğrudan ya da dolaylı bağlantılardan oluşur. Bunlar, arkadaşlık grupları gibi kişisel ağları ve arkadaşların arkadaşları gibi bir adım uzakta olan başkalarını içerir (Giddens ve Sutton, 2018: 243-244).

Sosyal ağlar kişilere, kendileri ile ilgili kişisel haberleri verme, resimlerini ve videolarını paylaşma, arkadaş edinme (Eldeniz, 2010: 26-27), arkadaş veya

kullanıcılarla iletişim kurabilme olanağı verme (Eldeniz, 2010: 26-27; Köseoğlu, 2012: 60; Lomicko ve Lord, 2016: 255), dünya çapında etkileşimde bulunduğu topluluklarla farklı türdeki bilgileri ve fikirlerini paylaşabilme (Lomicko ve Lord, 2016: 255-256) gibi imkânlar tanır.

Sosyal medyanın türlerinden biri olan sosyal ağ siteleri (Köseoğlu, 2012: 60) insanların gerçek yaşamdaki ilişkilerini bilgisayar, cep telefonu ve bunlarla birlikte interneti kullanabilen her cihazla (İ. Kurt, 2012: 3) sanal âleme taşımıştır (Ünal, 2011: 74). İnsanların bu ortamda kalması için farklı kullanım ve çeşitli içeriklere sahip olan sosyal ağlar (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3354), kişilerin zamanının büyük bir kısmını bu ortamda geçirmesini sağlamıştır (Ünal, 2011: 74).

En popüler sosyal ağ sitelerinden biri de bireylere kendi çevrimiçi bağlantılarının bulunduğu kişisel profilleri yaratma olanağı veren (Chandler ve Munday, 2018: 373) Facebook'tur (Boyd ve Ellison, 2008: 210; Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3372; Chandler ve Munday, 2018: 373).

2.2.FACEBOOK VE DİNİ SOSYALLEŞME

Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg, “The Facebook”u, Andrew McCollum ve Edvardo Saver’ın da yardımıyla 2004 yılında kurmuştur (Toprak vd. 2009: 37-38). Uygulamayı kullanmak için harvard.edu uzantılı e-mail adresine sahip olmak şartı vardı (Boyd ve Ellison, 2008: 218; Özata, 2013: 79). Aradan kısa bir zaman geçtikten sonra Harvard öğrencilerinin yarısından fazlası Facebook’a üye olmuştur. Kullanım yaygınlığı gittikçe artan Facebook, Boston’daki MIT, Boston Üniversitesi ve Boston College gibi diğer üniversitelerden üye kabul etmeye başlamış, (Toprak vd. 2009: 37-38) üyelik için de edu e-posta adresine sahip olunmasını zorunlu kılmıştır (Özata, 2013: 79). Böylece üniversite ve kolejlerdeki iletişimi sağlayan sosyal ağ olarak karşımıza çıkan Facebook, başarısını kolej kalabalığı arasında artırmıştır (Acquisti ve Gross, 2006: 2). Siteye dahil olan okulların listesinin gittikçe artmasıyla 2004 Aralık ayında kullanıcı sayısı bir milyona erişmiştir. Başlangıçta “The Facebook” olan sitenin adı 2005 Ağustos’ta 200 bin dolara Facebook.com olarak değiştirilmiştir. 2005’in sonlarına doğru site, İngiltere ve Kanada’daki üniversiteleri de üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. Aynı yılın sonunda ABD, Kanada, Meksika, İngiltere, Avustralya, Yeni Zelanda ve

İrlanda'daki 25.000'in üzerinde üniversite sisteme katılmıştır. 2006 yılına gelindiğinde ise site, bir yandan üniversite ağını genişletirken diğer yandan kullanıcıların lise öğrencisi arkadaşlarını da arkadaş listelerine ekleyerek üyeliğe davet etmesini sağladı. Bu gelişmelerle birlikte, haber alma- haber verme gibi kapitalist yapıda Facebook'un hacimsel değerinde artma yaşanmış, Eylül 2006'da, e-posta adresi olan tüm internet kullanıcılarını üyeliğe kabul etmeye başlamıştır (Toprak vd. 2009: 37-38).

Hemen tüm toplumsal paylaşım ağlarında olduğu gibi Facebook'ta da üye olabilmek için kişilerin cinsiyet, yaş, ikamet, eğitim durumu, hobi, ilgi alanı, beceri, zevk gibi özellikleri hakkında bilgi veren bir form doldurması gerekmektedir. Bu bilgilerin tamamı 'profil' olarak nitelendirilmektedir (Toprak vd. 2009: 32). Facebook'ta bulunan profilin tartışmasız en önemli özelliği doğruluk açısından sağlam yapıya sahip olmasıdır. Bunun sebebi, sosyal paylaşım ağı sitesine üye olma prensiplerinin başında gerçek ve kullanılan hatta varlığı bilinen ya da tahmin edilebilen bir e-posta adresi ile kayıt yapılıyor olmasıdır. Kapalı devre ağ oluşturmada gerçek isimlerin kullanılması, Facebook'u daha sonraki adımlarda daha güvenli kılmıştır. Sonuç olarak bireyler kendi isimleri ile üye olmayı tercih etmiş ve bu yolla sosyal ağlarını gerçek kişilikler üzerinden genişletmişlerdir (Dilmen ve Öğüt, 2010: 240). Böylece kişiler bu profiller aracılığıyla birbirlerinin hobilerini, müzik ve romantik ilişkilerini öğrenir, arkadaşlarını eklemelerini, yorum yapmalarını sağlar (Ellison vd. 2007: 1143). Ayrıca üyeler birbirleri ile sadece kişisel enformasyon paylaşmakla kalmamış, eğlence araçlarının devreye girmesiyle süreklilik gösteren bir birliktelik mantığına sahip olmuşlardır. Diğer en önemli özelliği ise, günümüzde hâlâ önemini koruyan gizlilik ayarıdır (Dilmen ve Öğüt, 2010: 240). Bu ayarla kullanıcıların profilleri kamuya açık hale gelmemektedir (Özata, 2013: 79).

Kullanıcılar, Facebook'a birçok nedenden dolayı erişim gerçekleştirmektedir. Bunlar arasında, arkadaş bulmak, denetim ve gözetim, oyun oynamak, örgütlenmek, siyasal amaçlar, e-ticaret, cinsel, ihbar (Toprak vd. 2009: 37-38) ve video, resim, fotoğraf, müzik, fikir paylaşımı (Toprak vd. 2009: 37-38; Aziz, 2010: 133; Köseoğlu, 2012: 77) sayılabilir.

Hayatımızın her alanını etkileyen teknoloji ve beraberinde getirdiği internetin hızla yayılması ile bireyler, paylaşımlarını sosyal ağlar ve sanal ortamlarda

gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bu sosyal ağlar içerisinde tüm dünyada hızla kabul gören ve kullanıcı sayısının en fazla olduğu ağ şüphesiz Facebook'tur (Eldeniz, 2010: 31; Akyol vd. 2012: 5; Balcı ve Gölcü, 2013: 255-256). Facebook, insanlar ve olaylar hakkında bilgi akışı, eğlence (Eldeniz, 2010: 31; Balcı ve Gölcü, 2013: 255-256), iletişim, sosyalleşme, dinlenme, sevdikleriyle eş zamanlı iletişimde bulunma (Balcı ve Gölcü, 2013: 255-256/274), oyun, etkinlik paylaşımı, fotoğraf ve video paylaşımı gibi (Eldeniz, 2010: 31) imkânlar sağlayan dünyanın en çok tercih edilen sosyal medya aracıdır. Facebook kullanıcıları arasında ise en çok yaygın kullanım nedenleri; var olan ilişkileri korumak, yeni insanlarla tanışmak, zaman geçirmek, kendini ifade edebilmek, öğretimde kullanmak şeklindedir (Akyol vd. 2012: 5-6).

Tarih boyunca bir arada yaşayan insanların bu süreçte -özellikle sosyal medya özelinde Facebook'un hayatımıza girmesiyle- dinle olan ilişkileri de farklı şekil ve boyutlarda devam etmektedir (Akdoğan, 2013: 11).

Metin, ses ve görüntüyü bir arada toplaması ve interaktivite özelliğiyle, dinlere geleneksel medyanın sunamadığı birçok imkân tanıyan ve fiziksel ortamda gerçekleştirilen bir kısım dini aktiviteyi sanal ortama taşıyan (Haberli, 2014: 7) Facebook, geleneksel iletişim araçlarının bütün fonksiyonlarını bünyesinde toplayarak, bireyin dini hayatına farklı bir boyut kazandırmış ve inanç sahiplerine dindashlarıyla iletişime girme, propaganda, dini bilgiye erişim ve benzeri imkânlar sağlamıştır (Haberli, 2014: 71-72). Dinin medyada temsil edilmesi ile birlikte dini ilke ve prensiplerinin "kitleselleşmesi ve popülerleşmesi" meydana gelmiştir (Arslan, 2016: 11).

Yaşamlarının yaklaşık üçte birinden fazlasını orta yaş dönemi ve sonrasında geçiren yetişkin kadın ve erkeklerin büyük çoğunluğu (Şener, 2009: 1), bu dönemde biyolojik ve psikolojik bazı kapasite, güç ve kabiliyetlerinin eskisine oranla zayıfladığının, yetersiz kaldığının ve adaptasyon faaliyetlerinde güçlük çekmenin başlamasıyla birlikte (Aktaran: Şentürk, 1995: 78) her geçen gün yaşlılığın ve kaçınılmaz sonun yaklaştığının farkına varır. Hayatın ölümle son bulacağı düşünce ve duygusu ile bireyin yaşama dair beklentisi azalır. Beklenti azaldıkça motivasyonu da azalan orta yetişkin, önündeki zamanın kısaldığını hisseder. Giderek artan bu hassasiyet karamsar bir ruh halini de beraberinde getirir (Uysal, 2006: 221). Bu psikolojik problemlerle başa çıkabilmek için bazıları kendilerini alkole ve kumara kaptırırlar. Bazıları da kendini dine vermek, dini konulara daha çok ilgi göstermek

suretiyle sorunlarla baş edebilmeyi, sağlıklı çözüm yolları bulabilmeyi başarırlar (Şentürk, 1995: 78). Yani bu dönemde -sapmalar olsa da- yaşanan biyolojik, psikolojik ve sosyal gelişim özellikleri ile dini hayata ilişkin özellikler arasında karşılıklı etkileşim olduğu söylenebilir (Uysal, 2006: 220).

Son yetişkinlik dönemi; yaşlanma, düşüş, bozuluş ve ölümle eş anlamlı sayılan bir çağdır. Bu dönemde değişme potansiyeli sınırlı olmakla birlikte yine de insan hayatında birtakım gelişmelerin meydana gelmesi söz konusu olduğu için bireyin fiziksel ve psikolojik özellikleri ile sosyal kabulünde değişiklikler ortaya çıkar (Kılavuz, 2002: 64/71). Bireyin dini hayatına etki eden bu değişiklikler, dini inanç ve değerlerin önem kazanmasını tetikleyen duygusal ve zihni arka planını oluşturur (Uysal, 2006: 221).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.DİNİ SOSYALLEŞME VE FACEBOOK

3.1.UYGULAMALI ARAŞTIRMA VE BULGULAR

3.1.1.Örneklemin Olgusal Özellikleri

Örnekleme, 14'ü orta yetişkinlik ve 9'u son yetişkinlik döneminde olmak üzere toplam 23 katılımcıdan oluşmaktadır. Örneklemin yaşları 43, 45, 47, 48, 49 (2), 50, 52, 53 (3), 55, 57, 58, 60 (3), 64, 65 (2), 68, 76 olmak üzere farklı yaş aralıklarından seçilmiştir. 8 kadın ve 15 erkekten oluşan örneklemin hepsinin evli olduğu, 4'ünün ise eşinin vefat etmiş olduğu görülmektedir. Gelir durumlarına bakıldığında aylık kazancı 2000 TL'nin altında olanların sayısı 1; 2000-4000 TL arasında olanların sayısı 2; 4000-6000 TL'nin altında olanların sayısı 6; 6000-8000 TL arasında olanların sayısı 11'dir. İlkokul mezunu olan katılımcı sayısı 3; ortaokul mezunu olanların sayısı 2; lise mezunu olanların sayısı 2; ön lisans mezunlarının sayısı 2; lisans mezunlarının sayısı 11; yüksek lisans mezunlarının sayısı ise 3'tür. Ayrıca katılımcıların, ev hanımı, devlet memuru, tekniker, öğretmen (edebiyat öğretmeni, din kültürü ve ahlâk bilgisi öğretmeni, emekli öğretmen...), deprem mühendisi, Kur'an Kursu öğreticisi, Kur'an Kursu hafız hocası gibi çeşitli mesleklere sahip oldukları görülmektedir.

3.1.2. Görüşme Soruları ve Bulgular

Örnekleme olgusal özellikler yanında **Facebook'ta karşılaştığı dini içerikler, kendisinin paylaştığı dini içerikler** ayrıca öne çıkan bazı dini içerik örnekleri hakkında sorular yöneltilmiştir.

Karşılaştığı dini içerikler başlığı içerisindeki sorularla öncelikle örneklemin Facebook'ta gezinme sırasında karşılaştığı dini içeriklerin formatı (video, fotoğraf, yazı, gif..) ve türü (kutlama mesajı, ayet, hadis, dua istekleri, Cuma kutlamaları, kandil mesajları..) belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların farklı

türdeki içeriklerden en çok hangilerini beğen'diklerini / yorum yaptıklarını ya da beğen'irken / yorum yaparken paylaşımı doğrulama ihtiyacı hissedip hissetmedikleri sorulmuştur. Ayrıca bu sorularla beğen'diği veya yorum yaptığı paylaşımların kaynağına / kaynaklarına dikkat edip etmedikleri, bu paylaşımlara gelen beğeni sayısının içerikle ilgili düşüncelerini etkileyip etkilemediği hedeflenmiştir. Örneklemin karşılaştığı dini içeriklere yorum yaparak (Amin, Allah rahmet eylesin, Allah şifa versin, Salavat ve Beddua gibi şekillerde) katılım sağlayıp sağlamadıkları saptanmaya çalışılmıştır.

Kendisinin paylaştığı dini içerikler başlığı altında yöneltilen sorularla katılımcıların dini paylaşımda bulunup bulunmadıklarının ve paylaşımlarının sıklık derecesinin öğrenilmesi hedeflenmiştir. Dini paylaşımda bulunan katılımcıların hangi türleri (kutlama mesajı, ayet, hadis, dua istekleri, Cuma kutlamaları, kandil mesajları, yardım kampanyaları...) paylaştıkları ve bunları kendilerinin oluşturup oluşturmadığı yoksa hazır gönderileri mi paylaştıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Örneklemin en çok paylaştığı dini içerik, bunları paylaşma amacı ve Facebook'ta karşılaştıkları dini içeriklerle hayatlarına yön verip vermedikleri incelenmiştir.

Dini içerikler başlığı içerisindeki sorularla ise sayı'lı dua, Cuma, özel gün ve gecelerde paylaşım yapıp yapmadıkları öğrenilmeye çalışılmıştır.

3.2.ORTA YETİŞKİNLİKTE DİNİ SOSYALLEŞME VE FACEBOOK

3.2.1. Karşılaşılan Dini İçerik Formatı ve Türü

Bu başlık altında katılımcılara “Facebook'ta en çok karşılaştığınız dini içerik formatı (video, fotoğraf, yazı, gif...) ve dini içerik türü (kutlama mesajı, ayet, hadis, dua istekleri, Cuma kutlamaları, kandil...) nedir?” sorusunu yönelttik. Bu soruyla kullanıcıların karşılaştıkları dini paylaşımların çeşitliliğini ve dini içeriklerin türlerini belirlemeyi hedefledik. Bireylerin dini sosyalleşmesinde etkili olduğunu düşündüğümüz dini içerik formatı ve türlerini ortaya koymayı amaçladık. Katılımcılardan;

K2: Video, fotoğraf veya yazı karma bir şekilde görüyorum. Daha çok ayet ve hadis olarak karşıma çıkıyor;

K3: Fotoğraf, yazılı fotoğraflar ve videolu anlatımlar oluyor. Özellikle videolu anlatımlarda çiçekli geçişler oluyor. Konuyu dinlerken fotoğrafları da görmek insanın ruhunda bir hafiflik sağlıyor. Bu beni ferahlatıyor. Cuma kutlamaları ve yerine göre ayet veya hadis açıklamaları ile karşılaşıyorum;

K7: Takip ettiğim hocalar genelde video atıyorlar. Sayfa akışı olarak değil de ben direkt hocaların sayfalarına girip oradan dinliyorum. Bu yüzden de en çok karşıma tefsir, hadis, sahabe hayatı, İslam'ın adabı ile ilgili konular geliyor;

K8: En çok fotoğraf üstüne yazılmış gönderiler ve videolarla karşılaşıyorum. İçinde bulunduğumuz salgın döneminde en çok vefat haberi karşıma çıkıyor. Ondan dolayı da taziye mesajı yayınlıyoruz. Şu anda en çok karşılaştığım şey bu. Bunun dışında da Cuma mesajları oluyor;

K12: Facebook'ta en çok karşıma video çıkıyor. Kalın puntıyla kısa sözler yazılıyor. Onlar daha çok dikkatimi çekiyor. Çünkü anında göze çarpıyor. Cuma ve kandil mesajlarıyla çok karşılaşıyorum. Bir de haftanın önemine dair içeriklerle karşılaşıyoruz. Mesela bu hafta kadınlar günüydü;

K17: Genelde fotoğraf oluyor. Ama arkasından hemen videolar geliyor. Kandil mesajları, özellikle bayramda bayram mesajları çok geliyor. Şehitlerimizle ilgili paylaşımlar oluyor. Halkımız bu konuda çok duyarlı. Eğer bir şehidimiz varsa o gün mutlaka herkes şehit paylaşımı yapıyor;

K20: Hepsinden görüyorum bunun keskin bir sınırı yok. Cuma mesajları ile karşılaşıyorum. Bazen Kur'an'dan içeriklerle karşılaşıyorum. Fotoğraf şeklinde bir görüntü var, büyük puntolarla aşağısına hayırlı cumalar, hayırlı kandiller yazmışlar. Ben direkt büyük puntoya odaklanıyorum. Açıkçası gerisinde ne var ne yok pek bakmıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Görüşme sonuçlarından anlaşıldığı üzere, örneklemin Facebook'ta karşılaştığı dini içerikler video, fotoğraf, yazılı fotoğraflar, ayet ve hadisler, fotoğraflı ve videolu anlatımlar, Cuma kutlamaları, tefsir ve hadis gibi alanlarla ilgili içerikler, sahabe hayatı, İslam'ın âdâbı ile ilgili konular, vefat haberi, taziye mesajı, kısa sözler, kandil mesajları, haftanın / günün önemine dair içerikler, özellikle bayramlarda bayram mesajları, şehitlerimizle ilgili paylaşımlar ve Kur'an'daki içeriklerden meydana gelmektedir. Söz konusu içeriklerin format ve tür olarak çok geniş bir yelpazede yer aldığı görülmektedir.

Her şeyden önce kalın puntolar gibi bir takım dikkat çekici görsellerle desteklenen içeriklerin ön plana çıktığı, bu tür içeriklerin kullanıcılar üzerinde daha derin etkiler bıraktığını söyleyebiliriz. İkinci olarak kullanıcılar, karşılaştıkları bu dini içerikler karşısında ruhsal / psikolojik bir takım öznel tecrübeler yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin K3 rumuzlu kullanıcı dini içerikleri dinlerken veya dini içerikli fotoğrafları gördüğünde ruhunda bir hafiflik hissettiğini, ferahladığını belirtmektedir. Ruhsal hafifleme ve ferahlamayı dini içeriklerle ilişkilendirmiştir. Bu örnekte de görüldüğü gibi bazı kullanıcılar Facebook'ta karşılaştığı dini bir içerik karşısında tıpkı toplumsal gerçeklikte yaşadığı bir dini tecrübeye olduğu gibi duygulanabilmektedir. Bu durum dini sosyalleşmenin dijital platformlarda da tecrübe edildiğinin göstergelerindendir denebilir.

3.2.2.Karşılaşılan Dini İçerikleri “Beğenme”, “Yorum Yapma”, “Doğrulama”

Bu başlık altında örnekleme yönelttiğimiz soru birkaç katmandan meydana gelmektedir. Birinci olarak, katılımcılara “Facebook'ta karşılaştığınız dini paylaşımlardan en çok hangilerini ‘beğen’irsiniz veya ‘yorum’ yaparsınız?” sorusunu yönelttik. İkinci olarak; bu çerçevede fotoğraf, video, yazılı fotoğraf, ayet ve hadisler, fotoğraflı ve videolu anlatımlar, Cuma kutlamaları, tefsir ve hadis gibi içerikler, sahabe hayatı, İslam'ın âdâbı... dini paylaşımlarla karşılaştıklarında en çok hangilerini beğendiklerini ya da beğen butonuyla desteklediklerini, üçüncü olarak; karşılaşılan dini paylaşımlara nasıl / ne şekilde yorum yaptıklarını, dördüncü olarak; karşılaştıkları içerikleri nasıl / hangi yolla doğruladıklarını, son olarak da dini içeriklere gelen beğeni sayısının katılımcıların fikirlerini etkileyip etkilemediklerini öğrenmek için sorular yönelttik.

Bu sorularla katılımcıların Facebook'ta karşılaştığı dini içeriklerden hangisine ya da hangilerine daha çok ilgi gösterdiğini, beğendiğini, yorum yapmayı tercih ettiğini tespit etmeyi hedefledik. Ayrıca, bu içeriklerle ilgili olarak nasıl yorumlar yaptıklarını, içerikleri doğrulamaya gerek duyup duymadıklarını, ayrıca nasıl doğruladıklarını, içeriğin beğeni sayısının içerikle ilgili fikirlerini değiştirip değiştirmediklerini öğrenmeyi amaçladık. Katılımcılardan;

K2: Net bir bilgi varsa bunu beğeniyorum ve paylaşıyorum. Net bilgi değilse insanlara da eziyet olmasın diye bunu beğenmiyorum ve paylaşmıyorum. Ben şimdi beğenirsem beni takip edenlerinde sayfasına düşeceği için net bilgi değilse paylaşmıyorum;

K8: Ayet meallerini ve sahih olduğunu düşündüğüm hadis meallerini beğeniyorum. Diyanet tarafından yürütülen, ortaya konulan projeler, onların yapmış oldukları sunumları beğeniyorum. Bir de güvendiğim insanların dini paylaşımlarını hem beğeniyorum hem paylaşıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Katılımcılardan K2 ve K8’le yaptığımız görüşmelerde, dini içerikleri beğenme hususunda ‘net’ ve ‘doğru’ gibi ifadeler kullandığı görülmektedir. Yaptığımız derinlemesine görüşmelerde net ve doğru içeriklerle kast ettikleri şeyin başta Kur’an ve sünnet olmak üzere temel kaynaklara uygunluğu olduğu anlaşılmıştır. Katılımcıların günlük hayatta karşılaştıkları dini içerikler gibi Facebook’ta karşılaştıkları dini içerikleri de doğrulamaya özen gösterdikleri, doğrulayamadıkları veya doğruluğundan şüphe duydukları birtakım içerikleri beğenip paylaşmada temkinli davrandıkları anlaşılmaktadır. Katılımcılardan;

K10: Takip ettiğim akademisyenler, köşe yazarlarının paylaşımlarını beğeniyorum. Hoşuna gitsin gayreti artsın diye beğenme tuşuna tıklamayı eksik etmiyorum... demiştir.

K10’un yukarıdaki ifadelerinden ‘beğenmenin’ bir başka boyutunun daha olduğu anlaşılmaktadır. O da dini konulardaki paylaşımlarıyla öne çıkan kimseleri, köşe yazarları ve akademisyenleri destekleyerek, bu paylaşımların yaygınlaşmasını ve daha fazla kullanıcıya ulaşmasını sağlamaktır. Aynı zamanda verilen cevaplardan anlaşılmaktadır ki ‘beğenme’ aynı zamanda takdir etme duygusunun da bir ifadesi olarak kullanılmaktadır.

Beğeni yaptıkları içeriklerin detaylarını sordüğümüzda ise katılımcılardan aşağıdaki cevapları aldık;

K6: Anne, evlat, baba ile alâkalı, sorumluluklarımızla alakalı şeyler anlatıyorlar. Onları çok beğeniyorum. Öldükten sonra ne yapacağız neler olacak bunları merak ediyorum ve beğeniyorum. Ramazan ayı yaklaşıyor. Ramazan’da nasıl hiç kimseye belli etmeden bağış yapılır gibi sorulara cevap

veren paylaşımları beğeniyorum. Bir de çocuklarıma neler öğretebilirim öyle paylaşımları beğeniyorum. Eğitici olan her şeyi beğeniyorum;

K7: Tefsirleri, sahabe hayatlarını ve İslam'ın inceliklerini anlatanları beğeniyorum;

K14: Daha çok Müslümanların haklarını savunan yazılar, şehitlerle ilgili konular, mazlum pozisyonda olan insanların hakları savunuluyorsa onları beğeniyorum;

K16: Ahlâkî ve sosyal içerikli ayet ve hadisleri daha çok takip ediyorum ve beğeniyorum.

Alınan cevaplardan anlaşıldığı üzere, örneklemin genel olarak, Facebook'ta karşılaştığı Cuma mesajlarını, dini hikâyeleri, peygamberin hayatını, ahlâkî ve sosyal içerikli ayet ve hadisleri, ayet meallerini, sahih olduğu düşünülen hadisleri, İslami incelik ve sorumlulukları, anne-baba ve evlada ait görevleri, ahiret hayatını, Ramazan ayı bilincini, yardımlaşmayı, Müslüman haklarını savunmak gibi konuları beğen butonuyla desteklediği anlaşılmaktadır.

Yukarıdaki sorunun devamı olarak örnekleme "Facebook'ta karşılaştığınız dini içerikli paylaşımlara yorum yapar mısınız?" diye sorduk. Katılımcılardan;

K7: Bunu çok nadir yapıyorum. Genelde beğenmişsem, bana göre güzel bir bakış açıysa, çarpıcı geldiyse "Allah razı olsun, çok doğru, çok güzel, çok güzel bir noktaya değinmişsiniz." gibi yorumlar yapıyorum;

K8: Tabii ki yapıyorum. Karşılaştığım içeriklerin daha iyi anlaşılması ya da yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermemesi adına yapıyorum;

K10: Takip ettiğim akademisyenlere olumlu ya da olumsuz eksik bulduğum fazla bulduğum ne ise yorum yapmayı daha da önemsiyorum. Facebook'ta maalesef bu konuda ehil bulmak zor. Bundan dolayı ciddi bulduğum sayfalara, akademisyenlere özellikle yorum yaparım;

K12: Yapıyorum. Doğru olduğuna inandığım bilgiye "Allah sizden razı olsun güzel bir paylaşım yapmışsınız, çok teşekkür ederim." diye ya da yanlış bir paylaşımsa kişiyi yorumlarda rencide olmasın diye ya özelden yazarak ya da telefon açarak sen böyle bir paylaşım yapmışsın ama bu çok yanlış onu hemen kaldır diyorum;

K17: Arada yapıyorum. Eğer olumluysa içerisine bir şeyler daha katarak yorum yapıyorum. Çünkü halk bazen yorumlara da bakıyor. Mesela bir hadis

söylenmiş arkasından bir açıklaması gelmemiş diyelim. Hemen bir açıklama işte bu hadisimiz buna tekâmül ediyor. Veya bir ayet yazılmış ayetin açıklaması gelmemiş hemen “bu ayetin mânâsı çok kıymetli” diye bir ifade düşebiliyorum. Bu şekilde sosyal içerikli ve dini içerikli yorumlarım olabiliyor;

K19: Yorum yaptığım zaman “amin, inşallah” tarzı şeyler yazıyorum. Üzülüyorsam üzgün işareti de koyuyorum;

K23: Yapıyorum. Takdirdir, teşekkürdür ya da o şeyle ilgili olayla ilgili mesajla ilgili kafamdaki duygu ve düşüncelerimi aktarıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplardan anlaşıldığına göre bütün katılımcılar karşılaştıkları dini içerikli paylaşımlara yorum yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan olumlu yorumlar genel olarak “Allah razı olsun, Allah sizden razı olsun çok güzel bir paylaşım yapmışsınız, çok güzel bir noktaya değinmişsiniz, çok doğru, çok güzel, amin, inşallah.” gibi ifadelerden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcılardan K17, yaptığı yorumlarda paylaşımı tasdik ifadelerinden öte olumlu dini paylaşımlara -açıklaması yapılmayan ayet ve hadislerle- ekstra bilgiler ekleyip o şekilde yorumunu zenginleştirdiğini belirtmektedir.

Karşılaşılan dini paylaşımların yanlış ve eksik olduğu düşünüldüğünde ise, olumsuz yorumlarda yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede K12, bu durumu ‘uyarıcı’ bir dille eksik ve yanlışlığı düzeltmeye çalıştığını, bunun her Müslümanın görevi olduğunu belirtmektedir. Dini vebal hissiyle hareket ederek ‘Bir insana başkaları önünde verilen öğüt, öğüt değil hakarettir.’⁹ düsturuyla düzeltme yoluna gittiğini belirtmektedir. Bu nedenle kişiye özel mesaj atma ya da telefon ile arayarak kibar bir şekilde yaptığını söylemektedir.

Netice itibarıyla bireyler, toplumsal gerçeklikte sahip oldukları sosyal bağlar, bireysel ilişkiler, arkadaşlıklar çerçevesinde gösterdikleri davranış ve tutumları sanal gerçekliğe de taşımaktadırlar. Toplumsal gerçeklikten farklı olarak sanal gerçeklikte ve Facebook’ta da etkileşim içine giren insanlar benzer davranışlar göstermektedir. Bu çerçevede din, dini mesajlar, gönderiler, çeşitli paylaşımlar gibi bunlar karşısında

⁹ Hz. Ali

bireylerin takındığı tutum ve davranışlar ile sanal paylaşımların da Facebook’a taşındığı görülmektedir.

Katılımcılara “Facebook’ta karşılaştığınız dini paylaşıma beğeni ve yorum yapmadan önce veya sonra paylaşımı doğrulama ihtiyacı hisseder misiniz?” diye sorduk. Örneklerden;

K6: Hoşuma gidiyor sadece beğeniyorum. Şimdiye kadar doğrulama ihtiyacı hissetmedim. Aslında yapmam gerekiyormuş. Bundan sonra yaparım artık;

K7: Doğruluğuna inanmadığım kişileri takip etmiyorum. Mesela bazı yerlerde paylaşılan hadislere “Acaba gerçekten var mı?” gözüyle bakıyorsunuz. Ama takip ettiğim hocaların paylaşımlarına güveniyorum. Çünkü onlar kaynaklarını veriyorlar. Bundan dolayı doğrulama ihtiyacı hissetmiyorum. Kaynaklı olduğu için insan güveniyor;

K8: Bazılarında tabii ki hissediyorum. Bu alanlardaki paylaşımlarda kaygan zemin var. Halkımız bir sözü ayet olarak duymuş, halbuki ayet değil veya bozuk bir şekilde cümle yapısı var. Onu ayet diye paylaşıyorlar bunu bilmeyenler de hemen beğeniyorlar ve paylaşıyorlar. Ben öyle yapmıyorum. Şüphelendiysem öncelikle onu teyit ediyorum. Eğer ki yanlışlık varsa samimiyetine güvendiğim bir arkadaşsa da kırmayacak şekilde uyarıyorum ve aslını söylüyorum. Hatta bu konuda beni uyaran arkadaşlarım bile oluyor bazen gözümünden kaçıyor;

K10: Beğenmediğim bir şeye bakar geçerim. Mutlaka hatırlatmam gereken bir şey varsa onu doğru ya da yanlış olduğu hususunda usulünce uyarırım. Çünkü bu bizim görevimiz, sadece dinlemek değil anlatmak da gerekiyor;

K12: Bazı ihtilafa düştüğüm paylaşımlarda fikrine önem verdiğim hocalara danışırım. Ve sorduğum hoca uygun görürse beğeniyorum yoksa beğenmiyorum. Ve paylaştan kişiyi “Ben bu paylaşımı değerli bir hocama sordum, yanlış bir bilgi.” diye uyarıyorum. Henüz 3-5 kişi görmüşken kaldırmak daha sağlıklı oluyor. Çünkü daha fazla kişi görünce ‘Bu doğrudur.’ algısı oluşabiliyor. Ve bu paylaşımı sosyal medyadan gören biri eşine, ailesine doğrusu budur diye anlatabilir. Böylece hem din yanlış öğrenilir hem de İslam’da çatlak meydana getirebilir. Bu çok büyük bir vebal;

K16: Ben bu alanda ihtisas yaptığım için az çok problem olduğunu hissettiğim zaman doğrulama ihtiyacı hissediyorum. Özellikle kaynağına bakıyorum;

K17: Tabii ki hissediyorum. Bir şey varsa hemen müdahil oluyorum. Arkadaşlarımızdan ters karşılamayacak kişilere karşı mutlaka bir sorumluluk hissediyorum. Ve orada gerekeni yapıyorum. Ya telefonla arıyorum kaldırmasını söylüyorum ya da mutlaka altına kaldırılmasına dair bir yorum yazıyorum. Çünkü bilginin yanlışlığına dair sorumluluk hissediyorum;

K20: Çok beğeni yapmıyorum ama yaptıklarında da doğrulama ihtiyacı hissetmedim. Çok nadir olmuştur;

K23: Beğenmeden önce seçici oluyorum. Her önüne geleni beğenmiyorum. Kendime ait doğruluk süzgecinden geçirdikten sonra beğeniyorum. Ya da beğenmeden geçiyorum. Bazen de doğruluğundan şüphe ettiğim konularda bunun yanlış olduğu şeklinde yorum yapıyorum...Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara bakıldığında K6 ve K20'nin paylaşımı doğrulama ihtiyacı hissetmedikleri anlaşılmaktadır. Doğrulama ihtiyacı hissetmemelerinin bazı sebepleri olabilir. Örneğin dini bir gruba üyelik, dini bir lidere bağlılık bunlardan bazılarıdır. Bunlar toplumsal gerçeklikte olduğu gibi sanal gerçeklikte de doğrulamaksızın kabul ve itaat sonucunu doğurabilir. Ancak yaptığımız gözlemlere göre bu kişilerin herhangi bir dini grup üyeliği bulunmadığını söyleyebiliriz.

Ayrıca katılımcılar, ayet ve hadislerin dipnot verilerek paylaşıldığı durumlarda doğrulama gereksinimi duymadıklarını ancak herhangi bir tereddüt durumunda titiz bir şekilde kaynaklara ulaşarak doğrulama teşebbüsünde bulundukları görülmektedir. K8, K10, K12, K17 ve K23'ün paylaşılan dini içerikle şüpheli durumlarda hassas davrandıkları, paylaşımı yapan kişiye yorum yoluyla, özelden veya telefon ederek ulaştıkları anlaşılmaktadır. Hatta K12 paylaşım daha yeni yapıldıysa bir an önce iletişime geçerek kaldırılmasını rica ettiğini belirtmiştir. Bir bilgiyi 3-5 kişinin görmesiyle binlere ulaşması arasında fark olduğunu söyleyerek İslam'ın yanlış anlaşılmasında dikkatli davrandığı görülmektedir. Katılımcılar şüpheli / yanlış bilginin yayılmasına engel olmayınca bunun İslam'a karşı büyük bir vebal olduğunu söylemektedirler. İslâm'ı benimseyen, hayatlarını dini inançlarına göre düzenleyen katılımcıların vebal konusunda hassas oldukları görülmektedir. Birçok yanlışlığın, haramın, hak yemenin... had safhada olduğu

cahiliye toplumuna gelerek çekidüzen vermesi açısından reform niteliği taşıyan İslâm'ın yanlış bilgilerle lekelenmemesi adına çaba gösterdikleri, bunu bir görev olarak üstlendikleri söylenebilir. Yöneltilen sorular sayesinde katılımcılardan dini bir konunun yanlışlığında hemfikir olanların bir araya geldiği ve düzeltmek için uğraş verirken birbirleriyle kaynaştıkları, online iletişime imkân sağlayan Facebook sayesinde dini tartışmalar yaptıkları fark edilmektedir.

Orta yetişkinlikte gençliğe duyulan özlemin artması ile ortaya çıkan stresin durulmasının bir yolu olarak artan dini hassasiyetin Facebook'ta sürdürülmesi, kişileri zaman, mekân fark etmeksizin dini sosyalleştirmektedir. Sonuç olarak burada da katılımcıların dini bilginin doğruluğuna karşı olan hassasiyeti gerçek hayatta nasıl sürdürüyorlarsa aynı şekilde devam ettirdikleri, dini düşüncelerini paylaştıkları / tartıştıkları fark edilmektedir.

Katılımcılara “Beğeni ve yorum yaparken o dini paylaşımı kimin yaptığına bakar mısınız? Kimin paylaştığı sizin için önemli midir?” diye sorduk. Katılımcılardan;

K2: Kendimce yanlış olduğunu düşündüğüm bir topluluk varsa onlarla beraber hareket etmiş olmaktan sakınırım. İslâm'ın aleyhinde olduğunu düşündüğüm bir kişi dini paylaşım bile yapsa es geçerim;

K6: Tabii ki kimin paylaştığı önemlidir. Kim bunu düzenlemiş, paylaşmış diye bakıyorum;

K7: Bunu tabii ki önemsiyorum, kimin paylaştığı önemli. Normal hayatında dinle yakından uzaktan alâkası olmayan insan dini paylaşım yaptığında gülüp geçiyorum. Diğer şekilde de zaten birkaç tane hoca takip ettiğim için kimin paylaştığını biliyorum;

K8: Biraz önemli tabii ki. Çünkü bazı insanlar ayet ve hadis paylaşıırken kendi kafalarındaki yapıyı desteklemek için sunum yapıyorlar. Tabii ki paylaşan kişinin amacı ne, o paylaşım hedefine ulaşacak mı ulaşmayacak mı diye düşünüyorum ve ona göre beğeni veya yorum yapıyorum;

K9: Tabii ki güvenilir mi şüpheli mi diye bakarım;

K10: Kesinlikle önemlidir. Yarım hoca dinden yarım doktor candan eder. İlim ehli olmadığı zaman felaket olur. Mutlaka ehli olmalı olmayan da konuşmamalıdır;

K16: Benim için önemli, ona özellikle bakıyorum. Hem lafa bakıyorum hem söyleyene bakıyorum;

K20: Kimin paylaştığı önemli. Yakın arkadaşlardan gelirse daha bir dikkat ederim. Ama genel paylaşımlar olursa öyle bir bakar geçerim;

K23: Tabii ki. Paylaşımı yapan kişinin -söz konusu dini değer olduğu için- düşünce yapısını süzgeçten geçiriyorum. Kişiyi tanıyorsam zaten kişinin ne kadar doğru bir yolda olduğunu ehli sünnet akaidine ne kadar uyan biri olduğunu bilerek yorum yapıyorum. Ya da ne kadar ehli sünnet çizgisinden uzak olan kişileri biliyorsam ona göre yorum yapıyorum. Ona göre yazmam gerekeni yazıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre bütün katılımcıların beğeni veya yorum yaparken dini paylaşımı kimin yaptığına dair özel bir hassasiyet gösterdikleri anlaşılmaktadır. Özellikle K2, K8 ve K23 başta olmak üzere bazı katılımcılar tasvip etmedikleri, doğru bulmadıkları, onlara göre ehli sünnet çizgisinde olmayan, dini grup ve kişilerin kendi dini anlayışları çerçevesinde yaptıkları bir takım dini paylaşımları ‘beğenmediklerini’ belirtmektedirler. Katılımcıların Müslüman gibi görünüp aslında öyle olmayan onların tabiriyle münafık kişilikli insanların dine zarar verebileceğini düşünerek bu konuda hassas davrandıkları anlaşılmaktadır. Bu çerçevede bu tür kişi ve grupların dini içerikli paylaşımlarını hiçbir şekilde desteklemeyerek beğeni ve yorum yapmadıklarını belirtmektedirler. Örneklemin, dine verilecek zararı dinin bizzat kendisiyle yapan insanlara karşı ortak bir fikir etrafında buluştukları görülmektedir. Bu, dini hassasiyet ve dini bilinci sanal gerçekliğin Facebook’a da taşındığını gösteren örneklerden kabul edilebilir.

İnsanlara düşüncelerini paylaşma koşullarını sağlayan platformların başında gelen Facebook, herkesin kendini ifade etmesinin yolunu açmakta ve kullanıcıları bir araya getirmektedir. Dini bir konu etrafında toplanan insanlar kendi bildikleri doğruları açıklarken, tanıdığı / tanımadığı insanlarla iletişime geçmekte ve paylaşımlarda bulunmaktadır. Orta yetişkinlik döneminde toplumsal hayatta çok önemli bir rol üstlenen dinin, önemli sosyalleştirme ajanlarından birisi de sanal gerçeklik ve Facebook olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dini paylaşımlarla ilgili hassasiyet konusunda K10 ise içerik üretenlerin ilim ehli olması gerektiğini aksi takdirde bunun din ve Müslümanlar için felaket olacağından bahsetmektedir. Kişilerin gerçek toplumsal ilişkilerinde diğer insanlara

yönelik dini / İslami çizgilerini sanal mecraya da aynen taşıdıkları dolayısıyla Facebook'ta da bunu sürdürdükleri görülmektedir. Buradan yola çıkarak katılımcıların dini / dinsel kişiliklerini / şahsiyetlerini sanal ortama Facebook'a taşıyarak bu platformlardaki iletişimlerini, etkileşimlerini, paylaşımlarını, yorumlarını... bu kişilik ve şahsiyetleri üzerinden oluşturdukları görülmektedir.

Facebook'ta bir içeriğin yorum ve beğeni sayısının kullanıcıları nasıl etkilediğini öğrenmek için katılımcılara "Facebook'ta karşılaştığınız dini içeriklerin beğeni sayısı o paylaşım ile ilgili düşüncelerinizi etkiler mi?" diye sorduk. Katılımcılardan;

K2: Doğruluğun kişilerin onu beğenip beğenmediğiyle alakalı olduğunu düşünmüyorum;

K3: Beğeni sayısına göre hareket etmiyorum. Önemli olan paylaşılan bilginin doğru olup olmamasıdır. Ben ona göre beğeni yaparım;

K8: Benim fikrimi değiştirmez. Bu konuda çok manipülasyon olduğunu biliyorum. Ben içeriğe, anlama bakarım. Eğer ki doğruysa hiç beğeni almamış olsa bile beğenir ve paylaşıyorum;

K10: Kesinlikle etkilemez. Ben zaten hocayım, bir şeyin İslâm'a uygun olup olmadığını genel anlamda anlarım. Kur'an'a, sünnete dayanmayan hadis, fıkıh kitabında dayanağı olmayan bilgileri kabullenmem söz konusu dahi değil. Cüneydi Bağdadi olsa gerek şöyle "Benim gönlüme öyle güzel şeyler ilham geliyor ama o iki şeye sormadan onu söylemek istemiyorum. O iki şey nedir diye sorduklarında kitap ve sünnettir." diyor. Dolayısıyla kitabı ve sünneti bilen bir insan nerede ne okursa ne görürse görsün onu mutlaka kitaba sünnete arz etmelidir. Onlara uygunsa onaylamalıdır;

K17: Hepimizi de etkiliyordur muhakkak. Yanlışsa etkilensek dahi "Ya bak yanlış bir paylaşım ama ne kadar beğenen olmuş toplumumuz bu noktada ne kadar zayıf ne kadar bu konuyu araştırmadan beğeni yapmış." diye biraz üzüntü de duyabiliriz. Ama bazen de çok güzel bir paylaşım ve gerçekten hiçbir sıkıntı olmayan bir paylaşım. O zaman çok beğeni olunca da toplumumuz ne kadar duyarlı ne kadar Allah'ın ilmine, hadislere ve diğer konulara kıymet veriyor diye mutlu da olabiliyorum. İkisi de olabiliyor;

K20: Bazı paylaşımlar gereğinden fazla beğeni alıyor. Beğenisi fazla içerdiği mesaj garip ise o zaman onları inceleme ihtiyacı hissediyorum;

K23: Kesinlikle hayır. Öyle paylaşımlar vardır ki yüzlerce, binlerce beğeni almıştır. İçeriğine baktığımızda o beğeniye hak eden bir mesaj olmadığını görürüz. Yamuk fikirleri olan kişilere beğeni verecek birçok insan vardır. Benim için çok beğeni alması doğru olduğu anlamına gelmiyor. Öyle kişiler de vardır çok güzel mesajlar vermiştir ama 3-5 beğeni almıştır. Bu 3-5 beğeniye aldı diye değersizdir anlamına gelmiyor. Benim düşüncem budur... Cevaplarını vermişlerdir.

Görüşmelerden anlaşıldığına göre katılımcılar beğeni sayısına göre hüküm vermekten kaçınmaktadırlar. Örnekleme, doğrunun beğeni sayısı ile ifade edilemeyeceğini, yanlış / eksik bir bilginin yüzlerce beğeni alabileceği gibi doğru bir bilginin de üç beş beğeni alabileceğini belirtmektedir. Bu nedenle beğeni / yorum sayısına göre hareket etmediklerini, beğeni / yorum sayısının içeriğin doğruluğu konusundaki düşüncelerini etkilemediğini söylemektedirler. Buna paralel olarak katılımcıların Facebook'ta karşılaştıkları yüzlerce farklı dini paylaşımları başta Kur'an'ı Kerim ve hadis kaynakları olmak üzere temel birtakım süzgeçlerden geçirdikleri anlaşılmaktadır.

Her şeyden önce örneklemin dini paylaşımları beğeni butonuyla desteklerken açık seçik ve 'sahih' bilgi olmasına özen gösterdiklerini söyleyebiliriz. Aynı zamanda beğeni ve yorum ile içerik oluşturan / paylaşan kullanıcının, doğru ve tutarlı ise şevkini ve gayretini arttırmak amaçlanmaktadır. Kullanıcıların beğeni butonuyla destekledikleri içerikler çoğunlukla Cuma mesajları, dini hikâyeler, peygamberin hayatı, ahlâkî ve sosyal ihtivalı ayet ve hadisler, İslami incelik ve sorumluluklar, anne-baba ve evlada ait görevler, ahiret hayatı, Ramazan ayı bilinci, yardımlaşma, Müslüman haklarını savunma gibi konulardır. Katılımcılar bu paylaşımları onaylamak ve desteklemek amacıyla "Allah razı olsun, amin, çok güzel, çok doğru." gibi ifadeler kullanarak yorumlar yaptığını; doğruluğundan şüphe edildiğinde ise uygun bir üslupla onaylamadıklarını kaldırılması için uyarı yaptıklarını belirtmektedir. Dini bir bilginin yanlış şekilde yayılmaması üzerine sorumluluk -katılımcıların söylemiyle vebal- hissedilmektedir. Dini paylaşımı doğrulama ihtiyacında ise kişilerin yine hassasiyet gösterdikleri anlaşılmaktadır. Kullanıcılar dini paylaşımı yapan kişinin -İslam dininin gerektirdiği davranışları sergilemiyorsa- gönderilerini beğeni ya da yorum yoluyla desteklemekten kaçınmaktadırlar. Dini paylaşıma gelen beğeni sayısının azlığı / çokluğu ise

katılımcıyı etkilememekle birlikte yanlış bir bilgi çok beğeni olsa bile o bilgiye karşı görüşleri değişmemektedir. Bu durumda kişinin toplumsal gerçeklikte sürdürdüğü dini hassasiyetlerini sanal alemde de devam ettirdiği, paylaşım yapan kişileri destekledikleri veya uyardıkları görülmektedir. Katılımcıların sosyal hayatlarını çeşitli boyutlarıyla Facebook’a taşıdıkları, dini duygunun zirveye ulaştığı orta yetişkinlik döneminde sosyalleşmenin din potasında erimesi sonucu dini sosyalleşme dijital platformlarda ve Facebook’ta da etkili bir şekilde gözlenmektedir.

3.2.3. Karşılaşılan Dini İçeriklere Katılım

Örnekleme “Facebook’ta karşılaştığınız dini içeriklere katılım (Allah rahmet eylesin, Allah şifa versin, salavat, amin, beddua...) sağlar mısınız / nasıl katılım sağlarsınız?” diye sorduk. Bu soruyla katılımcıların karşılaştıkları dini içeriklerle ilgili etkileşim derecesini / etkisini / şeklini / biçimini ölçmeyi hedefledik. Burada kast ettiğimiz katılımdan genellikle dini paylaşım altına yapılan yorumlar anlaşılmalıdır. Örneklemeden;

K2: Ölüm haberlerinde, özellikle iyi bir insan olduğuna inanıyorsam Allah rahmet eylesin diyorum. Salavat gördüysem çekerim ama beğeni yapıp da başkalarının akışına düşürmem. Eziyet vermek istemem;

K3: Salavat çekerim, dua yazılmışsa amin derim;

K7: Dualara amin diyorum. Bazıları salavat istiyor onları çekiyorum. Ama başkasına göndermiyorum;

K8: Katılım sağlıyorum. Salavat getirme yerine göre oluyor ama bir salavat kampanyası gibi şeylere katılmıyorum;

K10: Kesinlikle yaparım. Bunu yaparken de kes kopyala veyahut internet sayfalarında yapılan hazır mesajlar şeklinde değil, Kur’an ve sünnetin ruhuna uygun ve insanlara faydası olacağına inandığım kendi ilimimden süzülen bilgilerle yapmaya çalışırım. Mesela “Allah rahmet eylesin yerine, Allah kabrini cennet bahçesi kılsın, Rabbimiz ahiretini dünya hayatından daha hayırlı kılsın, inşallah Rabbim onu rahmetiyle karşılamıştır.” gibi kişiyi manen de rahatlatarak tarzda katılım sağlamaya dikkat ederim;

K12: Herhangi bir hasta paylaşımı olmuşsa ve şifa dileğinde bulunmuşsa tanıyalım tanımayalım şifa ve sabır dilerim. Ölüm halinde baş sağlığı, düğünü olmuşsa mutluluklar dilerim. Bu bizim insani vazifemiz diye düşünüyorum;

K16: Bana çok komik geldiği için katılım sağlamıyorum. Hadi arkadaşlar bin tane salavat zinciri oluşturalım, hadi buna bin tane amin diyelim ya da şuna yüz tane maşallah çıkmaz mı gibi paylaşımları tasvip etmiyorum. Salavatı seviyorum günlük hayatımda getiriyorum ama bu durumu sevemiyorum;

K19: Beddua etmem ama gruplara Allah şu hastamıza şifa versin yazanlar yazsın diyorlar. Ayet-el kürsi falan okuyorum. Ama yorumlara okudum anlamında işaret bırakmıyorum. Bana gösteriş gibi geliyor...Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplardan anlaşıldığına göre paylaşılan içeriğin konusuna / muhtevasına göre katılımcıların içeriklerle ilgili yorumları da değişiklik göstermektedir. Salavat ifadeleri, hastaya şifa dileme ve ayet-el kürsî okuma, cenazesi olanlara rahmet dileme, düğünü olanlara iyi dileklerde bulunma gibi yorumlar öne çıkmaktadır. Aynı zamanda dua içerikli paylaşımlara “amin” yazarak bireylerin karşılıklı iyi dileklerde bulundukları da görülmektedir.

Katılımcılardan K10’nun bu konuyla ilgili hazır bir dini mesajı / içeriği kes -kopyala yapmak yerine kendi ilmiyle harmanlayarak yorumlar yaptığı ve toplumsal gerçeklikte tanıdığı insanlara gösterdiği ilgiyi / alâkayı aynı şekilde Facebook’taki tanımadığı kişilere de gösterdiği anlaşılmaktadır.

K2, K3, K7, K8 ve K16’nın verdikleri cevaplarla gerçek hayatlarında aktif şekilde salavat çektikleri anlaşılmaktadır. Dahası K2 ve K7 salavatı başkasına göndermemeyi -o anda müsait olmadığı için salavatı çekememe ihtimaline karşı- tercih ederek onlara eziyet vermekten kaçındıklarını söylemiştir. K8 ve K16 ise bu şekildeki ‘sayılı’ salavat paylaşımlarına karşı çıkmaktadırlar. Hatta K16 salavatı sevmesine, günlük hayatında da sıklıkla getirmesine karşın böyle bir durumu komik bulduğunu belirtmektedir. İslam peygamberi Hz. Muhammed’e getirilen salavat-ı şerifler çok yaygın olmakla beraber -uygulama açısından- özellikle Perşembe ve Cuma günlerinde daha da belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Perşembe gecesi ve Cuma gününün kutsallığı ile birleşen salavatlar toplum tarafından sıklıkla uygulanmaktadır.

Bu şekilde Peygambere sevgilerini / bağlılıklarını ifade ettiğini düşünen katılımcılar, bunu içten / samimi bir şekilde gerçekleştirmektedir. Ama son zamanlarda popüler olan sayılı salavat kampanyalarına örneklemin tepki gösterdiği dikkat çekmektedir.

Kendi hayatında önemli yeri olan dinin / inancın / ibadetlerin daha fazla insana ulaşması, dolayısıyla yaygınlaşması amacını güden orta yetişkinlik döneminin tipik bireyleri, bu amaca yönelik önemli imkânlar sunan sanal alemin etkili bir şekilde kullanarak dini sosyalleşmenin yüzünü gelenekselden moderne çevirmede önemli roller üstlenmektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte insanların bireysel cep telefonuna sahip olması, Facebook uygulamasını indirmedeki artış, orta yetişkinlik dönemine ait artan dini boyutla beraber günlük hayattaki dini alışkanlıkların sanal aleme taşınması dini sosyalleşmenin değişik boyutlarını ortaya çıkarmaktadır. Fikir ve düşüncelerini paylaşmaya imkân veren Facebook sayesinde kişiler, dini düşüncelerini anında paylaşabilmekte, aynı şekilde haber kaynağında gezerken çok çeşitli dini bilgilerle karşılaşabilmektedir. Sınırlı sayıda kişiye ulaşarak dini anlatma fırsatı sunan geleneksel dünya yerine; tanıdığı kişilerin yanında hiç tanımadığı kişilere de ulaşım imkânı sunan modern gerçeklik Facebook sayesinde yaptığı dini paylaşımlarla binlere ulaşabilen orta yetişkinlikteki katılımcılar, bu gibi sebeplerle dini doyumlarının bir bölümlerini sanal alemde karşılamaktadırlar.

Katılımcılardan K12'nin ifadelerinden anlaşıldığına göre bazı dua içerikleri sanal gerçekliğin sunduğu imkanlar dolayısıyla hasta olan herkese teşmil edilebilmektedir. Hastalık, ölüm gibi zor zamanları yaşayan insanların acısını hisseden katılımcılar "Allah rahmet eylesin, Allah şifa versin." gibi yorumlar yaparak günlük yaşamlarındaki dini hassasiyetlerini sürdürmektedirler. Orta yetişkinlik dönemindeki katılımcıların 'hastalık, şifa dileme, ölüm, rahmet okuma, salavat çekme, dualara amin deme' gibi dini faaliyetlerini Facebook'a taşıması, bu mecradan din vasıtasıyla iletişime geçmeleri, tanımadığı kişilerle etkileşim kurmaları, dini bir bilgi ya da olay üzerinden kaynaşmaları dini sosyalleşmeyi aktifleştirmekte ve 7/24 yanlarında olan telefon, tablet... vasıtasıyla dini sosyalleşme her an gerçekleşebilmektedir.

3.2.4.Karşılaşılan Dini İçeriği Paylaşma Durumu ve Paylaşma Sıklığı

Katılımcılara “Facebook’ta dini içerikli paylaşımlarda bulunur musunuz, sıklığı nedir ve genelde hangi tür (kutlama mesajı, ayet, hadis, dua istekleri, Cuma kutlamaları, kandil, yardım kampanyaları vs.) gönderiler olur?” diye sorduk. Bu soruyu sormamızın sebebi, katılımcıların dini içerikli paylaşımlarda bulunma konusunda ne kadar aktif olduğunu ölçmektir. Bu sorulardan elde edeceğimiz cevaplarla katılımcıların sosyal medyada ne sıklıkla vakit geçirdiklerini ve hangi dini içerikleri paylaştıklarını öğrenmeyi amaçladık. Katılımcılardan;

K2: Dini içerikli paylaşımlarda bulunuyorum. Ama kendimi paylaşım yapmak için zorlamıyorum. Facebook’u açtığımda akışta doğru olduğuna inandığım şeyler varsa paylaşım yaparım. Her gün şu kadar yapmam gerekiyor diye kendimi sınırlamıyorum. Ayet ve hadis içerikli paylaşımlar oluyor;

K3: Hocalar falan varken kendi oluşturduğum paylaşımı yapmayı uygun bulmuyorum. Ama bana bir soru sorulsa muhakkak ki bir şeyler yaparım. Ama başkalarının paylaştıkları hoşuma gitmişse, ayetin açıklamasının doğru olduğuna inanıyorsam veya güzel bir yazı paylaşılmıştır, hadis açıklaması yapılmıştır paylaşırım. Denk geldikçe bunu herkes öğrensin diye bilgilendirmek amaçlı paylaşım yapıyorum;

K6: Çok güzel dini hikayeler gördüğümde sevdiğim arkadaşlarıma atıyorum. Ruh halim de o gönderiye uygunsa hemen kendi sayfamda da paylaşıyorum. Saydığınız türlerin hepsini paylaşıyorum ama en çok Cuma mesajı diyebilirim;

K7: Genelde sayfaların paylaştığı içerikleri paylaşıyorum. Günde bir ya da iki günde bir gördüğüm ve beğendiğim içerikleri paylaşırım. Genelde sohbet içeriği ya da videosu paylaşıyorum. Onlar 6-7 dakikalık oluyor. Sohbetlerin en önemli yerlerinin olduğu kısa videoları paylaşıyorum. Güzel de oluyor. Uzun bir sohbet başka şeyler de barındırıyor ama meselenin özünü 6-7 dakikalık koyuyorlar, ben de paylaşıyorum;

K8: Bulunuyorum. Günde bir iki günde bir paylaşıyorum. Ya da günde iki tane paylaşıyorum. Çalışma durumuma göre günde 2-3 paylaştığım da oluyor.

Genelde ayet ve hadis ağırlıklı paylaşımlarda bulunuyorum. Cüz okuyoruz, bazen okuduğum sayfalardaki ayetlerden benim en çok öğrenmem gerektiğine inandığım bir de arkadaşlarımın da duymak istediği ayetleri not ediyorum. O ayetleri paylaşıyorum. Cuma ve kandil kutlamaları da var;

K9: Çok nadir paylaşımda bulunuyorum. Bunlar da genelde kutlama, kandil ve Cuma mesajları oluyor;

K10: Kesinlikle bulunuyorum. Her gün 23.00 gibi paylaşım yapıyorum. Küçük yorumlarla ayet, hadis ve güzel insanlardan olan cümleleri kendi küçük uyarılarımla paylaşıyorum. Bunu da her gün muhakkak yapıyorum. Klasik bir kes kopyala değil de karşıdakinin alacağı mesajı da kolaylaştırıyorum. Facebook’u bunun için kullanıyorum diyebilirim;

K12: Nadiren paylaşım yapıyorum. O da Cuma’dan Cuma’ya oluyor. Toplumla ilgili ahlaki konuları toplayıp bir paragraf haline getiriyorum. Altına da “Cumanız hayırlı, sağlıklı, mübarek olsun.” yazıyorum. İnsanlara mesaj vermek adına böyle paylaşım yapıyorum;

K14: Zaman zaman paylaşım yapıyorum. Genelde dini içerikli olayların olduğu tarihlerdeki konuları paylaşıyorum. Kudüs haftası ile ilgiliyse Kudüs, Miraç haftası ise Miraç, Peygamberin vefatı-doğumuysa onunla ilgili paylaşım yapıyorum;

K16: Bulunurum. Ben öğretmen olduğum için okulda öğrencilerle günlük ayet-hadis çalışmalarımız oluyor. Onları aynı zamanda günün ayeti günün hadisi diye paylaşıyorum. Günlük paylaşım yapmaya çalışıyorum;

K19: Çok nadir paylaşım yapıyorum. Duaları paylaşıyorum. Bana fayda veriyorsa başkalarına da fayda versin der paylaşıyorum;

K20: Çok nadir paylaşım yapıyorum. Onlar da kutlama mesajı, Cuma ya da bayram mesajları oluyor;

K30: Çok nadir yapıyorum. Onda da hal durum neyi gerektiriyorsa onu yapıyorum. Kandil de olabilir alimin sözü de olabilir dikkatimi çeken hadis veya ayet de olabilir... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre örneklemden bazılarının nadiren dini paylaşımda bulunduğu bazılarının ise sıklıkla dini paylaşımda bulunduğu görülmektedir. Nadiren de olsa sıklıkla da olsa örneklemin muhakkak dini paylaşımlarda bulundukları dikkat çekmektedir. Dini paylaşımların detaylarına bakıldığında ise bireylerin ayet-hadis,

çeşitli içerikli güzel sözler, Cuma mesajları, dini hikayeler, videolu sohbet içerikleri, kandil mesajları, kutlama mesajları, güzel insanların sözleri, dini içerikli olaylar - Kudüs, Miraç, Peygamberin doğumu / vefatı-, dua, bayram mesajları, âlimlerin sözleri gibi türleri paylaştıkları anlaşılmaktadır.

Ayrıca bu çerçevede katılımcılara “Yaptığınız paylaşımlar çoğunlukla karşılaştığınız dini içeriklerden mi meydana gelir? Yoksa sizin oluşturduğunuz dini içeriklerden midir? ve En çok oluşturduğunuz / paylaştığınız dini içerikler nelerdir?” diye sorduk;

K2: Genelde dua edeceğim zaman kendim oluştururum bunun dışında %80-85 hazır olanları paylaşıyorum. Zaten kısıtlı bir sürede giriş yaptığım için önüme gelen şeylerden eğer doğruluğuna inandığım varsa altında da kaynak belirtildiyse oradan paylaşıyorum. Yalnız bayramlarda mesajlarımı kendim yazarım onu hazır metinlerden paylaşmayı tercih etmiyorum. Genelde ayet ve hadisler üzerine paylaşımlar yapıyorum;

K3: Hazır paylaşımları daha çok tercih ediyorum. En çok kandil ve Cuma kutlama gönderileri yayımlıyorlar. Ben de en çok onları paylaşıyorum. Diğer içeriklerde çok fazla gönderi olmuyor;

K6: Genelde hazır içerikleri kullanıyorum, hiç kendim oluşturmam diyebilirim. Paylaşımlarımda dini hikayeleri tercih ediyorum;

K7: Genelde sayfalarinkini kullanıyorum. Çok nadir de kendim oluşturunca. Merhamet ve hakkaniyet üzerine paylaşımlar oluşturunca;

K8: Çoğunlukla kendim oluşturunca ama başkasında gördüğüm güzel şeyleri de paylaşıyorum. Genellikle ayet paylaşımları oluyor;

K9: Hem kendi oluşturduğum hem karşıdaki içerikleri kullanıyorum. Dua şeklinde paylaşımlar yapıyorum;

K10: Her gün akşam okumalarında altını çizdiğim bilgileri kısa ve öz cümleler halinde uyarı amaçlı “Kardeşlerim Allah böyle diyor peygamber böyle diyor salih bir kul böyle diyor siz de böyle misiniz siz de böyle yapıyor musunuz siz de böyle yapmak istemez misiniz” gibi mesajlar paylaşıyorum. Çok az olmakla birlikte çok dikkatimi çeken şeyleri de paylaşıyorum. Ahiret gününü hatırlatmak, kul olduğumuzu unutmamak, cenneti cehennemi hatırlatıcı paylaşımlar yapıyorum;

K14: Kendi oluşturduğum şeyleri paylaşıyorum. Başkalarınınkini paylaşmıyorum. Daha çok İslam tarihi ile ilgili bir konu olursa veya bir şehidin hayatı ile ilgili bir şey olursa kendim yazarım ve paylaşıyorum;

K16: Bazen kendi paylaşımım oluyor bazen karşıdan alıyorum. Ayetler ve hadisleri paylaşıyorum;

K17: Bizim oluşturduğumuz daha fazla oluyor. Amblem (diyanet) ve içeriği ile hepsini kendimiz oluşturuyoruz. Çoğunlukla ilmihal ve hadis oluyor;

K19: Hazır olan gönderileri paylaşıyorum. Dua içeriği olanları paylaşıyorum;

K20: Paylaştıklarım hazır oluyor. Cuma ve bayram mesajları paylaşıyorum;

K23: Kendi gönderim de oluyor başkalarından aldıklarım da oluyor. Alimlerin sözlerini ve Esat Coşan hocanın konuşmalarından kesitler paylaşıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplar incelendiğinde bazı katılımcıların karşılaştıkları hazır içerikleri, bazılarının kendilerine ait içerikleri, bazılarının ise zaman zaman başkalarının içeriklerini zaman zaman ise kendilerine ait içerikleri paylaştıkları görülmektedir. Katılımcıların paylaştıkları gönderilerin içerikleri ayet-hadis, bayram mesajları, kandil mesajları, dua, ahiret günü, cennet-cehennem ve kendi ifadeleriyle kulluğu hatırlatıcı mesajlardır. Ayrıca İslam tarihi, şehitlerin hayatı, ilmihal bilgileri, bazı alimlerin / dini liderlerin sözleri / konuşmaları, merhamet ve hakkaniyet üzerine bilgiler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bunlardan K10 rumuzlu katılımcı her gece 23.00'te dini içerikli bir paylaşım yapmayı alışkanlık haline getirdiğini; K9, K19, K20, K30 gibi katılımcılar da nadiren dini paylaşımında bulunduklarını belirtmişlerdir. Aynı şekilde K3, dini paylaşım yaparak insanları bilgilendirme amacı güttüğünü; K10, dini paylaşım yorum yaparak karşıdakinin alacağı mesajı kolaylaştırmayı amaçladığını; K8, günlük hayatında yaptığı Kur'an'ı Kerim okumalarında en çok beğendiği ve öğrenmesi gerektiği ayetleri Facebook'ta paylaşarak arkadaşlarıyla etkileşime girdiğini; K6, dinlediği ve okuduğu dini hikâyeleri özellikle ruhuna uygun olanları paylaşarak kendini ifade etmeye çalıştığını; K19, dua paylaşımında bulunurken "Bana fayda veriyorsa başkasına da fayda versin." düşüncesiyle paylaşım yaptığını söylemektedir.

Anlaşıldığı gibi katılımcılar, az ya da çok bir şekilde Facebook'ta dini paylaşımında bulunmaktalar ve dini hayatlarının bir boyutunu bu sosyal medya platformunda devam ettirmekteler. Çoğu orta yetişkinlik dönemini temsil eden

katılımcılar, günlük hayatlarında, evlerinde, sosyal çevrelerinde, arkadaşları akrabaları ve çevrelerindeki diğer insanlarla bulundukları dini etkileşimi çeşitli dini söz, tutum ve davranışları sanal aleme / Facebook'a taşıyarak burada da sürdürmekte, bunun için vakit ayırmakta ve bunu dini hayatlarının bir parçası olarak görmektedirler. Bu durum hayata dair bir doyum ve gelecek nesilleri yetiştirme duygusunun hâkim olduğu orta yetişkinlik dönemindeki bireylerin kendilerinden küçük ya da büyük kişilere dini / ahlâkî konuları anlatma / öğretme gayesi ve gayreti içerisinde olmalarının bir sonucu olarak görülebilir.

Kişilerin Facebook'ta içerik paylaşma ve yorum gibi noktalarda daha aktif hale gelmelerinin sebeplerinden biri de diğer sanal platformlar gibi Facebook'un sahip olduğu etkileşimli yapısıdır. Bu yapı bireyleri edilgen olmaktan çıkarıp birer içerik üreticisi haline getirmektedir. Ayrıca özgür, eşit, şeffaf, hızlı ve ulaşılabilir olmak gibi özellikler bu platformların popülaritesini arttırmakta, bireyler dini düşüncelerini fotoğraf, video, yazı... şeklinde hızlı ve kolay bir şekilde paylaşabilmektedirler. Kişilerin bu dini gönderiler aracılığıyla tartıştığı, var olan arkadaşlıkları sürdürdüğü, yeni arkadaşlıklar edindiği ortam olarak Facebook, kişilerin dini sosyalleşmelerini de sağlamaktadır. Orta yetişkinlik döneminin en önemli ajanlarından olan dinin etkisiyle katılımcılar bu çevrimiçi mecrada dini boyutuyla da kendilerini ifade edebilmekte, geniş kullanıcı kitlesi sayesinde dini konular hakkında konuşabilmekte, yorum yapabilme özelliği sayesinde birbirleriyle karşılıklı dini açıklamalarda bulunabilmektedir. Bu da bireylerin dini sosyalleşmesini beslemekte, hızlandırmakta ve geliştirmektedir.

3.2.5. Dini İçerik Paylaşım Amacı

Örnekleme "Facebook'ta dini paylaşım yapmaktaki amacınız nedir?" diye sorduk. Bu soruyu katılımcılara yöneltmekle kişilerin dini paylaşım yaparken içsel olarak hissettiği düşünceleri ortaya çıkarmayı amaçladık. Katılımcılardan;

K3: İçimizde olan dini inançları dışarı çıkarmak için paylaşım yapıyorum. Paylaşılanları biliyorsun ve diğer insanlarda öğrensün diye paylaşıyorsun;

K6: Herkesin dini bilgilerinde eksiklikler vardır ama bazı arkadaşlarım bu konuda çok eksikler. Onlar bilgilensün diye öğretici şeyler paylaşıyorum ve onların da öğrenmesini istiyorum;

K7: Bazen dinliyorum ve hoşuma gidenleri paylaşıyorum. İnsanlar bunu dinlesin, bakış açıları değişsin istiyorum. Hakikatlerin daha çok kişiye ulaşmasını istiyorum. Karınca kararınca paylaşıyorum. Belki bir kişi istifade eder belki iki kişi istifade eder;

K8: Dinimizin doğru anlaşılması konusunda kendimi sorumlu hissediyorum. Daha sonrasında temel kitabımız olan Kur'an'ı Kerim'in mesajlarının insanlarla buluşması konusunda kendimi sorumlu hissediyorum. Yine peygamber efendimizin hadislerini, sözlerini, işlerini insanlarla paylaşmak onlarla buluşturmak istiyorum;

K10: İnsanları uyarmak, insanlara hatırlatmak, insanlara davette bulunmayı amaçlıyorum. Bir insanın daha yanlıştan, kötülükten, günden, hatadan kurtulmasına vesile olmak amacımdır;

K14: Doğru ve düzgün bilginin yayılması için paylaşım yapıyorum. Ben sosyal medyadaki bilgilerin yanlış olduğunu düşünüyorum. Doğru olsa bile yorumlarda yanlış yöne doğru sürükleniyor. Genelde arkadaşlarımız inanmadığı şeyleri bir başkası paylaştığı için incelemeden paylaşma ihtiyacı hissediyor ve yanlışlıklar böyle artıyor;

K17: Sanal ortam hakikaten önemli. Bilgiyi daha kısa zamanda aktarabilmeyi, daha kolay bir şekilde paylaşabilmeyi, aktif kullanıcı sayısını artırmayı diğer kitle araçlarına göre daha hızlı yapabildiği için bizim için önemli. Eksilerinin olduğu kadar artılarının olduğuna da inanıyorum. Sosyal medya bireyleri, ideolojileri, yaşam şekillerini, dünya görüşlerini, fikirleri, ırkları, kültürleri, mezhep ve meşrepleri bir araya getiriyor. Biz de paylaşım yaparak bu fırsatı değerlendiriyoruz ve tebliğ vazifesini yerine getiriyoruz;

K23: Dini içerik paylaşmaktaki tek amacım insanlarda farkındalık oluşturmak. Emr-i bil maruf nehy-i anil münkeri bu mecrada bir nebze de olsa yapabilmek... Cevaplarını vermişlerdir.

Cevaplardan anlaşıldığına göre katılımcıların tamamının Facebook'taki dini içerik paylaşım amaçlarının başında "dini tebliğ" gelmektedir. Örneğin K3, "İçimizde olan dini inançları dışarı çıkarmak için paylaşım yapıyorum."; K7, "Dini hakikatlerin daha çok kişiye ulaşmasını istiyorum."; K8, "Dinimizin doğru anlaşılması -Kur'an'ı Kerim'in mesajları, Peygamberin hadisleri- konularında kendimi sorumlu hissediyorum."; K10, "İnsanları uyarmak, insanlara hatırlatmak ve

insanlara davette bulunmayı amaçlıyorum.”; K14, “Güvenilir ve doğru dini bilginin yayılması için paylaşım yapıyorum.”; K23, “Dini içerik paylaşmaktaki tek amacım insanlarda farkındalık oluşturmak, emir bi’l ma’rûf nehiy ani’l münkeri bu mecrada yayabilmeyi hedefliyorum.” gibi açıklamalarda bulunmuşlardır. K17 ise Facebook’ta dini paylaşım yaparak dini bilgiyi / bilgileri kısa sürede ideoloji, fikir, ırk, kültür, mezhep, meşrep... farklılığı olmadan birçok insana ulaştırmayı hedeflediğini söylemektedir. Sanal mecranın / Facebook’un bu özelliğinin insanlara bir fırsat sunduğunu ve bunu değerlendirerek tebliğ vazifesini yerine getirdiğini belirtmektedir.

Geleneksel dünyada tebliğ faaliyeti, din hakkında bilgisi olan insanların daha az bilen insanlara tek yönlü anlatımı olarak gerçekleşmektedir. Kişiler, pasif bir konumda sadece dinlemekte ve anlamaya çalışmaktadır. Modern dünya ile birlikte tebliğ faaliyeti de başkalaşmaktadır. Bireylerin oluşturdukları içerikleri / dini içerikleri kolaylıkla paylaşabilme imkânı veren Facebook sayesinde katılımcılar, pasif konumda sürdürdükleri tebliğ faaliyetini aktif konuma çevirmektedir. Katılımcıların dini düşüncelerini paylaşması ve tanıdığı / tanımadığı kişilerin dini gönderilerine yorum atarak etkileşimi başlatması ile örneklem gerçek dünyadan daha hızlı bir şekilde dini sosyalleşmeyi gerçekleştirmektedir. Facebook sistemde olan her kişinin birbirini görmesi özelliğine sahiptir. Bu özelliği sayesinde katılımcıların yazdığı, paylaştığı dini gönderiler diğer üyelerin sayfasına düşmektedir. Bunun sayesinde tebliğ faaliyeti umulduğundan daha fazla yayılmakta ve yankı uyandırmaktadır. Bireylerin paylaştığı dini gönderilerin, beğen butonuyla desteklenmesi, yorum / yorumlar yapılması ve kişilerin bu gönderileri kendi sayfalarında paylaşması sonucunda dini bir tatmin hisseden katılımcılar, aktif şekilde tebliğ faaliyetini devam ettirme isteği duymaktadır. Aslında dini faaliyetleri sürdürmede Facebook’un sağladığı aktiflik özelliği orta yetişkinlik dönemindeki katılımcılara “Ben de varım.” düşüncesini aşılayarak kişinin zaman fark etmeksizin burada vakit geçirmesine ve geçirilen vakitler içerisinde dini paylaşım yapmalarına olanak sağlamaktadır. Anlaşıldığı gibi değişen dünya ile birlikte geleneksel bir şekilde yürütülen tebliğ faaliyetinin günümüzde sosyal medya ile birlikte devam ettiğini, insanların görevlerini yerine getirirken Facebook’ta paylaşımlar yaparak -ki bu paylaşımlar içerikleri sebebiyle dini olmakta- dinsel yönden sosyalleştikleri görülmektedir. Bu paylaşımlar sonucundaki etkileşimler sayesinde katılımcılar,

Facebook’a bağlanmakta ve tebliğ düşüncesi ile dini sosyalleşmenin modern ve sanal şeklini gerçekleştirmektedir denebilir.

3.2.6. Dini İçeriklerle Hayatına Yön Verme

Örnekleme “Facebook’ta gördüğünüz dini paylaşımlarla dini hayatınıza yön verir misiniz? Bunlardan uygulamaya başladıklarınız var mı? Bu bilgiyi başkalarıyla da paylaşıp mısınız?” diye sorduk. Kişiler toplumsal gerçeklikte çevresi vasıtasıyla dini bilgilere maruz kalmakta ve kimi zaman isteyerek kimi zaman farkında olmadan bu bilgileri hayatlarında uygulamaya başlamaktadır. Aynı durumun sanal alemde de gerçekleşip gerçekleşmediğini öğrenmeyi amaçlayan bu soruyla katılımcıların sanal mecrada karşılaştığı dini bilgilere ne şekilde tepki verdiklerini öğrenmeyi hedefledik. Katılımcılardan;

K2: Doğru olan şeyleri yapmak benim hayatımdaki amaçlarımdan birisidir. Facebook’ta bazen çok etkileyici şeyler olabilir. Beni etkiler ve düşünmemi sağlar. Etkilenebilirim ve onunla beraber doğru davranışlar sergilemeye çalışırım. Ama diğer türlü hayatımı Facebook temelli yaşamıyorum. Bazen görmediğim ve duymadığım hadisler karşıma çıkıyor. Araştırıyorum, doğruysa günlük hayatımda kullanmaya başlıyorum. Tabii ki bunları başkalarıyla da paylaşıyorum;

K3: Doğruluğuna inandığım dualar (nazardan korunma mesela) var, bunları ezberliyorum ve uyguluyorum. “La ilahe illallah vahdehu la şerike lek lehül mülkü ve lehül hamdü yuhyi ve yumit.” duasını ezberledim ve günlük hayatımda tekrar ediyorum. Bu tarz dini şeyler hakkında konuşurken ben bu duayı öğrendim siz de biliyor musunuz diyorum. Onlarla da paylaşıyorum;

K6: Bazen bilmediğim ama aklıma yatan bir şeyse bazen de olan bilgime bir şeyler ekliyorsa onu araştırıyorum. Bunu arkadaşlarımla konuşuyorum. Mesela bir dua varsa benim bildiğimden başka bildiğimi de okurum yeni gördüğüm duayı da okurum. Başkaları ile de paylaşıyorum;

K7: Verdiğim zamanlar oluyor. Sabah namazından sonra şunlar çekilecek ya da gün içerisinde sıkıldığınız zaman okuyacağınız dualar ya da peygamberin hadisleri oluyor. Dışarı çıkınca okunacak dualar var onları okuyorum ve uygulamaya da başlıyorum. Ben yaptığım şeyleri pek paylaşmıyorum. Ben

Facebook'ta gördüm de yaptım sen de yap gibi bir talepte bulunmuyorum. Çünkü herkes her şeyi biliyor zaten. Gerçekten yaşayan insanlar anlatınca daha etkili oluyor. Onlar anlatmasını da güzel biliyor. Biz onlardan dinleriz ve onu yaparız;

K8: Kalemime, mesajlarına güvendiğim hocalarımın, diyanet işleri başkanlığının dinimizle ilgili vermiş olduğu mesajlara önem veriyorum ve onları kendi hayatımda da uygulamaya başlıyorum. Mesela harcama noktasında uygulamaya başladığım var. Dinimizde Allah'ın verdiği rızıkların bir kısmının harcanmasını konusunu biliyoruz. Ama insan bazen bildiği şeyin gerçekliğini kavrayamıyor. Bir başkası anlattığı zaman sizde bir farkındalık oluşuyor. Hemen beğenip uygulamaya başlıyoruz. Maaşımı aldığımda belli bir kısmını dağıtıyorum. Bunu da çevreye kendim yardım yapıyorum diye anlatmıyorum. Çünkü bu bir gösteriştir. Ama ne yapıyorum, eylemden bahsediyorum. Onları da teşvik ediyorum;

K10: Samimiyetine, ihlasına, söyledikleriyle yaptıklarının uyumlu olduğuna, hayatta örnekliğine inandığım kanaat getirdiğim hocaların, akademisyenlerin fikirlerine önem veririm. Böyle insanların söylediklerini de mümkün mertebe hayatıma geçirmenin gayreti içerisinde olurum. Mesela Faruk Beşer hocanın ayet ve hadis paylaşımlarından hoşuma giden, beni etkileyen şeylerde amel etmenin gayreti içerisinde bulunuyorum. Şu an için uyguladığım bir şeyi hatırlayamadım. Tabii Facebook'ta yayınlıyorum, herkese anlatmaya çalışıyorum;

K14: Çok nadir oluyor. Bazı arkadaşlar fıkhi meseleler paylaşıyorlar. Onlar bağlayıcı oluyor. İbadetle ilgili fıkhi bir karar bir ölçü var onu uygulamaya çalışırım. Bunlar kaza orucu, kaza namazı veya zekatla ilgili şeyler olabiliyor. Orada gördüğüm bir şeyi uygularım. Başkaları ile paylaşmıyorum;

K16: Facebook'un benim dini hayatıma bir etkisinin olduğuna, bakış açımı değiştirdiğine inanmıyorum. Ben bu paylaşımlardan gerçek anlamda etkilenmiyorum. Ama bazı bilgiler var mesela onları beğeniyorum. Kullanmaya başlıyorum ama somut bir şekilde hayatımda kullandığım bir şey aklıma gelmiyor. Öğrendiğim bilgileri özellikle meslektaşlarımla paylaşırım. Ben doğru bilginin kamusal ortak bir mal olduğuna inanıyorum. Doğru bilgiyi kimin verdiği önemli değil. Önemli olan doğru bilgiyi kim veriyorsa

onu sanki kendi bilgimmiş gibi kabul edip çok rahat çevremdeki insanlarla paylaşıyorum;

K19: Tabii ki oluyor. Onları dua defterime kaydediyorum. Mesela “La havle vela kuvvete illa billahil aliyul azim.” duasını sabah akşam evden çıkarken okuyorum. Bunu öğrensın ve okusunlar diye yakınlarıma da atıyorum;

K20: Çok beğendiğim bir şey olmuştur. Etkilemiştir, etkilememiştir. Şu an için hatırlayamıyorum. Hatırlayamadığıma göre çokta etkilenmemişim demektir... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplardan K20'nin dışındaki katılımcıların aktif bir şekilde Facebook'tan dini bilgi edindiği, bu bilgilerle hayatına yön verdiği ve yakın çevresiyle de paylaştığı anlaşılmaktadır. Normal şartlarda günlük hayatın içindeki rutinlerde öğreneceği / ezberleyeceği dualardan birini / birkaçını K3'ün Facebook'ta öğrendiği ve bunu bir alışkanlık haline getirerek günlük hayatında sürekli okuduğu görülmektedir. K3, dini sohbetlerin olduğu ortamlarda bu alışkanlığından bahsederek çevresine anlatmakta, onların da bu 'dua' nın hikmetlerinden fayda sağlamasını amaçladığını belirtmektedir. Aynı şekilde K19, Facebook'ta gördüğü “La havle vela kuvvete illa billahil aliyul azim.” duasını dua defterine kaydederek sabah akşam evden çıkarken okuduğunu belirtmekte ve öğrenip okumaları için yakın çevresiyle de paylaştığını söylemektedir. K6 ise kendi bildiğinden başka bir dua gördüyse hem önceden bildiği -toplumsal gerçeklikte öğrendiği- duasını okumaya devam etmekte hem de Facebook'tan yeni öğrendiği duayı okumaya başladığını söylemekte ve bunu yakın çevresi diye nitelendirebileceğimiz arkadaşlarıyla da paylaştığını belirtmektedir.

Örneklemin kendilerine faydası olan / olacağı düşünülen duayı yakın çevreleriyle paylaşmaları “Kendisi için istediğini mümin kardeşi içinde istemek.”¹⁰ konulu hadisi aklımıza getirmektedir. Kişilerin Facebook'ta öğrendiği bir duayı Peygamberin hadisini dikkate alarak ve bunu dini bir görev bilerek paylaştıkları görülmektedir. Kişilerin önceden bilmedikleri bir konu hakkında bilgi gördüklerinde önce araştırdıkları, doğruysa benimsedikleri görülmektedir. Mesela K2, görmediği / duymadığı bir hadisla karşılaştığında öncelikle kaynağına gitmekte, doğruysa bunu günlük hayatında uygulamaya başlamakta ve çevresindekileri bilgilendirmektedir.

¹⁰ Buhârî, İmân, 6.

Orta yetişkinlik döneminde kişilerin dini bilgileri kendilerine saklamadıklarını, hem gerçek hayattaki arkadaş / yakın çevresine hem de Facebook'taki arkadaş / yakın çevresine anlatarak paylaşma konusunda çok cömert oldukları anlaşılmaktadır.

Orta yetişkinlik döneminde bulunan bireylerin gelecek nesillere katkıda bulunma güdüsünün aktif olduğundan bahsetmiştik. Buna göre örneklemin bilginin özellikle dini bilginin yayılması konusunda özen göstermeleri, Facebook'ta gördüğü dini bilgiyi gerçek hayata taşımaları -doğru olması şartıyla-, alışkanlık haline getirmeleri, çevrelerine anlatmaları sayesinde dini sosyalleşmeyi hem gerçek hayatta hem de sanal dünyada aktif bir şekilde sürdürdükleri görülmektedir. Toplumlari bir arada tutan, bütünleştiren, ortak bir ideal etrafında birleştiren din, modern dünyanın iletişim gözdesi olan Facebook'ta katılımcıların toplum içindeki dini ilişkilerini gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır. Böylece orta yetişkinlik döneminde hayatını dinin varlığıyla anlamlandıran katılımcılar, dini sosyalleşmelerini bazı boyutlarıyla Facebook aracılığıyla gerçekleştirmeye devam etmektedir.

3.2.7. “Sayı”lı Dua Paylaşımı ile İlgili Tutumlar

Örnekleme “8734 kere okursan gerçekleşir gibi sayı ile yapılan duaları paylaşıp mısınız?” diye sorduk. Katılımcılara bu soruyu sormamızın amacı bu tür dualara karşı bireylerin bakış açısını öğrenmek ve bu şekildeki paylaşımlarla karşılaştıklarında verdikleri tepkileri ortaya çıkarmaktır. Katılımcılardan;

K2: Peygamberimizin böyle sayılı dualar yaptığına inanmadığım için paylaşmıyorum. Zaten kaynaklarının da doğru olduğunu düşünmüyorum;

K7: Paylaşmıyorum. Hadislerde yeri olduğu için akşamdan akşama Vakıa Suresi -rızık arttırmak için- okuyorum. Bazen sayıyla Yasin suresi okunuyor, hayır diyemiyorum. Salât-ı Tefrîciyye okuyorum. Ama paylaşmıyorum. Sayı ile değil de kalpten gelerek okunacağı zaman fayda edeceğini düşünüyorum. O tarz şeylerin sayılarına itibar etmiyorum. Sadece hadis-i şeriflerde olan sayılı şeylere inanıyorum ve yapıyorum;

K8: Hayır, onların doğruluk payının olduğunu düşünmüyorum. Paylaşan arkadaşlarımı da uyarıyorum. Dini kisveye bürünmüş abuk subuk şeyler;

K10: Genelde böyle duaların çoğu yanlış oluyor. Bunların çok azının Kur'an'da ve sünnette yeri oluyor. Öyle bedava din anlayışı yok bedava

cennet yok. Bu hurafeli bidatli şeylerle insanlara bedava cennet satılmasına karşıyım. Az da olsa peygamberin sünneti seniyesinde yer alan ‘sayılı’ şeyler oluyor. Bunlar kaynak gösterilmek suretiyle paylaşılabılır;

K12: Böyle şeyleri paylaşmıyorum. Bunu paylaşanlara da kızıyorum. Dini bu kadar ayak altı etmenin anlamı yoktur. Vallahi billahi bu hurafeden başka bir şey değildir. Bizim karşımızda Allah var. Ben Allah’tan bir şey istiyorsam bunu sayıya boğmama gerek yok. Allah’tan isteyince yok sen sayılı okumadın sana vermeyeceğim mi diyecek? Sen elini aç dua et sayıyla ne uğraşıyorsun? Mesela evleniyorsun, yarabbi evleniyorum hayırlı eyle dersin. Allah da karşılık olarak ‘hele sen bunu söyledin ama sayılı oku bakalım ona göre bir değerlendirme yapacağım’ mı diyecek. Böyle yapanlara ben çok kızıyorum;

K16: Kesinlikle paylaşmıyorum. Bazen öğrenciler ‘Facebook’ta birisi Peygamber Efendimizi rüyasında görmüş’ bin kere şunu yaparsak biz de görür müyüz diye soruyorlar. Ben de çocuklara rüyayla amel olmaz ya da Facebook’la amel olmaz diyorum. Yapı itibari ile onlara hiç itimat etmedim. Allah fırsat verdi bu alanda ihtisas yaptım. O yüzden böyle sayılı şeylerin mevzu hadis olduklarını biliyorum;

K19: Bunun içeriğini yorumlara bakarak araştırıyorum. Mesela Cuma suresini şu kadar okursan kısmetleri açar diyor. Bazıları yorumlara tecrübe edildi yazıyor. Ben inanıyorum;

K23: Kesinlikle paylaşmıyorum. Hemen direkt geçiyorum. Doğru mu değil mi diye hiç araştırmıyorum, oralı bile olmuyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara bakıldığında K19 dışındaki katılımcıların duaların sayıyla yapılmasına “Dini kisveye bürünmüş abuk subuk şeyler.”, “Bedava din ve cennet anlayışı yok.”, “Dini bu kadar ayak altı etmenin anlamı yok.” gibi tepkiler verdikleri görülmektedir. Bir istisna olarak K7 ve K10, hadislerde yeri olan -mesela Vakıa suresini akşamdan akşama okuyunca rızık arttıracığı bilgisi- sayılı duaları önemsediklerini belirtmektedir. Burada da dini bakımdan peygamberin hadislerine olan bağlılıkları ve bu bağlılığın yansıması görülmektedir. Aynı zamanda K7, “duaların sayı ile değil de kalpten gelerek okunduğu zaman fayda sağlayacağını düşünüyorum” diyerek edilen duanın sayısal açıdan bir etkisinin olmadığı, içten gelmesi gerektiği fikrini savunmaktadır. K2 ise peygamberin hayatını bilen ve okuyan bir Müslüman olarak “Peygamberimizin böyle sayılı paylaşımlar yaptığına

inanmıyorum.” diye belirtmektedir. Sahih kaynaklardaki sayılı duaları istisna tutan K2, dünyalık şeyler için peygamberin dua etmediğine üstüne üstlük sayılı dua etmediğini söylemektedir. Sayılı dua paylaşımına olumlu yönden bakan tek katılımcı olan K19’a gelindiğinde ise onun söz konusu paylaşımın doğruluğuna paylaşımın altındaki yorumlara bakarak karar verdiği anlaşılmaktadır. Örnek vermek gerekirse; K19, Cuma suresini şu kadar okursan kismetler açılır bilgisine “Tecrübe edildi, oluyor.” yorumuna dayanarak doğru kabul ettiğini, inandığını ve uygulamaya başladığını ifade etmektedir.

Katılımcılar, sayı ile yapılan dualara karşı çıktıklarını açık bir şekilde belirtmiştir. Kur’an ve hadislerde kaynağı bulunmayan sayı’lı paylaşımlar örneklem tarafından yok sayılmaktadır. Bireyler, kişinin ruhsal dünyasını aydınlatan dinin, sayı’lı dualarla ifade edilemeyeceğini, edildiğinde dahi gerçekleşmediği takdirde insanları hayal kırıklığına uğratacağını söylemektedir. Gerçekleşmediğinde hüsrana uğrayan insanların Allah’a ve dinine karşı soğuma ve uzaklaşma gibi tepki geliştireceklerini belirtmektedirler.

Kişilerin herhangi bir denetime tabi tutulmaksızın kendi hesaplarından istedikleri zaman bu şekilde -sayı’lı dua- paylaşımlar yapabildiğini mümkün kılan Facebook sayesinde bireyler, dini gönderilere olumlu / olumsuz fikirlerini yorum yaparak ifade etmektedir. Diğer taraftan paylaşılan gönderiye ve altına yapılan yorumları takip edip okuyan insanlar da -kendilerinin dini paylaşım veya yorum yapacağı zamana kadar- pasif şekilde dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedirler. Bu şekilde haber kaynağında etkin olarak dini paylaşımlar ve dini paylaşımlara yapılan yorumlar aracılığıyla gelen bildirimler sayesinde orta yetişkinlik dönemindeki bireyler telefonlarında yüklü olan Facebook uygulaması ile gerçek hayattan daha çok dini sosyalleşmeye maruz kalmaktadır. Temeli, kuralları belirlenmiş bir iletişim değil de samimi bir sohbet mantığı sunan Facebook, kişilerin dini olan içten duygularını belirtmelerine zaman / mekân sınırı koymadan yardımcı olarak dini sosyalleşmenin kalitesini arttırmaktadır.

3.2.8.Özel Gün ve Gecelerle İlgili Paylaşımları

Katılımcılara “Özel gün ve gecelerde dini içerik oluşturup paylaşır mısınız?”, “Özel gün ve gecelerde karşılaştığınız ve beğendiğiniz dini içerikleri sayfanızda

paylaşır mısınız?” diye sorduk. Bu soruyu sormakla amacımız insanların özel günler geldiğinde Facebook’ta nasıl / ne şekilde faaliyetlerde bulunduğunu ne gibi beklentiler içerisinde girdiğini öğrenmek ve bunları detaylı bir şekilde incelemektir. Başka bir ifade ile kişilerin toplumsal gerçeklikte bir şeyler (tatlı, şeker, çikolata...) dağıtarak, ikram ederek ya da camide etkinlikler düzenleyerek deneyimledikleri ve dini sosyalleşmelerinin önemli örneklerinden kabul edebileceğimiz kandil gecelerinin Facebook’ta ne şekilde ortaya çıktığını öğrenmeyi hedefledik. Örneklerden;

K2: Türkiye’de bu tür paylaşımlar artık beklendiği için paylaştığım oluyor. Bazen de insanların bunu beklediğini düşünüyorum ve özel gün veya gece olmasa da “Allah gecenizi iyilik ve hayra çevirsin.” gibi paylaşımlar yapabiliyorum. Sonuçta dua etmiş oluyorum. Yalnız bunların peygamberin hayatında bir uygulama olduğunu düşünmüyorum. Evet, bugünlerde beğendiğim gönderileri beğenir ve paylaşıyorum;

K7: Kandil mesajı paylaşıyorum. Bu günlerin mübarek olduğuna inanıyorum. Ama şunları yapmak sünnettir dedikleri şeyler sonradan uydurma olduğu için onlara itibar etmiyorum. Çünkü Peygamber döneminde kutlanan günler olmadığı için sünnet olmadığını biliyorum. Bana zararı varmış gibi gelmiyor. O gecede milli bir birlik oluyor herkes dua ediyor. Hep birlikte yapılan duanın gücüne inanıyorum. Kandilleri inkâr etmiyorum ama bonus gözüyle bakıyorum. Sonucunda bunlar nafîle ibadetler. Bende affa vesile olması ümidi taşıyor. Beğendiğim gönderileri de çok nadir paylaşıyorum;

K8: Tabii paylaşım yapıyorum. Kandil kavramı Osmanlı’dan gelen bir kavramdır. Peygamber Efendimiz zamanında asrî saadette böyle bir şey yoktu. Mübarek geceler olarak geçiyor. Ben onlara çok inanmadığım için o gecenin mana ve ehemmiyetini anlatan ayetler ve hadisleri kendi yorumlarımla günceller ve paylaşıyorum. Mesela peygamber efendimizin doğum gecesinde O’nun risâleti ve sünnetinin yaşanması ile ilgili paylaşımlar yapıyorum. Yoksa mevlit okuyalım, kandil kutlayalım türünden paylaşımlar yapmıyorum. Tabii ki hoşuma giden şeyleri paylaşıyorum. Yanlış anlaşılma sebebiyet vermeyen ve insanları yanlış yönlendirmediğini düşündüğüm gönderileri paylaşıyorum;

K10: Kandil ve Miraç gecesi dışındaki gecelerin ilmîliği veyahut kadir gecesi gibi ayet ve hadislerle bildirilen şeyler değıllerdir. Ama yine de insanlarımız iyiye, güzele, ibadet ve taata teşvik edilsinler, Müslüman olduklarını hatırlasınlar diye bu gecelerin değerdendirilmesi gerektiğine inanıyorum ve paylaşım yapıyorum. Beğendiğim gönderiler olduğunda onları da paylaşıyorum;

K12: Kandillerde paylaşıyorum. Kandiliniz mübarek olsun, geceniz mübarek olsun, Allah bu gecenin hürmetine kimin ne derdi ne sıkıntısı varsa hepsini bu gecede gidersin bu geceyi ibadetle geçirelim şeklinde güzel paylaşım yapıyorum. Güzel bir mana ifade ediyorsa paylaşıyorum. Herkesin paylaştığı bir şeyse ben paylaşmıyorum. Benim karşıda gördüğüm paylaşım gerçekten dikkat çeken, herkesin paylaştığının dışında farklı bir gönderiyse onu paylaşırım. Herkesin slogan şeklinde paylaştığı bir şeyse paylaşmıyorum;

K17: Dini içerikler paylaşıyorum ve açıkçası öğrencilerimiz de bizden bekliyor. Ben seviyorum paylaşmayı ama paylaşmak istemesen dahi bir beklenti haline geldiği için paylaşmak durumunda kalıyorsun. Ben hocayım paylaşmadığımda ya da unuttuğumda hoca paylaşım yapmadı diyorlar. Yapmak istememek değil de unuttuğumuz zamanlar oluyor. Onda da unutamayız, unutmaya bile hakkımız yok. Hoca da bu durumda sanki biraz mecbur kalıyor. Beğendiğim paylaşımları da sayfamda paylaşmayı seviyorum;

K23: Sık olmasa da paylaşıyorum. Önemli bir kandil geliyordur. Bununla ilgili peygamber efendimizin bir hadisi vardır. Bunu insanlarda bir farkındalık oluşturmak için paylaşıyorum. Başkalarının gönderilerini de paylaşıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre örneklemin özel gün ve geceler konusunda hassasiyet gösterdikleri, karşılaştıkları ya da kendi oluşturdukları dini paylaşımları Facebook'ta yayınladıkları anlaşılmaktadır. Öncelikle K2 ve K17, bu gecelere dair paylaşım ile ilgili insanların beklenti içerisinde olduğunu söylemektedir. Hatta din görevlisi olan K17, "Ben paylaşmayı seviyorum ama paylaşmak istemesen dahi bir beklenti haline geldiği için paylaşmak durumunda kalıyorsun." diye söyleyerek beklenti durumunun nasıl zorunluluğa evrildiğini ifade etmiştir. Başka bir şekilde K2, özel gün veya gece olmasa da "Allah gecenizi iyilik ve hayra çevirsin." gibi paylaşımlar yaptığını ve

bunu dua etmek olarak ifade ettiğini söylemektedir. K7, K10 ve K23 ise kandil gecelerinin peygamber döneminde olmadığını ama yine de bu gecelerin bonus olarak görüleceğini belirtmektedir.

K7, “O gece milli bir birlik oluyor herkes dua ediyor, hep birlikte yapılan duanın gücüne inanıyorum.”; K10, “İnsanlarımız iyiye, güzele, ibadet ve taata teşvik edilsinler Müslüman olduklarını hatırlasınlar diye bu gecelerin değerlendirilmesi gerektiğine inanıyorum.”; K23, “İnsanlarda bir farkındalık oluşturmak için paylaşıyorum.” ifadelerini paylaşmıştır. Örnekleme, bu gecelerin hatırlanması ve yaşanmasıyla Müslümanların hayatında toplumsal birlik inancının gelişeceğini ve kandil gecelerinin de buna dini yönden güzel bir vesile olacağını belirtmektedir.

K12 ise kandillerde “Kandiliniz mübarek olsun, Allah bu gecenin hürmetine kimin ne derdi varsa hepsini bu gecede gidersin, geceyi ibadetle geçirelim” tarzında tamamen kendinin oluşturduğu gönderileri paylaştığını belirtmektedir. Slogan şeklinde paylaşılan gönderilerden uzak durduğunu söylemektedir. Buradan da anlaşıldığı üzere insanların sürekli gördüğü, herkesin diline pelesenk olan sloganvari cümleler / kelimeler, karşıdaki kişide etki uyandırmamaktadır. İnsanlar, devamlı gördüğü cümlelerden -ne kadar önemli olsa da- sıkılabilmekte ve uzaklaşabilmektedir. Ama yeni cümleler, farklı anlatımlar kişilerin dikkatini çekmekte ve dini konulardaki hassasiyetlerini arttırmaktadır. Bu nedenle dini konuşmalarda dilin, açık, sade ve özgün olup olmaması dini sosyalleşmeyi önemli derecede etkilemektedir denebilir.

Verilen cevaplar neticesinde gerçek hayatta yüz yüze ya da telefon ederek iyi dilek ve dualarla kutlanan kandil gecelerinin aynı şevkle Facebook’ta da kutlanmaya devam ettiği görülmektedir. Kişiler, o güne özel paylaşımlar yaparak birbirlerinin kandillerini dini gönderilerin altına yorum yazarak kutlamaktadır. Orta yetişkinlik dönemine özgü hayat yolculuğunun ortasına gelmesi ve ölüm gerçeğini açık bir biçimde hissetmeye başlamasından dolayı katılımcılar, dini etkinliklere -diğer yaş dönemlerindeki insanlardan- daha fazla manevi anlamlar yüklemektedir. Yaşla beraber artan duygusallık düşünüldüğünde orta yetişkinler bu gecelere özel bir hassasiyet yüklemekte ve gerçek hayatta sürdürdükleri dini sosyalleşmeyi sanal mecra olan Facebook’ta da devam ettirmektedir. Sadece arkadaş grupları değil arkadaşlarının arkadaşları gibi bir adım uzakta olan kişilerle de etkileşime girmekte, kutlama mesajlarını onlarla da paylaşmaktadır. Bu da örneklemin gerçek hayatta

kandil gecesini kutladığı kişilerden çok daha fazlasıyla sanal alemde iletişim içinde olduğunu göstermektedir. Orta yetişkinlik dönemindeki bireyler, dinin ve Facebook'un birleşimi sayesinde tanıdığı / tanımadığı insanlarla etkileşime girerek dini sosyalleşmelerini -toplumsal gerçeklikten farklı olarak- çeşitlendirmektedir denebilir.

3.2.9. “Cuma Kutlama Mesajı” Paylaşımları

Örnekleme “Cuma kutlama mesajı paylaşımları yapar mısınız?” diye sorduk. Bu soruyu yöneltmemizin nedeni Müslümanların mübarek günü olan Cuma'ya sanal alemde nasıl bir anlam yüklediklerini görmektir. Amacımız, günlük hayatta sürdürülen Cuma kutlamalarının Facebook'a nasıl taşındığını ortaya çıkarmaktadır. Katılımcılardan;

K3: Evet, her Cuma paylaşım yaparım. Cuma günü paylaşım yaptığım zaman sanki sevdiklerimle o Cuma'yı paylaşıyormuşum gibi hissediyorum. O yüzden de paylaşım yapıyorum;

K6: Evet yapıyorum. Her gün her arkadaşım ile görüşme imkânım olmuyor. Ama Cuma günü olunca o bana atıyor ben ona atıyorum, aklımdasın der gibi. Hatırlatmak, hatırlanmak hoşuma gidiyor;

K8: Sadece Cuma kutlama amacıyla değil de o hafta başka güncel olayları da katarak onunla ilgili iyi dileklerimi bildirdikten sonra o gün Cuma olduğu için Cuma'yı da ona ekliyorum. Öncelikle arkadaşlarımla sosyal bağımın taze kaldığını düşünüyorum. En azından onlarla ilgili iyi bir dilek dua ettiğimi düşünerek kendimi mutlu hissediyorum. İyi dileklerimi ilettiğim için de kendimi huzurlu hissediyorum;

K9: Paylaşım yapıyorum. Cuma gününün önemini hatırlatmak, karşılıklı insanlarla birbirine dua etmek bana iyi hissettiriyor;

K10: Yapıyorum, aynı zamanda bunu insanlar dinle tanışsınlar, dini hassasiyetleri gelişsin diye bir fırsat olarak değerlendiriyorum. Bunu kes kopyala değil kendim oluşturmaya ve bir mesaj vermeye dikkat ediyorum. Peygamber Efendimiz Hz. Ali'ye “Ya Ali senin vasıtanla bir kişinin hidayete gelmesi üzerine güneşin doğup battığı her şeyden hayırlıdır.” der. Ben bu sözü dikkate alıyorum. Bu müjdeye nail olmak adına tüm paylaşımlarımı

gerek özelde gerekse Facebook'ta yapıyorum. Bir insana ulaşmak, bir insanın namaza başlaması benim için her şeyden hayırlıdır. Bu amaçla hareket ediyorum;

K14: Yapmıyorum, yapanları da eleştiriyorum. Artık iş anlam ve mahiyetini kaybetti. Ciddiyetini kaybettiriyor. Rutin haline geldiği için samimiyetinin kalktığını düşünüyorum;

K16: Yapmıyorum ama din adına Cuma mesajı atanlar olduğunda ben de onlara bir ayet ve bir hadisle dönüş yapıyorum. Adam bir yerde bir cümle görüyor. Grup oluşturup 100-150 kişiye gönderiyor. Ben böyle şeyler yapmıyorum. Kişisel özel adını yazarım ve gecen mübarek olsun diye gönderirim;

K23: Cuma paylaşımlarını çok yapmıyorum. Gelen mesajlara da dönmüyorum. Kendim de yapmıyorum. Klişeleşmiş “hayırlı cumalar” gibi şeyler bana basit geliyor... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre K14 ve K23 dışındaki katılımcılar, Cuma kutlama mesajlarına karşı olumlu bir tavır sergilemektedirler. Şöyle ki K14, “Rutin haline geldiği için işin anlamını ve mahiyetini kaybettiğini düşünüyorum”; K23, “Klişeleşmiş hayırlı cumalar gibi sözler bana basit geliyor.” diye belirtmektedir. Burada aslında Cuma mesajlarına olumsuz baktıklarını değil aksine içi boşaltılan, samimiyetsiz, gösteriş için yapılan bir Cuma anlayışına olumsuz baktıkları anlaşılmaktadır.

K3, K6, K8 ve K9’un yorumuna baktığımızda ise Cuma mesajlarına sosyallik ve duygusallık gibi anlamlar yükledikleri görülmektedir. Mesela K3’ün yorumuna baktığımızda “Cuma günü paylaşım yaptığım zaman sanki sevdiklerimle o Cuma’yı paylaşıyormuşum gibi hissediyorum.” diyerek yaşadığı duyguları ifade etmektedir. K6, her gün arkadaşlarıyla görüşme imkânının olmadığını ama Cuma günü geldiğinde birbirlerini hatırlamalarının kendini iyi hissettirdiğinden bahsetmektedir. K8’in hem sosyal bağlarının taze kaldığını düşünmesi hem de iyi dileklerini ilettiği için kendini huzurlu hissetmesi din merkezli duygusallık ve dini sosyalleşmenin ortaya çıktığını göstermektedir. Aynı şekilde K9 da arkadaşlarıyla karşılıklı birbirlerine dua etmelerinin kendisinde huzuru ön plana çıkarmasından dolayı iyi hissettiğini belirtmektedir.

Katılımcılar, toplumsal gerçeklikte meydana gelen Cuma kutlamalarında sevdikleri insanlarla sürekli görüşemediklerini ifade etmişlerdir. Ama Facebook sayesinde insanlar, birbirine sadece bir tık uzaklıkta olduğu için rahatça ve kolay bir şekilde Cuma kutlama mesajı paylaşımları yapabilmektedir. Bundan dolayı sevdikleriyle Facebook üzerinden Cuma kutlama mesajları paylaşımlarıyla iletişim kuran katılımcılar, duygusal durumlar yaşamakta ve aynı zamanda da Facebook'ta dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedir.

İnsanların ihtiyacı olan iletişimin teknoloji ile birlikte Facebook gibi sanal mecralara kayması sonucunda orta yetişkinlikteki bireyler, bu alemlerde hesap açmakta ve sevdikleriyle eş zamanlı iletişimde bulunabilmektedir. Facebook insanlara kişisel haber verme, fotoğraf – video paylaşma, arkadaş edinme, arkadaş veya diğer kullanıcılarla iletişim kurabilme, dünya çapında etkileşimde bulunduğu topluluklarla farklı türdeki bilgileri ve fikirleri paylaşabilme imkânı sunmaktadır. Bu özelliklere ek olarak dini paylaşımların yapılmasına da imkân tanınmasıyla Facebook artık orta yetişkinler için vazgeçilmez bir sanal mecra haline gelmiştir.

Orta yetişkinlik dönemindeki katılımcılar, ergenlik ve ilk yetişkinlik dönemine duydukları özlemden dolayı çatışma ve huzursuzluklarla baş etmeye çalışmaktadır. Bu çatışma, huzursuzluk... problemleri din ile çözmeye çalışan katılımcılar, zamanın sunduğu imkânlarla dini sosyalleşmelerini Facebook'a taşımaktadır. Bu anlamda Facebook'taki Cuma paylaşımları ile kendilerini huzurlu ve hatırlanmış hissetmektedirler. Gerçek hayatta sürdürülen ve sadece kısıtlı kişilerden oluşan Cuma kutlamalarının başkalaşan durumlarla beraber sosyal medya - Facebook'a- taşınması katılımcıların daha fazla kişi tarafından hatırlanmasını sağlamaktadır. Birbirleriyle kurdukları bağların gün geçtikçe kuvvetlenmesi ve bu kuvvetin kişide bireysel huzuru ortaya çıkarması sonucunda katılımcılar adeta Facebook'u sık sık başvurulmuş bir uğrak nokta ilan etmektedir. Bireyler, Facebook'ta dini konuşmakta, dine özel günleri kutlamaktadır. Böylece bireyler bu gönderiler vasıtasıyla birbirlerinde karşılıklı olarak içsel huzur bulmaktadır. Sayılan özelliklerden dolayı Facebook modern dini sosyalleşme aracı olarak orta yetişkinlerin hayatında önemli bir yer edinmektedir.

3.3.SON YETİŞKİNLİKTE DİNİ SOSYALLEŞME VE FACEBOOK

3.3.1. Karşılaşılan Dini İçerik Formatı ve Türü

Bu başlık altında katılımcılara “Facebook’ta en çok karşılaştığınız dini içerik formatı (video, fotoğraf, yazı, gif...) ve dini içerik türü (kutlama mesajı, ayet, hadis, dua istekleri, Cuma kutlamaları, kandil...) nedir?” sorusunu yönelttik. Bu soruyla kullanıcıların karşılaştıkları dini paylaşımların çeşitliliğini ve dini içeriklerin türlerini belirlemeyi hedefledik. Bireylerin dini sosyalleşmesinde etkili olduğunu düşündüğümüz dini içerik formatı ve türlerini ortaya koymayı amaçladık. Örneklerden;

K1: Fotoğraf şeklinde karşıma çıkıyor. Ve bunlar da Cuma mesajları, dini bilgiler ve dualar oluyor;

K4: Yazı ve video şeklinde karşıma çıkıyor. Sıralaması; dualar, Cuma ve kandil mesajları şeklinde oluyor. İlahilere özellikle Mekke ve Medine’yi gösteren ilahili videolar çok hoşuma gidiyor;

K5: Fotoğraf ve video daha çok karşıma çıkıyor. Genelde cuma mesajları ve dualar şeklinde oluyor. Dualar genelde hastaların şifa bulması için paylaşılan dualar oluyor. Ve ben de mümkün olduğu kadar onları okumaya çalışıyorum;

K11: Videolarla karşılaşıyorum. Bunların içeriği de akademik dini tartışmalardan oluşuyor. Mehmet Okuyan, Mustafa İslamoğlu, Cübbeli Ahmet, İsrail Balcı gibi hocaların videoları ile karşılaşıyorum. Hoca konusunda ayırım yapmadığım için hepsini dinliyorum;

K13: Osmanlıca yazılar ve dini içerikli yazılarla karşılaşıyorum. Bunların içerisinde ayet ve hadis yoğunluk kazanıyor;

K15: Videolar genelde değişik grupların kendi düşüncelerini ifade etmek için hatta bazen de karşı tarafa saldırı tarzında oluyor. Ben bunlara itibar etmiyorum. Bunların doğru şeyler olduğunu düşünmüyorum. Din sosyal medyada tartışılmamalı, Müslümanlar dinini kitaplardan öğrenmelidir;

K18: Sosyal içeriklerle ilgili yazılar oluyor. Ağırlıklı olarak ayet ve hadisin veya İslam bilginlerinin sözleri olan yazılar görüyorum;

K22: Ben gündeme ait, gündemi yorumlayan, toplumun gündemine denk düşecek ayet ve hadislerle karşılaşıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplardan anlaşıldığı üzere örneklemin karşılaştığı dini içerikler; fotoğraf, video, Cuma mesajları, dini yazılar, dualar, kandil mesajları, Mekke – Medine’yi gösteren ilahili videolar, akademik dini tartışmaların olduğu videolar, Osmanlıca yazılar, sosyal içerikli yazılar, ayet ve hadisler, İslâm bilginlerinin sözlerinden meydana gelmektedir. Buradan da katılımcıların, dini içerik türü ve formatı açısından çok çeşitli dini paylaşımlarla karşılaştıkları yorumu yapılabilir.

Karşılaşılan dini paylaşımların içinde İslam aleminin kutsal şehirleri olan Mekke ve Medine’nin görselleri kullanılarak oluşturulan ilahiler olduğu görülmektedir. K4, bu tür videoların hoşuna gittiğini ve kendisini huzurlu hissettiğini belirtmektedir. En çok dua içeriği ile karşılaşan K5’ e duaların içeriği sorulduğunda “hastaların şifa bulması” temalı ihtivasının olduğunu söylemektedir. Buna mümkün olduğu kadar katılan, okumaya çalışan K5, Allah’ın şafi ismi ile şifa vermesi için Facebook’ta tanıdığı / tanımadığı kişilerin hastalık temalı gönderilerine hassasiyet göstermektedir. Ya da K11, günlük hayatta belirli gün ve tarihlerde televizyon, konferans, seminer... aracılığıyla dinleyebilecekleri hocaların (Mehmet Okuyan, Mustafa İslamoğlu, Cübbeli Ahmet, İsrail Balcı...) videolarına Facebook sayesinde daha özgür bir şekilde ulaştığını ve bu kişilerden istifade ettiğini belirtmektedir.

Kulaklık yoluyla dinlenen videosuz ilahilerin yerine, görüntüsü -Mekke / Medine görselleri- ve akışı şekillendirilmiş videolar insanların hissettiği huzuru arttırmaktadır. Ya da bireyler, tanımadıkları kişilerin hastalık haberleri haber kaynaklarına düştüğü zaman onlara da dua etmekte ve bu konuda özen göstermektedir. Bu da katılımcıların gerçek hayatta sahip oldukları dini hassasiyetlerini Facebook’a taşıdığını göstermektedir.

Son yetişkinlik döneminde beden, gücü korumaya ve kontrolü sürdürmeye yönelik bütün çabalarına rağmen özerkliğini yitirmeye devam etmektedir. Bireylerin bu dönemde dikkatin yönlendirilmesi konusunda diğer dönemlere oranla daha fazla zaman harcamaları gerekmektedir. Facebook’un videolu, efektli, sesli... dini gönderileri bir arada sunması ile kişilerin birden fazla duyu organına hitap etmesi son yetişkinlerin dikkat seviyesini yükseltmekte ve bu da sanal aleme olan ilgilerini arttırmaktadır. Katılımcılar, bu döneme özgü artan bir hassasiyet olarak İslam’ın şartlarından olan hacca gitmek görevini derinden hissetmekte, görevini yerine getirse

de getirmese de Mekke / hac ile ilgili gönderileri takip etmektedir. Böylece Facebook görsel, video... sunma özelliği ile son yetişkinlere dini sosyalleşme imkânı sunmaktadır.

Örnekleme, orta yetişkinlik döneminde gerçekleştirdikleri dini etkinlikleri son yetişkinlik dönemine taşımakta ve devam ettirmektedir. Son yetişkinlik döneminde, kayıpların -eş, akraba, komşu- yaşanmasıyla yalnızlık duygusu yaşayan bireyler, tanıdığı diğer insanlarla Facebook'ta daha sık etkileşim içine girmekte, dini gönderiler paylaşmakta, kendilerince bildikleri dini bilgileri birbirlerine aktarmaktadır. Yorucu bir dönem olarak karşımıza çıkan son yetişkinlik döneminde bireyler, eksi yönlerin neredeyse hepsine dini yerleştirerek Facebook'ta yer almaktadır. Konuşmalarının çoğunu dini içeriklerle bu mecrada -Facebook- sürdüren son yetişkinler, ömür boyu süren dini sosyalleşmesini aktif şekilde gerçekleştirmekte ve sürdürmektedir denebilir.

3.3.2.Karşılaşılan Dini İçerikleri “Beğenme”, “Yorum Yapma”, “Doğrulama”

Bu başlık altında örnekleme yönelttiğimiz soru birkaç katmandan meydana gelmektedir. Birinci olarak, katılımcılara “Facebook'ta karşılaştığınız dini paylaşımlardan en çok hangilerini ‘beğen’irsiniz veya ‘yorum’ yaparsınız?” sorusunu yönelttik. İkinci olarak; bu çerçevede fotoğraf, video, Cuma mesajları, dini yazılar, dualar, kandil mesajları, Mekke – Medine’yi gösteren ilahili videolar, akademik dini tartışmaların olduğu videolar, Osmanlıca yazılar, sosyal içerikli yazılar, ayet ve hadisler, İslam bilginlerinin sözleri gibi dini paylaşımlarla karşılaştıklarında en çok hangilerini beğendiklerini ya da beğen butonuyla desteklediklerini, üçüncü olarak; karşılaşılan dini paylaşımlara nasıl / ne şekilde yorum yaptıklarını, dördüncü olarak; karşılaştıkları içerikleri nasıl / hangi yolla doğruladıklarını, son olarak da dini içeriklere gelen beğeni sayısının katılımcıların fikirlerini etkileyip etkilemediklerini öğrenmek için sorular yönelttik.

Bu sorularla katılımcıların Facebook'ta karşılaştığı dini içeriklerden hangisine ya da hangilerine daha çok ilgi gösterdiğini, beğendiğini, yorum yapmayı tercih ettiğini tespit etmeyi hedefledik. Ayrıca bu içeriklerle ilgili olarak nasıl yorumlar yaptıklarını, içerikleri doğrulamaya gerek duyup duymadıklarını, ayrıca

nasıl doğruladıklarını, içeriğin beğeni sayısının içerikle ilgili fikirlerini değiştirip değiştirmediklerini öğrenmeyi amaçladık. Örneklemden;

K1: Yazılan dualardan sadece hoşuma gidenleri beğeniyorum;

K5: Beğenme yapmıyorum, okuyup geçiyorum;

K11: Bizim bir dinimiz var ve bunu öğreten bir kitabımız bir peygamberimiz var. Kitaba, peygambere, dine en yakın en saf bilgileri kim veriyorsa onları beğeniyorum;

K18: Ayet ve hadisleri ağırlıklı olarak beğeniyorum. Ayrıca herkesçe bilinen ve kabul edilen İslam bilginleri, filozofları ve mütefekkirlerin sözlerini beğeniyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Örneklemin paylaşımı beğen butonuyla desteklerken kişisel fikirlerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Örneğin, K1 yazılan dualardan sadece hoşuna gidenleri beğendiğini söylemektedir. K1, o anda karşılaştığı duanın / duaların ruhuna / zihnine en uygun olanı seçtiğini belirtmektedir. Buradan da dini hayatlarındaki olayların ruhsal düşüncelerini şekillendirdiği yorumu yapılabilir. Ya da K11, beğeni yaparken Kur'an'ı Kerim'e ve peygamberin öğretilerine en yakın bilgiyi göz önüne aldığını söylemektedir.

Son yetişkinlik döneminde din, çeşitli problemler ve sıkıntılar karşısında kişiye dayanma gücü vermektedir. Duaların da içinde bulunduğu dini gönderiler katılımcıları ruhen rahatlatmaktadır. Yaşama karşı umutsuzluğun baş gösterdiği bu son yetişkinlik döneminde kişileri ruhen rahatlatan, kendilerini dini olarak ifade etmelerine izin veren, istediği dini gönderiyi paylaşmada özgür kılan Facebook, günümüzde son yetişkinlerin vazgeçilmez dini sosyalleşme mekânı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Facebook, fazla kullanıcı sayısı ve birçok fikri içerisinde bulundurması sebebiyle katılımcılara çeşitli dini gönderilerle karşılaşma imkânı da sunmaktadır. Böylece bireyler arasında bu dini bilgilerin çok hızlı bir şekilde yayılması sonucunda örneklemin dini sosyalleşmeleri Facebook'a taşınmaktadır denebilir. Katılımcılar günlük hayatlarında yaşadıkları tecrübeleri aynı şekilde Facebook'ta da sürdürerek kişilerin dini sosyalleşmesine katkıda bulunmaktadır. Ve bu katkı Facebook'un; görsel zenginlik, birden çok insana ulaşabilme, sayısız bilgiyle karşılaşma, 7/24 ulaşılabilir olması gibi özellikleriyle insanlar üzerindeki cazibesini her geçen gün daha da arttırmaktadır.

Beğeni yaptıkları içeriklerin detaylarını sorduğumuzda ise örneklemeden aşağıdaki cevapları aldık;

K22: Nurettin Yıldız hocanın olaylara İslami bakış açısı ile yorumlayan videolarını beğeniyorum. Ya da son yıllardaki askerimizin namaz kılma mevzusu ya da asker veya polisimizin namazda çekilen fotoğrafları varsa beğeniyorum;

K15: Ben Müslümanların dertlerini ifade eden, birliğini ve beraberliğini ön plana çıkaran paylaşımları beğeniyorum.

Alınan cevaplardan anlaşıldığı üzere K22'ye bakıldığında toplumsal bir olay olan askerin / polisin namaz kılmasının yasaklanması mevzusunun insanlarda üzüntü uyandırdığını ve artık namaz kılan asker / polis fotoğrafı gördüğünde bunu beğenerek hem desteklediğini hem de yayılmasını sağladığını söylemektedir. Olayları İslami bakış açısı ile yorumlamayı sürdüren K22'nin, Nurettin Yıldız hocanın videolarını beğenmesi de dini bakış açısını merkeze aldığını ve bunu Facebook'ta aktif bir şekilde sürdürdüğünü göstermektedir. K15 ise toplumsal bir görev olarak Müslümanların problemi / sorunu olan dini gönderileri beğenerek ön plana çıkarmaya çalışmaktadır.

Son yetişkinlik dönemindeki katılımcıların İslami bakış açısını merkeze alan kişilere / hocalara yöneldikleri ve Müslümanların birlik ve beraberliği düşüncesinin ön plana çıktığı görülmektedir. Son yetişkinlik döneminde eşin kaybedilmesi, çocukların evden ayrılması gibi sorunlarla karşılaşan katılımcılar, sosyal / duygusal ihtiyaçlarını karşılamak için aile, arkadaş, akraba ve komşulara daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Hepsini bir arada bulunduran hatta daha fazla kişiyle tanışma imkânı sunan Facebook, kullanıcılarına kendi düşüncelerini / dini düşüncelerini özgürce ifade etmelerini sağlamaktadır. İslami bakış açısı sunan kişilere / hocalara gerçek hayattan çok daha hızlı ve kolay erişme imkânı sunması sebebiyle son yetişkinlerin dikkatini çeken Facebook, kullanıcılarını dini sosyalleşmenin gerçek boyutundan alarak onlara sanal bir deneyim yaşatmaktadır. Geleneksel anlamda cami, sohbet gibi dini sosyalleşme mekânlarından Facebook gibi etkileşimli, eş zamanlı iletişim... özellikleri olan sosyal ağ olarak bu durum son yetişkinlerin de dikkatini çekmektedir. Katılımcılar, kendilerine dert edindikleri dini düşünceleri duvarlarına yazarak rahatlama hissi yaşamaktadır. Arkadaşlarıyla daha fazla görüşme fırsatı yakalayan katılımcılar, dini gönderilerine karşılıklı yorum / yorumlar yapmakta, fikirlerini

paylaşmaktadır. Bu da dini sosyalleşmenin sanal aleme taşındığını, katılımcıların burada dini gönderiler paylaşarak vakit geçirdiklerini göstermektedir.

Yukarıdaki sorunun devamı olarak Katılımcılara “Facebook’ta karşılaştığınız dini içerikli paylaşımlara yorum yapar mısınız?” diye sorduk. Örneklemeden;

K1: Yorum yapmıyorum;

K5: Dua ya da cüz isteyenlere “Okudum.” diye yorum yapıyorum;

K11: Olumlu ve olumsuz yorumlar yapıyorum. Olumsuz yorumlar yaptığım zaman başım derde giriyor;

K13: Ara sıra yapıyorum. Paylaşımı yapmış kişiyi tatmin etme anlamında ya da aykırı bulduğum bir şey varsa yanlıştır anlamında yorumda bulunuyorum;

K15: Güzel şeyler yazılmışsa tebrik edici yorumlar, eksik yanlış olarak paylaşılmış bilgi varsa da eleştirme anlamında yorumda bulunabiliyorum;

K18: Leyhte ve aleyhte olmak üzere iki şekilde yorumda bulunduğum olur;

K21: Tanıdığım kişilere yorum yapıyorum, tanımadığım kişilere yorum yapmıyorum. Ama imani, itikadi konularda hatalı paylaşımlar olduğu zaman “Kardeşim, siz bu ayeti yanlış yayınlıyorsunuz ayetin aslı bu değildir ya da bu hadis uydurmadır.” diye ikaz ediyorum;

K22: Bazen arkadaşlarım uydurma rivayetler paylaşıyor. Onların yorum kısmına “Hadise uygun değil, Kur’an’a uygun değil, İslam’a uygun değil.” gibi yorumlar yapıyorum. Bazen de cemaatler arasındaki rekabet durumuna binaen yorumlara “Yapmayın, etmeyin, tutmayın kardeşim. Bu kadar haşin olmayın. Müslümanın Müslümana karşı kını olmaz, onlar da Müslüman sen de Müslümansın, birbirinizi sapıklıkla suçlamayın.” gibi ifadeler yazıyorum. Yani herhangi bir cemaati birbirine tercih etmiyorum ama birinin diğeri hakkında kullandığı olumsuz ifadeler için böyle yorumlar yapıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre K1 dışındaki katılımcıların olumlu ve olumsuz olarak yorum yaptıkları görülmektedir. Olumlu yorumları K13, “Paylaşımı yapmış kişiyi tatmin etmek.”; K15 ise “Tebrik etmek.” olarak değerlendirdiğini söylemektedir. Olumsuz yorumlarda ise K21 paylaşımın içeriğinde bir sıkıntı gördüğünde “Kardeşim, siz bu ayeti yanlış yayınlıyorsunuz ayetin aslı bu değildir ya da bu hadis uydurmadır.” diye uyarıda bulunduğunu belirtmektedir. Aynı şekilde uydurma

rivayet paylaşıldığında ise K22'nin, "Kur'an'ı Kerim'e, hadise, İslam'a uygun değil." tarzında yorumlar yaptığı görülmektedir.

Olumlu yorumların ortak özelliklerine bakıldığında katılımcıların dini paylaşım yapan kişilerin azmini arttırmak için tebrik içerikli yorumlar yaptığı görülmektedir. Olumsuz yorumların ise Kur'an'ı Kerim ve hadis gibi kaynaklara ters düşen dini bilgiler paylaşıldığında ortaya çıktığını, katılımcıların bu duruma sinirlendiğini ve buna bir tepki vermek amacıyla yaptıkları anlaşılmaktadır. Burada da katılımcılar, peygamberin "Batıl / yanlış şeyleri söyleyerek insanlara nasihat eden, konuşan şeytandır. Hakkı söylemekten sakınan ise dilsiz şeytandır."¹¹ sözünü benimsediklerini ve buna göre hareket ettiklerini belirtmektedir.

İnsanlar günlük hayatlarında birbirleriyle konuşma ihtiyacı hissetmektedir. Ancak teknoloji ile başkalaşan günlük hayat gün geçtikçe bireylere yeni seçenekler sunmaktadır. Bu yeni seçeneklerden birisi olan sosyal ağ -Facebook- insanların günlük hayattaki konuşma ihtiyacını 'yorum' özelliği ile karşılamaktadır. Son yetişkinlerin hayatında dinin en büyük dilim olduğu bilinmektedir. Bundan dolayı katılımcılar, Facebook'ta paylaşılan dini gönderilerin altına olumlu / olumsuz içerikli yorum yapmaktadırlar. Yapılan yorumlara geri dönüşlerin de olması ile örneklem, kendini sanki gerçek hayatta bir arkadaşıyla konuşuyormuş gibi hissetmektedir. Dini gönderilerin altında gelen bu yorumların silsile şeklinde karşılıklı olarak devam etmesi son yetişkinleri Facebook'a daha çok bağlamaktadır. Kendilerini ifade edebilmenin özgürlüğü ile örneklem daha fazla yorum yapmakta dini bilgilerin anlaşılan/ anlaşılamayan kısımlarını açıklama gayreti içerisine girmektedir. Pek çok kaybın yaşandığı son yetişkinlik döneminde, arkadaşlardan ve çevredeki insanlardan dini fikirleriyle destek görme fırsatı bulan katılımcılar, yalnızlık duygusunu da böylelikle bir ölçüde hafifletmektedir. Facebook sayesinde yaklaşık olarak 60-70 yıl yaşamış, din hakkında tecrübe edinmiş son yetişkinlerin dini konularda kendilerini rahatça ifade etme imkânı bulması, bunu aktif şekilde sürdürmesi ve bu sayede yeni dini bilgilerle donanması, yeni insanlarla tanışması kişinin dini sosyalleşmesini sanal alemde kaçınılmaz kılmaktadır.

¹¹ İbn Kayyim

Katılımcılara “Facebook’ta karşılaştığınız dini paylaşıma beğeni ve yorum yapmadan önce veya sonra paylaşımı doğrulama ihtiyacı hisseder misiniz?” diye sorduk. Katılımcılardan;

K1: Beğeni ve yorum yapmıyor;

K4: Sadece doğruladıklarımı beğenirim. Tekrar tekrar okur öyle beğenme butonuna tıklarım. Yorum yapmıyorum;

K11: Beğenirken de yorum yaparken de tabii ki doğrulama ihtiyacı hissediyorum. Ama diğer taraftan bakarsak ben 35 sene bu işin öğretmenliğini yaptım ondan önce de okulunu okudum. Bir gönderinin doğru mu olduğunu yanlış mı olduğunu anlıyorum;

K13: Bugün Facebook dediğimiz alanda her türlü bilgi mevcut. Kişi dini bir bilgi diye paylaşıyor ama içeriğe baktığımızda hurafe olduğu anlaşılıyor. Ya da bazen bazı ayet veya hadis paylaşımlarına “Allah Allah bu böyle miydi?” deyip araştırırım. Ona göre beğenir ve yorum yaparım;

K15: Aslında sosyal medyada belki de yapmamız gereken en önemli şey doğrulama ihtiyacını diri tutmaktır. Çünkü bu mecrada ak kara, kara ise ak gibi görünebiliyor. Mesela bir video paylaşıyor. Videonun ilk kısmı dinlenildiği zaman farklı tamamı dinlenildiğinde ise çok farklı bir anlamı olabiliyor. Böyle videoların bir kısmı kesilerek paylaşıldığında insanlar bu küçük kısma göre yargılamaya başlıyorlar. İnsanları bu sosyal medyada paylaşılan bu küçük bölümle itham etmek doğru değildir. Facebook olsun diğer medya türleri olsun bana hep Hucûrat Suresi’nin “Ey Müminler, dinî ve ahlâkî duyarlılığı zayıf birisi size önemli bir haber getirdiğinde o haberin doğru olup olmadığını iyice araştırın. Yoksa işin aslını bilip etmeden birtakım insanlara zarar verirsiniz, sonra da yaptığınıza pişman olursunuz.” ayetini hatırlatıyor. Bu ayet-i kerime bizim için büyük bir önem arz ediyor. Özellikle medyadaki (tüm medya türlerini kast ediyor) haber ve paylaşımları doğrulamadan inanırsak bu bizi yanılsa götürebilir. Diğer taraftan aynı paylaşımlar defalarca paylaşılnca ve itiraz da edilmediğinde kabulleniliyor. Ama ben mümkün olduğu kadar doğruluğuna göre hareket etmeye çalışıyorum. Yorum ve beğenilerimi ona göre yapıyorum;

K18: Evet, özellikle ayet ve hadis paylaşımlarında doğrulama ihtiyacı hissediyorum;

K21: Araştırır, beğeni ve yorumumu ona göre yaparım. Mesela yanlış bir ayet paylaşımı varsa meale değil meallere bakarım. Biz bu işin ehli olduğumuz için daha dikkatli davranırım. Bugün yarın “Allah Allah bu hoca bile böyle diyor.” dediği zaman vebal benim üstüme olur. Bu bakımdan o ayeti alıyorum diğer 3-5-7 tane ayrı güvendiğim meallerle kıyas ediyorum. Ondan sonra “Bak kardeşim bu burada yanlıştır, bu sizin paylaştığınız gibi değildir.” diye uyarıyorum. Ya bilerek yapıyor ya bilmeyerek yapıyor ya da ortalığı karıştırmak için yapıyor... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre katılımcılar, özellikle ayet ve hadis paylaşımlarıyla karşılaştıklarında beğenme ve yorum yapma konusunda özel bir hassasiyet gösterdiklerini söylemektedir.

K11 ve K21 yıllardır din bilimiyle uğraştıkları için sunulan bir dini paylaşımın gerçekliği konusunda çok da ihtilafa düşeceğini sanmadıklarını söylemektedir. Aynı zamanda K21, bu işin ehli olduğunu söyleyerek ekstra dikkat etmesi gerektiğini düşünmektedir. Çünkü kendisi öğretmen olduğundan dolayı beğeneceği ya da yorum yapacağı herhangi bir dini paylaşım, kendisini Facebook’ta takip eden öğrencilerinin haber kaynağına düşecektir. Yanlış yönlendirmemek adına ekstra özen gösterdiğini belirtmektedir. Bundan dolayı bir ayet paylaşımı gördüğünde meale değil meallere bakarak işin aslını araştırdığını da söylemiştir. Detaylı araştırmadan sonra “Bak kardeşim bu burada yanlıştır, bu sizin paylaştığınız gibi değildir” diyerek uyarıda bulunmaktadır. K15 ise Facebook’ta gördüğü / karşılaştığı dini paylaşımları sürekli doğrulamak gerektiği fikrini / düşüncesini Hucûrât Suresi’nin “Ey Müminler, dinî ve ahlâkî duyarlılığı zayıf birisi size önemli bir haber getirdiğinde o haberin doğru olup olmadığını iyice araştırın. Yoksa işin aslını bilip etmeden birtakım insanlara zarar verirsiniz, sonra da yaptığınıza pişman olursunuz.” ayetiyle delillendirmektedir. Buradan da K15’in dini delil olarak Kur’an’ı Kerim’i rehber olarak aldığı görülmektedir.

Facebook, kullanıcılarına kendi ürettikleri içerikleri çok kolay bir şekilde internet ortamında ve mobil ortamda yayımlama fırsatı sunmaktadır. Bu özellik sayesinde geniş bir kitle tarafından kullanılan bu sanal alemde doğru / yanlış çok fazla bilgi haber akışına düşmektedir. Son yetişkinlerin -dönem itibarıyla- dikkatini özellikle çeken dini gönderilerde doğru bilgilerin yanında yanlış bilgilerin de akışta dolanması mümkün olmaktadır. Bu şekilde yanlış dini bilgilerle karşılaşan son

yetişkinlik dönemindeki katılımcılar, Kur'an'ı Kerim'in ayetleri ışığında doğruları söylemek, yanlış bilgileri düzeltmek için çaba sarf etmektedir. Uygun bir dille yorumlarda dini fikir ve düşüncelerini belirten örneklem, karşılıklı gerçekleşen yorumlarla dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedir.

Son yetişkinlik döneminde emekli olmayla birlikte katılımcıların hayatında büyük boşluk oluşmaktadır. Güç ve sağlık sebebiyle çok fazla ev dışında sosyalleşemeyen katılımcılar, yeni sosyal rollerine uyum sağlayarak en kolay yoldan dini sosyalleşme yollarını keşfetmektedir. Bir tıkla erişilecek kadar yakın olan aile, arkadaş, akrabalarına ve tanımadığı onlarca / yüzlerce insana Facebook aracılığıyla erişmek, onlarla dini konuları konuşmak / paylaşmak örneklemi dini yönden sosyalleştirmektedir.

Katılımcılara “Beğeni ve yorum yaparken o dini paylaşımı kimin yaptığına bakar mısınız? Kimin paylaştığı sizin için önemli midir?” diye sorduk. Katılımcılardan;

K4: Bakıyorum, benim için kimin paylaştığı önemlidir;

K11: Elbette önemlidir. Hiç tanımadığım birisi doğru bir şey yazmışsa beğenirim;

K13: Önemlidir. Profesörlerden tanıdığım dostlarım var. Kendilerine güvenirim. Onlar paylaşım yaptıklarında ayrı bir güven duyuyorum;

K15: Elbette paylaştan önemli paylaşılan daha önemlidir. Doğruysa kim paylaşırsa paylaşsın tebrik etmek gerekir. Ya da yanlışsa kim paylaşmışsa onu da eleştirmek lazım;

K18: Önemli, bazen bazı kişilerin paylaşımlarına hiç bakmadan geçerim;

K21: Ben zaten Facebook'taki arkadaş listemi kişileri inceledikten sonra oluşturdum. Bildiğim insanlara yorum yaparım. Bilmediğim insanlara ise bazen bir emoji bırakırım ya da tamamen es geçerim;

K22: Tabii önemlidir. Mesela güvendiğim arkadaşlar paylaşım yaptığında bilgi de doğruysa onlara beğeni ve destekleyici, teşekkür edici yorumlar yaparım... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre örneklemdeki dini paylaşımı kimin yaptığına dikkat ettikleri görülmektedir. Mesela K13, güven duyduğu profesör dostlarının paylaşımlarıyla karşılaştığında -kaynaklı ve delil göstererek yayınladıkları için- ayrı

bir güven duyduğunu belirtmektedir. K22 ise güvendiği arkadaşlarının doğru paylaşımlarına destekleyici ve takdir edici yorumlar yaptığını söylemektedir. K15 de biraz daha eleştirel yaklaşarak doğruyu paylaşan kişinin kim olursa olsun tebrik edilmesini gerektiğini yanlış paylaşan kişiyi de tanıdık olsa da olmasa da eleştirmek gerektiğini ifade etmiştir. Profesyonel bir şekilde yaklaşan K15 bilginin doğru olmasını ölçüt olarak paylaşan kişiyi -her kim olursa olsun- uyarmakla dini bilgilerin doğru bir şekilde yayılmasını hedeflemektedir.

Facebook'un çok fazla üyeye kayıt olma olanağı tanıma özelliği sayesinde katılımcılar, tanımadıkları birçok kişinin dini gönderisiyle haber kaynağında karşılaşmaktadır. Böylece bireyler, tanıdıkları kişilerin haricinde tanımadıkları kişilerin de dini paylaşımlarını görmektedir. Dini bilginin doğru olduğu sürece kimin paylaştığının öneminin olmadığını belirten örneklem, tanımadıkları kişilerin dini gönderilerine beğen'i veya yorum yapabilmektedir. Tanımadıkları kişilerle etkileşime giren katılımcılar bizzat yüz yüze tanıştığı / görüştüğü kişilerin haricinde sanal kişiler tanımaya başlamaktadır. Facebook'un anında mesaj gönderme özelliği sayesinde eş zamanlı olarak yeni tanıştıkları kişilerle konuşan katılımcılar, birbirlerini arkadaş olarak eklemekte ve iletişimlerini sürdürmektedirler.

Facebook'un dini gönderileri bir tıkla birbirlerini tanımayan kişilerin haber kaynağına düşürmesi sonucunda yeni arkadaşlıklar edinen son yetişkinlik dönemindeki katılımcılar, dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedir. Sosyal ilişki ağının genişliğinin ileri yetişkinlerin hayatına anlam kattığı bilindiğinde göre katılımcıların Facebook sayesinde tanıştığı yeni insanlarla hayatına anlam kattıkları, dinle bütünleşen paylaşımlarla etkileşime girdikleri ve zamanlarının bolluğu ile bolca dini sosyalleşmelerini gerçekleştirdikleri söylenebilir.

Facebook'ta bir içeriğin yorum ve beğeni sayısının kullanıcıları nasıl etkilediğini öğrenmek için katılımcılara "Facebook'ta karşılaştığınız dini içeriklerin beğeni sayısı o paylaşım ile ilgili düşüncelerini etkiler mi?" diye sorduk. Örneklerden;

K1: Düşüncelerimi etkilemez;

K4: Beğeni sayısına takılmıyorum. Önemli olan benim beğenmem;

K5: Ne kadar beğeni aldığı beni etkilemiyor;

K11: Çok veya az beğeni almış olması ben de doğru / yanlış diye ön yargı oluşturmuyor. Okurum ve ona göre karar veririm;

K13: Şöyle bir etkilenme oluyor. Bunca insan bu bilgiye niye bu kadar beğeni ve destek sağlamış diye bakıyorum. Eğer ki yanlış bir bilgi ise ben de dislike (beğenmeme) butonuna tıklıyorum;

K15: Bir paylaşımda çok veya az beğeni olması benim düşüncelerimi etkilemez. Bizim de kendimize göre ölçülerimiz var. Öyle beğenilerle değil de diğer ölçütlerimize uygunsa elbette kabul edilir. Ayrıca beğeni sayısı o işin doğru veya yanlış olduğunu göstermez diye düşünüyorum;

K18: Beni etkilemez, bazen üç like (beğeni) alabilir bazen de binleri geçebilir;

K21: Ben ne kadar beğeni olduğuna bakmıyorum. Yazının, fikrin, inancın benim görüşümle etkileşimine bakıyorum. Mesela Peygamber Efendimizin hadisleri paylaşıyor. İçlerinde uydurma rivayetler de oluyor. Ben hadisler üzerinde çok iyi çalışmalar yaptığım için bu gönderileri inceliyorum, profesör dostlarımla istişare edip yorum kısmına doğrusunu yazıyorum;

K22: Beğenilerin fazla olması beni etkiliyor. Bu kadar beğeni aldıysa doğrudur diyorum. Çok beğeni alan gönderinin boş bilgi olduğuna pek rastlamadım... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre K22 dışındaki katılımcılar, dini paylaşıma yapılan beğeni sayısının düşüncelerini etkilemeyeceğini belirtmektedir. K11, karşılaştığını gönderileri okuduktan sonra doğruluğuna yanlışlığına karar verdiğini söylemektedir. Beğeni sayısının üzerinde hiçbir etkisinin olmadığından bahsetmektedir. K13, bir gönderinin çok fazla beğeni almasının üzerinde “Bunca insan bu bilgiye niye bu kadar beğeni ve destek sağlamış,” yorumunu yapacak kadar etkisi olduğundan bahsetmektedir. Eğer ki bilgi yanlış ise kendisi de dislike butonu ile buna anti-tepki geliştirdiğinden bahsetmektedir. K15, kendisine göre ölçütlerinin olduğunu söyleyerek beğeni sayısının kendisi için etkisiz olduğunu söylemektedir. Burada K15’in ölçütler olarak kast ettiği şeyin dini ölçütler olduğu anlaşılmaktadır. Kur’an’ı Kerime, hadislere, alimlerin görüşlerine uymayan bilgilerin yüzlerce / binlerce beğeni olsa da bireylerin dini alanında bir değişiklik yapmadığı görülmektedir. K21 ise paylaşılan gönderideki yazının, fikrin, inancın kendi görüşüyle ne kadar örtüştüğünü baz alarak buna göre bir tavır sergilediğini belirtmektedir. Örnek vermek gerekirse K21, uydurma bir rivayetle karşılaştığında onun beğeni sayısından ziyade - bu alanda derin çalışmalar yapmasına rağmen- bin bilsen de bir bilene sor mantığıyla

profesör arkadaşlarına danışıp detaylıca öğrendiğini söylemektedir. Daha sonrasında yorum kısmına doğrusunu yazarak bir yanlış varsa onu düzeltmeye çalışmaktadır. Bu yorumlar sayesinde kişiler dini bilgilerin doğruluğuna / yanlışlığına dair daha çok bilgilenmektedir. Dini konularda ekstra bilgisi olan katılımcılar yorum yazmakta, daha az bilgisi olan katılımcılar dini gönderiye yapılan yorumu okumaktadır. Sadece Facebook aracılığıyla gerçekleşen dini bilgi trafiği güçsüzleşen son yetişkinlerin hoşuna gitmekte ve evden çıkmadan oturdukları yerde telefonun ekranını aşağı yukarı hareket ettirerek dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedirler.

Örneklemin dini içeriklere beğeni veya yorum yapma hususunda aktif rol oynadıkları görülmektedir. Özellikle Müslümanların birliği ve bütünlüğü konusundaki paylaşımlar bunlardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Başka açıdan örneklem, yorum yapma konusunda olumlu / olumsuz tavırlarıyla ön plana çıkmaktadır. Kişiler, olumlu yorumları paylaşan kişinin enerjisi yükselsin, daha çok paylaşım yapsın diye tebrik, takdir ve teşekkür anlamında kullanmaktadır. Olumsuz yorumları ise dini bir yükümlülük hissederek uyarı amaçlı kullanmaktadır. “Kur’an’ı Kerim’e uygun değil, hadislere uygun değil.” gibi yorumlarla dinin iki temel kaynağını ölçüt aldıkları görülmektedir. Kişiler, Facebook’un geniş bilgi aktarımını göz önüne aldığında gördükleri dini paylaşımı doğrulama ihtiyaçları da o derecede artmaktadır. Örneklem içinde yıllarca din bilimiyle haşır neşir insanlar da dahil olmak üzere paylaşımı kendi akıl süzgeçlerinden geçirdikten sonra yine de başka bir bilene sorduklarını ve buna rağmen yanlış olduğu bilgisiyle karşılaştıklarında “Kim bir kötülük görürse, onu eliyle değiştirsin. Şayet eliyle değiştirmeye gücü yetmezse, diliyle değiştirsin. Diliyle değiştirmeye de gücü yetmezse, kalbiyle düzeltme cihetine gitsin ki, bu imanın en zayıf derecesidir.”¹² hadisinde olduğu gibi yorum yaparak hatayı düzeltme yoluna gittiklerini görülmektedir. Örneklem, karşılaştıkları dini paylaşımı kimin yaptığına baktıklarını belirtmektedir. Kişilerin doğru bilgi paylaşıldığı zaman -kim paylaşırsa paylaşsın- beğeni ve yorum yaptıkları görülmektedir. Aynı şekilde yanlış bilgi paylaşıldığı zaman -tanıdık biri olsa dahi- uyardıkları gözden kaçmamaktadır. Dini bilgilerin yayılması konusunda eş-dost hatırını göz ardı ettikleri, Allah’ın rızasını ön plana aldıkları görülmektedir.

¹² Müslim, İman, 78.

Örnekleme, dini paylaşıma gelen beğeni sayısının ise hiçbir şekilde bilginin ehemmiyetine artı ya da eksi şekilde katkı sağlamadığını belirtmektedir.

Örneklemin Facebook'ta sürdürülen dini paylaşımlarda aynen gerçek hayatta sürdürdükleri gibi etkin rol oynadıkları, bu mecrada uzun vakitler geçirdikleri görülmektedir. Modern dünya ile birlikte dini sosyalleşmenin kitle iletişim araçlarına -Facebook- taşındığı ve son yetişkinler tarafından hatırı sayılır bir rağbete maruz kaldığı görülmektedir.

3.3.3.Karşılaşılan Dini İçeriklere Katılım

Örnekleme “Facebook'ta karşılaştığınız dini içeriklere katılım (Allah rahmet eylesin, Allah şifa versin, salavat, amin, beddua...) sağlar mısınız / nasıl katılım sağlarsınız?” diye sorduk. Bu soruyla katılımcıların karşılaştıkları dini içeriklerle ilgili etkileşim derecesini / etkisini / şeklini / biçimini ölçmeyi hedefledik. Burada kast ettiğimiz katılımdan genellikle dini paylaşım altına yapılan yorumlar anlaşılmalıdır. Katılımcılardan;

K1: Çok hoşuma gidenlere katılım sağlıyorum. Mesela bizim için çoluk çocuğumuz için dualar paylaşıyor altına hemen “amin” diye yorum yaparım;

K5: Bazen lafzen söylüyorum bazen de içimi acıtan şeyler olduğu zaman yorum şeklinde katılım sağlıyorum. Mesela şehit haberleri olduğu zaman “Allah rahmet eylesin, mekânı cennet olsun.” gibi şeyler yazıyorum. Dua isteyenler olmuşa altına “Okudum.” yazıyorum;

K11: Kesinlikle katılım sağlarım. İslam'da şöyle bir anlayış vardır. Selam vermek sünnettir verilen selamı almak farzdır. Dolayısıyla bu bir selam vermektir. Birisi sana bir şey söylüyorsa o kişiye bir karşılık vermek lazımdır diye düşünüyorum. Selam burada “Bir insanla bir insanın herhangi bir şeyine tepki vermek, karşılık vermek, onunla ilgilenmek.” anlamındadır. Selamı çok geniş alıyorum;

K13: Beddua etmem ama Allah şifa versin, Allah sıhhat, afiyet versin derim. Çok beğendiğim bir şey olursa maşallah ifadesini kullanırım. Ya da teşekkür ederim derim;

K15: Katılım sağlarım. Yapılan bazı güzel dualar amin derim. Ama şimdiye kadar beddua etme falan olmadı;

K18: Bedduaya ve salavat getirme silsilelerine katılmam. Ama güzel dualar varsa amin şekliyle onlara yazabilirim;

K21: Ben de ilke olarak aşığalamak, küfretmek olmadığı için beddua olayı da yok. Belli bir basmakalıp yazı türü var; “Allah rahmet eylesin, mekânı cennet olsun, rabbim şafî ismi ile şifa versin.” gibi. Ben bunun vebal olduğunu düşündüm. Şöyle bir vebal, kes yapıştır yapmaktan ziyade gerçekten kardeşimizin ölümü anlama ve hissetme ve ona rahmet okumak, fatiha okumak gerek diye düşünüyorum. Ve o niyetle artık şifa, rahmet ve geçmiş olsun dileyceksem, o duygularla yapıyorum. Allah rahmet eylesin, mekânı cennet olsun ve Allah geride kalanlara sabr-ı cemil nasip etsin gibi dilekleri peygamberimizin ve İslam alimlerinin sözlerini harmanlayarak söylüyorum;

K22: Beddua etmem. Özellikle şehit haberleri duyduğumuzda Rabbim mekânını cennet eylesin diyorum. Ya da İslami camiada bir kanaat önderi vefat ettiyse baş sağlığı diliyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplardan anlaşıldığı üzere katılımcıların beddua etmek ve salavat getirme silsileleri dışındaki dini paylaşımlara “Amin, Allah şifa versin, Allah sıhhat / afiyet versin, maşallah, Allah rahmet eylesin, Allah mekânını cennet eylesin.” gibi yorumlarla katıldıkları anlaşılmaktadır.

K5 ve K22 özellikle şehit haberlerine çok üzüldüklerini, bu durumun canlarını çok acıttıklarını belirtmektedir. K11 ise bu durumu “Selam vermek sünnettir, verilen selamı almak ise farzdır.”¹³ anlayışı ile sürdürdüğünü söylemektedir. Yani “Birisi bize bir şey söylüyorsa o kişiye bir karşılık vermek lazım.” diye düşündüğünü dile getirmektedir. Görülüyor ki gerçek hayatta sürdürülen bu selamlaşma algısını K11 Facebook’a taşımış ve oradaki dini paylaşımlarla bunu devam ettirmektedir. Ya da K1, ebeveynlerin çocukları için yapılan dualara “amin” diyerek katılım sağladığını söylemektedir. Ebeveynlerin hayatında özel ve duygusal bir öneme sahip olan çocuklarla ilgili bir dua görünce buna hemen amin yazarak katılımda bulunması Facebook’ta kendine duygudaş olarak yakın insanları bulduğunu göstermektedir. Ortak duygunun dini bir dua ile sonuçlanması da bireyleri aktif bir sosyalleşme içerisine sürüklemektedir.

¹³ Nesefi

Son yetişkinlikte eşlerini kaybeden bireyler, sığınak olarak gördükleri çocuklarına daha da bağlanmaktadır. Kendisiyle aynı duyguda olan insanlar dini konular etrafında bir araya gelmektedir. Böylece katılımcılar, dini duygularıyla hareket etmekte, bunu da Facebook’a taşıma ve sürdürme eğiliminde olmaktadır. Aslında son yetişkinlikte insanın iyice güçten düştüğü, hareket yeteneğinin azaldığı, evinde daha çok vakit geçirdiği, daha az kişiyle görüştüğü düşünüldüğünde bireyin elindeki telefon ve içindeki Facebook uygulaması örnekleme kendilerini dini olarak ifade etme fırsatı vermektedir denebilir. Zaten dinle en içli dışlı olunan bu son yetişkinlik döneminde Facebook sayesinde katılımcılar, yeni kişilerle tanışmakta kendilerini dini olarak ifade etmekte ve zaman farkı gözetmeksizin vakit geçirerek dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedir.

3.3.4.Karşılaşılan Dini İçeriği Paylaşma Durumu ve Paylaşma Sıklığı

Katılımcılara “Facebook’ta dini içerikli paylaşımlarda bulunur musunuz, sıklığı nedir ve genelde hangi tür (kutlama mesajı, ayet, hadis, dua istekleri, Cuma kutlamaları, kandil, yardım kampanyaları vs.) gönderiler olur?” diye sorduk. Bu soruyu sormamızın sebebi, katılımcıların dini içerikli paylaşımlarda bulunma konusunda ne kadar aktif olduğunu ölçmektir. Bu sorulardan elde edeceğimiz cevaplarla katılımcıların sosyal medyada ne sıklıkla vakit geçirdiklerini ve hangi dini içerikleri paylaştıklarını öğrenmeyi amaçladık. Örneklemeden;

K1: Ben paylaşım yapmıyorum. Arkadaşlarım Kur’an’ı Kerim’den ayetler veya hadisler paylaşıyorlar, ama ben o kadar bilgiye sahip olmadığım için paylaşmıyorum;

K4: Üç günde bir beğendiklerimi, doğruladıklarımı paylaşıyorum. Cuma kutlaması oluyor, kandil kutlaması oluyor. Ya da ben hacca gittim Mekke’ye ait fotoğraflar gördüğümde onları paylaşıyorum. İki sefer umre bir sefer de hacca gittim çok fazla arkadaşım var;

K5: Ben paylaşma ayarını bilmiyorum. Ondan dolayı sadece okuyup geçiyorum;

K11: Hemen her gün dini paylaşımda bulunuyorum. Genellikle ayet, hadis, dua gibi paylaşımlar oluyor. Benim için din hayatın kendisidir. Güzel ve faydalı şeyler de paylaşıyorum bu da dindir, dinidir;

K13: Dini paylaşım yapıyorum. Görmüş olduğum mesaja göre, mesajın dini içeriğine göre hoşuma gidip gitmemesine bakarak paylaşım yaparım. Mesela bir dua yazmış kardeşimin bir tanesi, o duayı başkaları da görsün diye paylaşıyorum. Kandil ve Cuma mesajı gibi paylaşımlar yapmıyorum. Ayet ve hadislerle duyarlı olduğum için genelde o minvalde paylaşımlar yapıyorum;

K15: Paylaşım yapıyorum ama çok sık olmuyor. Müslümanlar için mesajlarına ihtiyaç duyduğumuz ayetlerden paylaşıyorum. Hadis-i şeriflerden de zaman zaman paylaşıyorum;

K18: Paylaşım yapıyorum. Müsait olma durumuma göre bazen günlük bazen de haftalık olabiliyor. Ayet, hadis ve insanları düşünmeye, bilgiye ve uygulamaya teşvik edecek fikri / ilmi yazılar paylaşıyorum;

K21: Hemen her gün dini paylaşım yapıyorum. Peygamber, alim dediğimiz kişiler ve kanaat önderlerinin sözleri olabiliyor. Bunun dışında ayeti / hadisi birleştirerek insanın aklına fikrine takılabilecek güzel cümleler oluşturup paylaşıyorum. Mesela bugün ‘Ya bugün dünyadaki son gününse’ diye bir sözü güzel bir görüntünün altında paylaştım;

K22: Paylaşım yapıyorum. Genelde 2-3 günde bir yapıyorum ama bu bir standart değil bazı zamanlar her gün yaptığım da oluyor. Türkiye’de ya da dünyada herhangi bir İslami olay veya hareketin yıl dönümünde hatırlatılması anlamında paylaşım yaparım. Bunun dışında Türkiye’de İslam’ın dinamiğine aykırı bir faaliyet, hareket olduğunda onları paylaşıyorum, paylaşılanları da beğenir desteklerim... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre örneklemin etkin bir şekilde dini paylaşım yaptıkları anlaşılmaktadır. Paylaştıkları dini içerikler ayet, hadis, Müslümanların mesajlarına ihtiyaç duyduğu ayetler, Cuma kutlamaları, kandil mesajları, Mekke’ye ait fotoğraflar, dualar, alim ve kanaat önderlerinin sözleri, insanları düşünmeye, bilgiye ve uygulamaya teşvik edecek fikri / ilmi yazılardan oluşmaktadır.

K13, dua paylaşımı gördüğünde bir başkası da görsün diye paylaşım yaptığını belirtmektedir. Duanın insan üzerindeki etkisi düşünüldüğünde -özellikle son yetişkinlik döneminde- K13’ün burada yardımlaşma özelliğinin ön plana çıktığı ve

kendisini mental olarak rahatlatan bir duayı paylaştığı görülmektedir. Ya da K21 ayet ve hadisi birleştirerek insanın aklına takılabilecek güzel cümleleri oluşturduktan sonra güzel bir görüntünün altında paylaştığını belirtmektedir. Burada güzel bir görüntüyle karşılaşan insan içsel olarak daha huzurlu hissedeceği için verilen mesajın etkisi de artmaktadır. Geleneksel bilgiden ziyade sosyal medyadan -Facebook- alınan bilgilerin fotoğraf, video, yazı gibi bu çok yönlülüğü bireyleri sanal alemde dini sosyalleşmeye itmekte ve dini sosyalleşme isteklerini arttırmaktadır.

K4, Mekke'ye gidip hac ibadeti olan İslam'ın şartını yerine getirmesi bu konuda tecrübesinden dolayı ve özlem duyduğu için Mekke'ye ait fotoğraflar, gönderiler paylaştığını söylemektedir. Bu vesileyle edindiği arkadaşlıkları sürdürdüğü, gerçek hayattaki dini sosyalleşmesini Facebook'a taşıdığı görülmektedir. K22 ise İslami olay veya hareketlerin hatırlatılması anlamında paylaşımlar yaptığını bildirmektedir. Toplumsal olarak insanların yaşadığı dini olay ve hareketleri hatırlatarak zihinlerini taze tutmayı hedeflediğini belirtmektedir. Normal şartlarda K22'nin fikir ve düşünceleri çok kısıtlı kişiye ulaşabilecekken Facebook yoluyla insanlara dini mesajını / mesajlarını iletmektedir. Böylelikle dinin medyada temsil edilmesi ile birlikte dini ilke ve prensiplerin 'küreselleşmesi ve popülerleşmesi' meydana gelmektedir.

Görülüyor ki gelişen dünya algısı ile birlikte dini sosyalleşme Facebook'ta çok daha kolay ve hızlı ilerlemektedir. Son yetişkinlik döneminde aktif rol oynayan dini sosyalleşme, popüler bir sosyal medya aracı olan Facebook sayesinde daha geniş bir kitleye ulaşmakta, katılımcıları sosyal hayatın içine atmakta ve toplumdan kopmasını önlemektedir. Facebook, çok zor ve sıkıntılı olan son yetişkinlik döneminde bireylere huzur ve mutluluk duygusunu veren dinin faal şekilde yürütülmesini sağlamaktadır. Böylece bu mecrada yerini alan son yetişkinlik dönemindeki örneklem aktif şekilde dini paylaşımlarını ve dini sosyalleşmelerini sürdürmektedir.

Ayrıca bu çerçevede katılımcılara "Yaptığınız paylaşımlar çoğunlukla karşılaştığınız dini içeriklerden mi meydana gelir? Yoksa sizin oluşturduğunuz dini içeriklerden midir? ve En çok oluşturduğunuz / paylaştığınız dini içerikler nelerdir?" diye sorduk;

K4: Kendim oluşturmuyorum, paylaşılanları kendi sayfamda paylaşıyorum.
Cuma ve kandil mesajları paylaşıyorum;

K11: Kendime ait olanlar da var ama çoğunluk başkalarına ait olanlardan oluyor. Bazen başkasından aldıklarımı kaynak vermeyi unutuyorum. Hemen onu düzeltmeye dikkat ediyorum. Mutlaka kaynak göstermek gerekiyor. Genelde afaki şeylerden çok enfüsi şeyler paylaşıyorum;

K13: Başkalarının paylaşımını aldığım zamanlarda delilli, kaynaklı almaya özen gösteririm. Çok iyi bildiğim bir konuysa da kendim oluştururum. En çok ayet ve hadis paylaşıyorum;

K15: Kendi oluşturduğumda oluyor başkalarından aldığım gönderiler de oluyor. Karşılaştığım içeriğin sahibinden izin alarak paylaşıyorum. Ama orana dökersek çoğunlukla kendim oluşturup paylaşıyorum. Ayet, hadis ve bazen de gündemde olan bir konuyla ilgili kendi düşüncelerimi yazdığım yazılar olabiliyor. Başkalarınınkini alıp paylaşmak yerine kendi düşüncelerimi yazıp paylaşmak daha iyi geliyor;

K18: Kendi oluşturduğum da var ama genellikle karşılaştığım gönderileri paylaşıyorum. Bunlar da eğitim niteliği taşıyan ayet, hadis ve İslam bilginlerinin sözleri oluyor;

K21: Kendi oluşumlarım da var, başkalarından aldıklarım da var. Benim en çok ilgi duyduğum alan bütün dünyada bulunan 184 ülkenin atasözleridir. Bunlar insanların tecrübelerinden ortaya çıkıyor ve insanlara yön gösteriyorlar. Bunları paylaşıyorum. Bunlara ek olarak ayet, hadis ve İslam alimlerinin, filozoflarının sözlerini paylaşıyorum;

K22: Benim oluşturduğum da oluyor ama çoğunluk paylaşılan içeriklerden oluşuyor. Ayet ve hadis paylaşmıyorum çünkü onların ehli var. İslami meseleleri paylaşıyorum. Mesela geçenlerde İskilipli Atıf Efendi'nin ölüm yıl dönümüydü. İçerik oluşturdum, kendim paylaştım. Siyasi meselelerle İslami meselelerin harman olduğu konuları paylaşıyorum denilebilir. En çok paylaşım yaptığım diğer konu ise aile ile ilgili oluyor. Mesela ailede namaz, ailede İslami ruh gibi... Bu konuda Nurettin Hoca'nın paylaşımlarını önemsiyorum. Afaki ya da teorik şeyler değil hayatın gerçeğin özüne inen gönderiler oluyor. Aileyi anlatıyorsa anneyi, babayı, çocukları yerli yerinde anlatıyor. Bir Müslüman ailenin nasıl olması gerekiyorsa öyle anlatıyor. Ben de bunları paylaşıyorum.

Alınan cevaplar incelendiğinde bazı katılımcıların karşılaştıkları hazır içerikleri, bazılarının kendilerine ait içerikleri, bazılarının ise zaman zaman başkalarının içeriklerini zaman zaman ise kendilerine ait içerikleri paylaştıkları görülmektedir. Paylaştıkları dini içerikler Cuma mesajları, kandil kutlamaları, ayet, hadis, enfüsi bilgiler, gündemde olan dini konular, eğitim niteliği taşıyan ayet, hadis ve İslam bilginlerinin / filozoflarının sözleri, ailede namaz, ailede İslami ruh, bir Müslüman ailenin nasıl olması gerektiğine dair bilgiler, siyasi meselelerle İslami meselelerin harman olduğu konulardan oluşmaktadır.

K11 ve K13, paylaşım yaparken kaynak göstermeye özen gösterdiklerini söylemektedir. Bu konuda başkasının hakkına girmemek adına başka birinin oluşturduğu gönderileri alırken de kimden aldığını belirterek dipnot eklediklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar, en önemli günahlardan biri olan kul hakkına dikkat etmektedir. Özellikle K15, başkasının gönderisini paylaşmak için dini gönderinin sahibinden izin aldığını söylemektedir. Bu da toplumsal gerçeklikte yer alan “kul hakkının” Facebook’a da taşındığını göstermektedir. Katılımcıların geleneksel hayattaki bilgilerini / dini bilgilerini Facebook’a taşıması, en ince detaylara dikkat etmesi dini sosyalleşmenin de niteliğini arttırmaktadır. K22 ise, siyasi meselelerin İslami meselelerle harman olduğu konuları paylaşarak insanların zihinlerini taze tutmayı amaçladığını belirtmektedir. Dinin olduğu yerde toplum, toplumun olduğu yerde sürekli karmaşa olması sebebiyle gerçekleşmiş olan olayların unutulmaması gerçek hayatta olduğu kadar Facebook koluyla da sürdürülmektedir denebilir. Dini sosyalleşmede önemli bir yeri olan siyasi ve İslami meselelerin harmanlanması geniş kullanıcı kitlesi olan Facebook’ta sergilendiğinde reel hayatta oluşturduğu etkiden daha fazlasını uyandırmaktadır.

Olumlu / olumsuz yorumların fazlalığı, insanların kendilerini özgürce ifade edebilmeleri, 7/24 bilgiye ulaşabilmeleri, değişiklikleri anında görebilmeleri sosyolojik gerçeklik olan siyasal İslam konularında katılımcıların Facebook’ta günlük hayattan daha aktif şekilde yer aldıklarını göstermektedir. Toplumsal bir boyut olarak insanların tek başına yaşayamayacakları bilindiğine göre, son yetişkinlik dönemindeki katılımcıların gerçek hayattaki daha az insan yerine, Facebook’taki tanıdığı / tanımadığı çeşitli insanlarla etkileşim içinde kalmayı tercih ettikleri ve o kişilerle sürdürdükleri ‘dini’ etkileşim sayesinde sosyal medyada dini sosyalleşmeyi gerçekleştikleri görülmektedir.

3.3.5. Dini İçerik Paylaşım Amacı

Örnekleme “Facebook’ta dini paylaşım yapmaktaki amacınız nedir?” diye sorduk. Bu soruyu katılımcılara yöneltmekle kişilerin dini paylaşım yaparken içsel olarak hissettiği düşünceleri ortaya çıkarmayı amaçladık. Katılımcılardan;

K11: Bizim bir derdimiz var. Dini yaşayan dindar insanlarız. Dini doğru anlama konusunda katkı sağlayacağını düşündüğüm her şeyi beğeniyorum ve paylaşıyorum;

K13: Sıralama yaparsam, birincisi insanların sadece Allah rızasını kazanmalarına vesile olmak. İkincisi İslam dininin ne kadar güzel bir din olduğunu insanlara nasıl bir ruh verdiğini anlatmak;

K15: Sosyal medya olsun diğer medya olsun zamanın belki de en önemli araçlarındandır. İnsanlara kendi fikirlerimizi ve düşüncelerimizi ulaştırmanın en yaygın yolu, sosyal medyadır. Kendimize göre kabul ettiğimiz hakikatler ve düşünceler var. Amacımız insanlara da bunları ulaştırmak. Bu manada Asr Suresi’nde ifade edilen “Gerçek şu ki, insan ziyandadır. Meğer ki imana erip doğru ve yararlı işler yapanlardan olsun ve birbirlerine hakkı tavsiye edenlerden, birbirlerine sabrı tavsiye edenlerden...” ayet dört temel esaslardan biri olan hakkı tavsiye etmek, hakikati insanlara ulaştırma anlamında bir niyet olabilir;

K18: Benim amacım İslam dininin anlatımı olan tebliğdir. Bu amaç için paylaşım yapıyorum;

K21: Amacım, benim öğrendiğim ve etkilendiğim bilgileri başkasına da anlatmak, göstermek. Paylaşırken de ‘Acaba beni etkilediği gibi onları da etkiler mi?’ umuduyla paylaşıyorum. Paylaştıktan sonra çok beğeni aldıysa etkili olmuş diyorum. Ama yeteri kadar beğeni almadıysa beni etkilemiş karşı tarafı etkilememiş diye düşünüyorum;

K22: İslam dünyasındaki değişimleri, dönüşümleri hem onlardan haberdar olmak hem de insanları haberdar etmek amacıyla paylaşım yapıyorum. İlk olarak ‘Hey millet! Ben de bu bilgi var. Beni yakıp kavuruyor. Bunu paylaşmak istiyorum.’ düşüncesi hâkim. Yani kendimdekini karşıdakine duyurmak istiyorum. İkinci olarak; bilgi vermek, üç; hatırlatmak, dört;

duyarlılık oluşturmak amaçlarımın arasında sıralanabilir. En çok da duyarlılık oluşturma konusunda hassas davranıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre katılımcıların dini paylaşım yapmaktaki amacı farklı cümlelerle ifade edilse de dinin doğru anlaşılması ve yayılması noktasında birleşmektedir. K11, dini yaşayan dindar bir insan olarak dinle tanışmamış, dinin ödev ve görevlerini yerine getirmeyen insanların sorumluluğunu derinden hissettiğini belirtmektedir. Dini anlama hatta doğru anlama konusunda paylaşımlar yapan K11, dinin yücelmesi, başka kişilere de ulaşması konusunda çalıştığında söylemektedir. Allah'ın rızasını kazanması için dini paylaşım yaptığını söyleyen K13 ise, İslam'ın ne kadar güzel bir din olduğunu insanlara duyurmayı amaçladığını bildirmektedir. Geldiği zamanın kötü koşulları düşünüldüğünde, bu dönem için reform niteliği taşıyan İslam dininin açıklanması hususunda sosyal bir sorumluluk hissettiğini belirtmektedir. Zamanın en önemli iletişim araçlarından biri olan sosyal medyanın farkındalığını yaşayan K15, dini fikir ve düşüncelerini Facebook'tan paylaşırken Asr Suresi'ni ölçüt olarak aldığını söylemektedir. Ana temasının insanlara hakkı – hakikati tavsiye ettiği surenin yol göstericiliğiyle, Facebook'ta dini paylaşımlar yaparak insanlara ulaşmaktadır. K18 ise tebliğ konusuna net bir şekilde atıf yapmaktadır.

Peygamberin görevi olan tebliği sürdürmenin örneklemin üzerine vazife olduğu düşünüldüğünde dini paylaşım yapmanın ehemmiyeti daha iyi anlaşılmaktadır. Özellikle Facebook gibi geniş kitleye ulaşmak için bir tık uzaklıkta olan mecralarda bunu yapmak güzelliği, iyiyi, hakkı... temsil eden İslam'ın daha fazla duyulmasını sağlamaktadır. Son yetişkinlik dönemindeki insanların sosyal medyanın bu özelliğinin farkına varmaları ve bu mecra da aktif olarak yer almaları tebliğ faaliyetlerinin aynı zamanda dini sosyalleşmenin yeni dünya ile birlikte buradan yürütüldüğünü de göstermektedir. Başka ifadeyle dini sosyalleşmenin önemli boyutlarından olan “tebliğ” in çeşitli boyutlarıyla sanal gerçekliğe taşındığı ve bu çerçevede Facebook'un da etkili bir şekilde kullanıldığı anlaşılmaktadır.

K21, etkilendiği dini bilgileri Facebook'ta paylaşarak Müslüman dostlarının / kardeşlerinin de etkilenmesini istediğini söylemektedir. Bu tür dini gönderilerle katılımcılar, halis / içten bir şekilde dinin güzelliklerini paylaşmayı amaçlamaktadır. K22 ise değişen / dönüşen dünyanın İslam için de geçerli olduğunu düşünerek Facebook'ta güncellenmiş bilgiler paylaştığını belirtmektedir. Kendisinin haberdar

olduğu gibi yakın çevresinin, dostlarının, tanımadığı insanların da haberi olsun istemektedir.

Anlaşıldığı üzere dini görece daha yoğun yaşayan son yetişkinlik dönemindeki katılımcılar, dini sosyalleşmelerinin bir boyutu olan yüzlerce / binlerce insana tebliğ yapma fırsatını Facebook ile yakalamaktadır. Ve bunu Kur'an'ı Kerim'in ayetlerini ölçüt alarak yapan katılımcılar, samimi duygularla insanlara ulaşmak istemektedir. Bunu yaparken tanıdığı insanların dışında tanımadığı kişilerle de etkileşim içine giren örneklem, dini sosyalleşmesini bu mecrada sürdürmeye devam etmektedir.

3.3.6.Dini İçeriklerle Hayatına Yön Verme

Örnekleme “Facebook'ta gördüğünüz dini paylaşımlarla dini hayatınıza yön verir misiniz? Bunlardan uygulamaya başladıklarınız var mı? Bu bilgiyi başkalarıyla da paylaşıyor musunuz?” diye sorduk. Kişiler toplumsal gerçeklikte çevresi vasıtasıyla dini bilgilere maruz kalmakta ve kimi zaman isteyerek kimi zaman farkında olmadan bu bilgileri hayatlarında uygulamaya başlamaktadır. Bu dini sosyalleşmenin bir parçasıdır. Aynı durumun sanal alemde de gerçekleşip gerçekleşmediğini öğrenmeyi amaçlayan bu soruyla katılımcıların sanal mecrada karşılaştığı dini bilgilere ne şekilde tepki verdiklerini öğrenmeyi hedefledik. Katılımcılardan;

K1: Hayır, Allah'a şükür ben zaten kendi dinimi biliyorum. Ama bazen sayfa sahipleri çok güzel dualar paylaşıyorlar. Ben de onları defterime not alıyorum. Günlük yaşamımda da okuyorum. Yazdığım duaları da yakınlarıma, komşularıma gönderiyorum;

K4: Çok beğendiklerim oldu ama öyle kendime yön verdiklerim olmadı. Benim kendi dini bilgim ve okumuşluğum var. Bu yüzden öyle şeylere ihtiyacım olmadı. Ben zaten namaz kılıyorum, oruç tutuyorum, Kur'an okuyorum;

K5: Bazı duaları çok beğeniyorum. Onları bir deftere kaydedip okumak istiyorum ama kaydedene kadar kayboluyor. Aklımda tutabilsem hem okurum hem de yakınlarıma bu duaları gösteririm ki onlar da okusun;

K11: Facebook bir çukur, paylaşımları bana güvenilir gelmiyor. Bizim gibi dinini yıllardır okuyarak öğrenmiş insan Facebook'tan ne öğrenecek;

K13: Tabii ki karşılaştıklarımı kaynaklarından süzüp doğru olduğuna inandığım zaman, ‘Ben burada yanlış yapmışım, doğrusu buymuş.’ diyerek hayatıma geçirdiğim oluyor. Bu uygulama elle tutulur bir şey değil fikri anlamda oluyor. Orada yanlış düşünüyormuşum şimdi o fikrimi doğrultmuşum çerçevesi içinde hareket ediyorum. Özelden arkadaşlarıma da anlatıyorum;

K15: Şu paylaşımdan dolayı hayatım değişti diyebileceğim bir şey yok ama bazı güzel şeyleri fark etmeden hayatımı etkilemiş olabilir;

K18: Şu an aklıma gelmiyor ama tabii nadir de olsa olmuştur. Peygamberimiz bilgi nerede olursa olsun alın diyor. Eğer ki doğru bilgi Facebook’ta varsa oradan da alırız. Normal hayatta okuduğum bir bilgiyi ya da bir konferansta öğrendiklerimi ne kadar paylaşıyorsam Facebook’tan aldığım bilgiyi de o kadar paylaşıyorum. Nasıl oluyor, cümle arasında öğrendiğim bilgiyi de zikrederim. Tabii ki Kaynak olarak Facebook’u vermeyiz. Bilginin kaynak olarak verildiği yeri esas alarak söyleriz;

K22: Olmaz olur mu? Aile hakkında çok etkilendiğim konu olmuştur. Mesela Nurettin Hoca’nın ‘Mümin Ev’ kitabını aldım. Zaten hoca bu kitabı sohbetlerinde de kullanıyor. Bir keresinde hocanın zikrettiği “Bir ailede bir annenin çocuklara verdiği eğitimi hiçbir üniversite veremez.” sözü beni çok etkilemişti. Bunlar beni etkiliyor tabii ki ben de çevreme anlatıyorum. Facebook’ta aktif bir şekilde bunları paylaşıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre katılımcılardan bazılarının Facebook’ta öğrendiği dini bilgilerle hayatlarına yön verdikleri bazılarının ise yön vermedikleri görülmektedir. Facebook’tan öğrendiği duaları defterine kaydeden ve günlük yaşamında düzenli bir şekilde okuyan K1, alışkanlık haline getirdiği duaları yakınları ve komşuları ile de paylaştığını belirtmektedir. K13, önceden bilmediği veya bildiğine ek paylaşılan dini gönderilerin kaynaklarına bakıp kontrolünü sağladıktan sonra bilgiyi hayatına geçirdiğini söylemektedir. K18, peygamberin “Bilgi nerede olursa olsun alın.” sözünü rehber olarak edindiği için Facebook’ta yayınlanan bilginin de -doğru olması şartıyla- günlük hayata geçirilebileceğini söylemektedir. K22 ise Nurettin Hoca’nın aile temalı gönderilerini çok beğendiğinden, hocanın anlattığı bilgilerin kendisini çok derinden etkilediğinden bahsetmektedir.

Katılımcılar günlük zamanının önemli bir kısmını geçirdiği Facebook'ta ister istemez yeni bilgilere maruz kalmaktadır. Bu bilgileri, bazen istemli bir şekilde hayata geçirirken bazen de istemsiz şekilde benimsemektedir. Örneklemin yeni karşılaştıkları dini bilgilerin kaynaklarına gitmeleri ve bu dini bilgileri detaylıca araştırdıktan sonra hayatlarında uygulamaya başlamaları dinin doğru anlaşılmasını sağlamakta ve bilginin doğru bir şekilde yayılmasını da kolaylaştırmaktadır. Katılımcılar, normal şartlarda sürekli yanlarında bulunan anne-babanın, kardeşin, akrabanın, komşunun, arkadaşın... dini bilgisini duymaktadır. Ancak Facebook sayesinde bireyler, sürekli yanında olmayan -Nurettin Hoca gibi- kişilerin farklı ve çeşitli dini bilgilerine erişmekte ve duyduğu / öğrendiği bilgileri hayatlarında uygulamaktadır. Örneklemin, bu bilgileri gerçek hayatta tanıdığı insanlarla, sanal hayatta ise tanımadığı insanlarla paylaşarak hem dini bilginin / bilgilerin yayılmasını sağlamakta hem de dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedir.

Facebook, yakınlarının ölümleri ile sarsılan son yetişkinlik dönemindeki bireylere yeni kişileri tanıma, kaynaşma fırsatlarını sunmaktadır. Bunun sayesinde son yetişkinler hayatlarının merkezinde bulunan dini konuşmaları ve tartışmaları sanal alemde sürdürmektedir. Bu da sosyal medyada dini sosyalleşmenin faal bir şekilde gerçekleştiğini / sürdürüldüğünü göstermektedir.

3.3.7. “Sayı”lı Dua Paylaşımı ile İlgili Tutumlar

Örnekleme “8734 kere okursan gerçekleşir gibi sayı ile yapılan duaları paylaşıyor mısınız?” diye sorduk. Katılımcılara bu soruyu sormamızın amacı bu dualara karşı bireylerin bakış açısını öğrenmek ve bu şekildeki paylaşımlarla karşılaştıklarında verdikleri tepkileri ortaya çıkarmaktır. Katılımcılardan;

K1: Böyle dualara ve büyüye inanmıyorum ve paylaşmıyorum;

K4: Paylaşmam ve onlara da itibar etmem. Duanın sayısı olmaz, ‘Allah de’ ne şekilde dersen de. Benim inancım bu şekildedir;

K5: Onlara itibar etmiyorum. Allah senin ne okuduğunu bilir bilincindeyim;

K11: Ne paylaşıyorum ne de inanırım. Milleti kandırmak için beş cennet dağıtıyorlar. Çok sevap ya da çok kolay cennet vadeden şeyler genelde uydurma oluyor;

K13: Paylaşmıyorum. Sadece hadislerle kesinliği olan duaları paylaşıyorum. Mesela istiğfar konusu var. Allah Resulü günde yüz defa “Estağfirullah el-Azim” çekermiş. Arkadaşlarıma da söylerim. Nuh Suresi’nde “Ey kavmim, gelin zulüm ve haksızlıktan vazgeçin ve Rabbinizden bağışlanma dileyin; gerçekten O, çok ama çok bağışlayıcıdır. Rabbinize kulluk edin ki, göğün bütün maddi ve manevi nimetlerini üzerinize yağdırsın!” ayeti istiğfar sayesinde her türlü kötülükten muhafaza olacağımızı gösteriyor. Bu peygamberin yaşamında var olduğu için tavsiye ediyorum. Ama salat-en nar, salat-ı tefriciye gibi 4444 tane okursan şu işin olacak gibi şeyleri asla paylaşmıyorum asla kabul etmiyorum. Hatta peygamberi -haşa ve kella- Allah seviyesine koyuyorlar. Mesela seninle bütün kötülükler ortadan kalkacak diyorlar. Hayır peygamberle kötülükler ortadan kalkacaksa peygamber döneminde neden kötülük vardı;

K15: Onların doğru olmadığını düşünüyorum. Yani duada aslolan samimiyettir, sayı değildir. Özellikle bunların bazı merkezlerde üretilip ondan sonra Müslümanların arasında yayıldığını düşünüyorum. Amaçları insanları inançları hakkında şüpheyi düşürmek olabilir. Örnek vereyim, şu duayı şu kadar sayıda okursan şunlar olur diye paylaşıyorlar. Vatandaş da samimi olarak alıyor ve okuyor üstüne bir de gerçekleşsin diye bekliyor. Tabii doğal olarak gerçekleşmiyor. Ve bunu yapan din adına bunu yapıyor. Din adına yaptığı içinde -bazı temel esasları bilmiyorsa- zihnine bazı şüpheler düşebilir;

K18: Paylaşmam, doğruluğuna da inanmam;

K21: Kesinlikle paylaşmıyorum. Bunların çoğunun Yahudi Siyonistler tarafından dini inancı zayıf olan ya da bilgisi olmayan cahil insanları etkilemek için yapıldığını düşünüyorum. İnsanlarda beklenti oluşturup beklenti gerçekleşmeyince de bu din de safsataymış gibi düşünceler hâkim oluyor. Hatta bazen bunu çiçekli, güllü hazır gif şeklinde lanse ediyorlar. Özellikle bunları kadınlar çok paylaşıyor. Ayrıca gönül bağı kuruyorlar. Ben gördüğüm zaman ikaz ediyorum, uyarıyorum. Umuyorum ki faydam olmuş olsun;

K22: Hiç itibar etmiyorum. Onlar uyduruk şeylerdir... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre örneklem, sayı'lı dua paylaşımlarına olumsuz olarak bakmaktadır. K4, “Duanın sayısı olmaz.”; K11, “Beleş cennet dağıtıyorlar.”; K15, “Duada aslolan sayı değil samimiyettir.” diyerek sayı'lı duaların insanların inançları hakkında şüpheyi düşürücü etkilerinin olduğundan bahsetmektedirler.

K13, hadislerde kesinliği olan sayı'lı dualar dışındaki paylaşımların ‘safсата’ olduğunu söylemektedir. Kur'an'a ve peygamberin sünnetine / hadisine göre rota çizen katılımcılar, böyle paylaşımlar gördükleri zaman uyarı yoluna gittiklerini belirtmektedir. Örneklem, bir yanlışlık varsa -özellikle dini konularda- bunu uyarmanın dini bir yükümlülük olduğunu derinden hissetmekte ve buna göre hareket ettiğini söylemektedir.

İnsanlarda bedava cennet, fazla sevap algısı uyandıran bu tür duaların bir tıkla beraber yaygınlığı daha da artmaktadır. K23'ün dediği gibi duaları çiçekli arka planların üzerine hazırladıklarından insanların üzerinde ister istemez olumlu bir hava bıraktığı su götürmez bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Facebook'ta çoğu kullanıcının haber akışına düşen bu tür gönderiler örneklem tarafından olumsuz bir şekilde karşılanmaktadır. Ve Facebook kullanıcıları yorum yoluyla bu paylaşımların yanlışlıklarını ifade etmektedirler.

Görülüyor ki katılımcılar, yanlış bilginin yanlışlığını savunurken yorumlarda kendisi ile aynı veya zıt düşünen kişilerle karşılaşmaktadır. Burada gerçekleşen etkileşim sonucunda örneklem hiç tanımadığı kişilere dinin doğru olan yapısını anlatmak için çabalamaktadır. Böylece Facebook'ta geçirilen zaman artarak katılımcıların dini sosyalleşmeleri reel hayattan sanal hayata kaymaktadır. Anında cevap verebilmenin hazzını yaşatan Facebook bu özelliğiyle son yetişkinlerin bu alemde geçirdikleri zamanı arttırmakta ve örneklem, Facebook'a dini sosyalleşme anlamında daha da çok bağlamaktadır.

Yaşlılar, gençler gibi, hayatın içinde ve daha dirilik isteyen bireysel ve toplumsal faaliyetlere bazen imkânsızlıklar sebebiyle katılmak yerine, hem ruhen tatmin ve sükûnet bulacakları hem de kendi sosyal farkındalıklarını en aza indiren dini karakterli faaliyetlere katılım göstermektedir. Bahsedilen durum için biçilmiş kaftan olarak Facebook, gelenekselden aldığı dini sosyalleşmeyi modernize etmeye yardım ederek son yetişkinlerin her geçen gün daha fazla katılımını sağlamakta böylece onların dini sosyalleşmelerini hızlandırmaktadır.

3.3.8.Özel Gün ve Gecelerle İlgili Paylaşımları

Katılımcılara “Özel gün ve gecelerde dini içerik oluşturup paylaşıyor mısınız?”, “Özel gün ve gecelerde karşılaştığınız ve beğendiğiniz dini içerikleri sayfanızda paylaşıyor mısınız?” diye sorduk. Bu soruyu sormakla amacımız insanların özel günler geldiğinde Facebook’ta nasıl / ne şekilde faaliyetlerde bulunduğunu ne gibi beklentiler içerisine girdiğini öğrenmek ve bunları detaylı bir şekilde incelemektir. Başka bir ifade ile kişilerin toplumsal gerçeklikte bir şeyler (tatlı, şeker, çikolata...) dağıtarak, ikram ederek ya da camide etkinlikler düzenleyerek deneyimledikleri kandil gecelerinin Facebook’ta ne şekilde ortaya çıktığını öğrenmeyi hedefledik. Örneklerden;

K1: Kendim oluşturmuyorum. O günlerde sadece Kur’an okuyorum. Kutlamak için yakınlarıma mesaj atarım. Evet beğendiğim gönderiler olduğunda hem beğeni hem de paylaşım yaparım. Hoşuma gidiyor;

K11: Bütün geceler güzeldir ama bazı gün ve geceler halk tarafından (çoğu gecenin kitaplarda yeri yok) benimsenmiştir. Bunlar örf haline gelmiştir. Böyle bir kutsalın dinde olacağını düşünmüyorum. Benimsenen geceleri - yakın zamanda Regaib Kandili vardı- İslam ansiklopedisinden açıp okuyorum. Oradaki bilgileri paylaşıyorum. Benim gibi de kandil paylaşımı yapanları kendi sayfamda paylaşıyorum. Bazı hocaların paylaşımları çok öz ve doğru oluyor. Onları da sayfamda paylaşıyorum;

K13: Kadir Gecesi hariç paylaşım yapmıyorum. Diğer geceleri de reddetmiyorum. Sonucunda Allah’ın geceleridir. Mevlit kandili diyorlar ama kandil diye bir şey zaten kalmadı. Biz kandillerde kandile yağ mı döküyoruz? Leyle-i Miracı Resulallah’ın yaptığına inanıyorum, iman ediyorum ama bu gecede şöyle yaparsanız şöyle olur böyle yaparsanız böyle olur gibi söylemleri kabul etmiyorum. Çünkü zamanın tümü Allah’ındır. Allah’a hangi zaman verilmişse o zaman öteki zamanlardan kıymetlidir. Kadir gecesi de olsa Allah’a vakit ayrılmamışsa başka bir günde Allah’a ayırdığın vakit daha kıymetlidir. Kadir gecesi çok kıymetlidir sözümüz yok. Allah Kur’an’ı Kerim’de “Kadir gecesi, bin aydan daha hayırlıdır.” diye buyurmuştur. Kur’an o ayda indirildi, insanların gönüllerine aydınlık ihsas ediyor. Dolayısıyla o gece benim için çok kutsaldır ama herhangi bir şey yapmaya

gerek yoktur. Kur'an var okunması ve anlaşılması lazım. Bunların sadece bazı gecelerde değil her gece okunmaya ihtiyacı vardır;

K15: Ne kendim paylaşım yaparım ne de başkalarının gönderilerini paylaşırım. Arada nadiren paylaşım yapıyorum. Mesela bugün Miraç kandiliydi. Güzel bir şiir vardı onu paylaştım. Onun dışında kandillerle ilgili paylaşımım olmuyor;

K18: Nadir de olsa bazen paylaşım yapıyorum. Diğer gönderileri de nadiren paylaşıyorum;

K21: Kur'an'ı Kerim'de geçen iki gece vardır. Birisi Kadir ikincisi ise İsra gecesidir. Ve bunun dışında Kur'an'ı Kerim'de 10 geceye yemin edilir. Osmanlı ve Selçuklu dönemlerinde çok güzel bir aydınlatma sistemi olmadığı için o günlere özel kandil yakılıyordu. Kandilleri gören insanların gönlü hoş olur ve mescitlere koşarlarmış. İlk defa Yavuz Sultan Selim döneminde kandiller dikilmiş ve bugün kandil gecesidir denmiştir. Ben çeşitli Arap ülkelerinde bulundum onların gönüllerinde kandil diye bir şey yoktur. Sadece bizim Türk kültüründe var. Ben dini gün ve gecelerde o günün önemini anlatan çok kısa, çarpıcı ve bize yön verecek birkaç cümleyle insanları yormayacak paylaşımlar yaparım. Gördüğüm güzel gönderileri de paylaşmaya çalışırım;

K22: Miraç ve Kadir gecelerinde paylaşım yaparım. Diğerlerini pek itibara almıyorum. Bu iki gecede kandilin muhtevası ile ilgili bir iki cümleyle kutlama yaparım. Yani miracınız mübarek olsun değil miracınız mübarek olsun bu gece kendisini namazla miraca yükseltenleri, Kudüs'ü hatırlayanların Mescid-i Aksa'yı hatırlayanların miracı mübarek olsun derim. Kadir gecesinde de Kur'an'ınız gönlünüze insin, hayatınıza insin gibi kendime göre içi dolu cümlelerle kutluyorum. Benim gibi anlam yüklü paylaşım yapanları da paylaşıyorum... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre örneklemin özel gün ve geceler konusunda hassasiyet gösterdikleri, karşılaştıkları ya da kendi oluşturdukları dini paylaşımları Facebook'ta yayınladıkları görülmektedir.

Kandil günlerinin peygamberin hayatında yer almadığını söyleyen K13 ve K21, Kur'an'ı Kerim'de yer alması sebebiyle Kadir ve İsra gecelerini öncelediklerini belirtmektedir. K1, kandil gecelerinde Kur'an okuyup yakınlarıyla iletişime geçerek

onların gecelerini kutladığını söylemektedir. Yakınlarıyla iletişime geçmesinin, dini gönderileri beğenmesinin ve yorum yapmasının hoşuna gittiğini belirtmektedir. K11, örf haline gelen bu gecelerin halk tarafından benimsendiğini ve kaynaklarda yeri olmadığını ekleyerek yine de bu gecelerde paylaşım yaptığını ifade etmektedir. İslam Ansiklopedisi’nden benimsenen gecelerle ilgili maddeleri okuyarak gönderi paylaştığını, kendi eksenine yakın dini paylaşım yapanları da sayfasında paylaştığını söylemektedir.

Örneklemin, tavır olarak eğer insanların Allah’a yaklaşmasını sağlayacaksa Kur’an’ı – sünneti daha anlaşılır kılacaksa bu tür geceleri benimsemese de toplumun çıkarı (Kur’an okumak, namaz kılmak, oruç tutmak gibi ibadetlerin artması) için paylaşım yaptıkları görülmektedir. Bu tür paylaşımlar, kimi zaman şiir yoluyla kimi zaman yazı olarak kimi zaman da fotoğraflı gönderilerden oluşmaktadır. Gerçek hayatta bu günlere özel simit, helva, çikolata... gibi yiyecekler dağıtılmakta, camilerin kandil gecesine özel programları olmaktadır.

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere insanların bugünlere özel bir hassasiyet gösterdikleri anlaşılmaktadır. Ancak örneklem ibadeti, duayı... sadece bir kandil gününe / gecesine sığdırmakla yanlış anlaşılmanın ortaya çıkabilme durumunu da belirtmektedir. Mesela K13’ün de dediği gibi “Allah’a hangi zaman verilmişse o zaman değerlidir.” düşüncesinin de kandil kutlamalarıyla beraber benimsenmesi Allah’ı, peygamberi ve onun öğretilerinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Gerçek hayatta kandil gecelerinde fakiri gözeten, para yardımı yapan, yediği yemekten ikram eden, dedikodu yapmamaya özen gösteren, kalp kırmamaya çalışan... insanların modern dünyadaki karşılığı olan Facebook’ta da kâh gönderi paylaşarak kâh gönderilere yorum yaparak bu tecrübeyi yaşadıkları görülmektedir. Bu tür gecelerde katılımcıların oluşturdukları / paylaştıkları dini gönderiler, toplumun istediği ve beğendiği sosyal / duygusal ihtiyaçların karşılanmasına yardım etmekte, yaşlılara, gizli kalmış kabiliyetlerini gösterme imkânı vermektedir.

3.3.9. “Cuma Kutlama Mesajı” Paylaşımları

Örnekleme “Cuma kutlama mesajları paylaşımı yapar mısınız?” diye sorduk. Bu soruyu yöneltmemizin nedeni Müslümanların mübarek günü olan Cuma’ya sanal alemde nasıl bir anlam yüklediklerini görmektir. Amacımız, günlük hayatta

sürdürülen Cuma kutlamalarının Facebook'a nasıl taşındığını ortaya çıkarmaktır. Katılımcılardan;

K1: Hoşuma gidenleri beğeniyorum, özellikle dualar çok hoşuma gidiyor ve paylaşıyorum;

K4: Cuma günü kendi oluşturduğum şeyleri paylaşıyorum. Cuma mesajlarını paylaşınca sevgiyi arkadaşlarımla paylaşmış gibi hissediyorum;

K11: Ben paylaşım yapmıyorum. Ama benim cumamı tebrik ettikleri zaman selam vermek kabilinden alıyorum. Bu toplumda yaşıyoruz ve çok radikal olmamak lazım;

K13: Yapmıyorum. Yapanlara da tepkiliyim, kızıyorum. Cuma gününüz mübarek olsun, cumanız mübarek olsun. E diğer zamanlar olmasın mı yani? Her an mübarek olsun ya hu;

K15: Paylaşım yapmıyorum;

K18: Sadece bana gönderenlere paylaşıyorum yapıyorum. Birisi paylaşmışsa o nezaketine karşılık olarak cevap veriyorum;

K21: Cuman mübarek olsun, hayırlı cumalar yazıyorlar. Cuma zaten mübarek! Ya da hayırlı cumalar yazıyorlar. Sen hayırlıysan Salı da mübarektir Çarşamba da mübarektir. Yapılan bir araştırmada Cuma mesajı atanların %45'i Cuma namazı kılmıyor sonucu çıkıyor. Sosyal medya Müslümanı değiliz. Sosyal medya Müslümanı ne duyduysa buna inanan gördüğünü paylaşan insanlardır. Bunlar yanlış olduğu gibi cehaletin de bir eseridir. Paylaşım olarak cumanız mübarek olsun cümlesinden ziyade cumanın hayrı ve bereketi üzerinize olsun diyorum;

K22: Paylaşım yapmıyorum. Cumanız hayırlı ve mübarek olsun, cumanız bereketli olsun, Cuma gününüz kutlu olsun diyorlar. Ben de 'Cumayı Allah zaten mübarek kılmış. Mübarek kılınmış bir şey üzerine ikinci mübareklik olmaz.' diyorum. Eğer bir paylaşım yapacaksan 'Cumanın rahmeti, bereketi üzerine olsun.' deyin de bir anlamı olsun dedim. 'Cuma, bayram zaten mübarek niye böyle paylaşımlar yapıyorsunuz?' diye birkaç tane paylaşım yapan arkadaşın gönderisinin altına not düştüm. Paylaşanlara da itibar etmiyorum. Çünkü gına geldi... Cevaplarını vermişlerdir.

Alınan cevaplara göre, katılımcılardan Cuma kutlama mesajı paylaşımı yapanlar olduğu gibi Cuma kutlama mesajı paylaşımı yapmayanlar da vardır.

K4, Cuma kutlama mesajı paylaşımı yaptığında sevgiyi arkadaşlarıyla paylaşmış gibi hissettiğini belirtmektedir. K1 ise ruhu dinlendiren / dinginlik veren duaları paylaştığını söylemektedir. Görülüyor ki K4, mübarek olması nedeniyle Cuma gününe özel bir anlam yüklediği için o günlerde yaptığı paylaşımlarla arkadaşlarıyla arasındaki sevginin arttığını hissetmektedir. Arkadaşlarından olumlu dönütler aldığı Facebook'ta kendini huzurlu hissetmekte ve düzenli olarak gönderi paylaşmaktadır. Diğer taraftan K11 ve K18'in Facebook'ta paylaşım yapmadıklarını ancak kendilerine Cuma kutlama mesajı gönderildiğinde selam almak babında bu mesaja / mesajlara karşılık verdikleri görülmektedir. K11 ve K18 kendilerine gönderilen mesajları cevaplandırarak selamlaşma boyutuna dikkat çekmektedir. Selâmı vermek sünnet, almak ise farzdır anlayışı ile yürütülen gerçek hayattaki bakış açısının sanal aleme taşındığı ve sürdürüldüğü görülmektedir. Selamlaşmanın aradaki ünsiyeti / yakınlığı arttırdığı bilindiğine göre sanal alemde katılımcıların birbirleriyle kaynaştıkları ve etkileşim içine girdikleri yorumu yapılabilir. Cuma kutlama mesajı ile başlayan etkileşimin dini sohbetleri beraberinde getireceği düşünüldüğünde Facebook'taki insanların dini gerekçelerle sosyalleştiği gözlemlenmektedir.

K13, K21 ve K22 ise "Cuman / Cumanız mübarek olsun, hayırlı cumalar." gibi Cuma kutlama mesajlarının tekdüzeliğinden sıkıldıklarını belirterek buna tepki gösterdiklerini belirtmektedir. Zaten mübarek kılınmış bir günü tekrar mübarek kılmanın anlamı olmadığını, aksine insanların mübarek olması gerektiği, kendilerine çeki düzen vermeleri gerektiği söylemektedir.

Görülüyor ki Cuma mesajlarının paylaşımı insanları sevgi ve huzur gibi duygular deneyimlemesine sebep olmaktadır. Dini tecrübenin önemli bir parçasını da mübarek gün ve geceler oluşturmaktadır. Bireyler, toplumsal gerçeklikte bugün ve gecelerde çeşitli dini faaliyetler, davranışlar ve kutlamalar gerçekleştirmektedir. Değişen dünya ile birlikte çeşitli sosyal medya platformlarında olduğu gibi Facebook'ta da Cuma kutlamaları çokça karşılaşılan bir dini tecrübe olarak karşımıza çıkmaktadır. İslam aleminin mübarek günü olmasının etkisiyle insanlar bu günlerde olabildiğince paylaşım yapmak, birbirlerine Allah'ı, peygamberi hatırlatmak görevini üstlenmektedir. Kişiler tanıdıklarını Cuma günü özellikle hatırlamaktadır. Aynı zamanda Facebook'ta tanımadığı kişilerle de bu ritüeli dini paylaşımlar yaparak gerçekleştirmektedir. Böylece kişi dini sosyalleşmesinin modern şeklini sanal alemde gerçekleştirmektedir. Son yetişkinlik döneminde artan dini hassasiyetin

sürdürölmesini aktif bir şekilde Facebook'ta da devam ettiren katılımcıların bu mecraaya özel bir anlam yükledikleri görölmektedir. Zamanla alışkanlık haline gelen sanal medyanın gerçek hayattaki gibi sürdüröldüğü insanların burada kimi zaman sosyalleştiğı kimi zaman da dini sosyalleştiğı görölmektedir.



SONUÇ

Toplumun içine doğan birey, doğumdan ölüme kadar çevresi ile etkileşim içinde bulunmaktadır. Eğitim, telkin ve taklit yoluyla gerçekleşen bu etkileşim sayesinde kişi, kültürünü, gelenek ve göreneklerini, değerlerini... formel ya da informal biçimde öğrenerek toplumun bir üyesi haline gelmektedir. Bu durum sosyalleşme, sosyalizasyon, toplumsallaşma, sosyalleştirme ve toplumsallaştırma kelimeleriyle de ifade edilmektedir.

İnananlara yaşam biçimi kazandıran bir sistem olarak din, insanlık tarihi ile başlamakta ve ona paralel gelişme göstermektedir. Din toplumsal hayatta çeşitli roller üstlenmektedir. İnsanın tutum ve davranışlarını, toplumsal hayatı, insan ilişkilerini etkileyen dinin; kimlik kazandırma, yapılandırma, sosyal kontrol sağlama, mutluluğu ve huzuru sağlama, sıkıntılardan uzaklaştırma... gibi rollere sahip olduğu bilinmektedir.

Kişiler, sosyalleşirken veya dini sosyalleşirken ön plana çıkan araçlar vardır. Aile, eğitim, toplumsal çevre ve kitle iletişim araçları bunlar arasında sayılmaktadır. Günümüz toplumları göz önüne alındığında sosyalleşme ve dini sosyalleşme de kitle iletişim araçlarının yeri oldukça önemlidir.

Dini sosyalleşme dönemlere göre farklılaşabilmektedir. Çocukluk dönemi, gençlik / ergenlik dönemi, ilk yetişkinlik dönemi, orta yetişkinlik dönemi ve son yetişkinlik dönemini yaşayan bireyler bu dönemlere özgü farklılıklarla dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedir. Çalışmamızın odak noktasını orta yetişkinlik ve son yetişkinlikteki bireyler meydana getirmektedir.

Orta yetişkinlik döneminde öne çıkan duygulardan biri, ergenlik ve ilk yetişkinlik dönemine duyulan hasrettir. Son yetişkinliğe yaklaşan birey bu hasret duygusunun getirdiği stres ile başa çıkmaya çalışmaktadır. Bu dönemin stresini azaltıcı bir etken olarak din, orta yetişkinin hayatında büyük bir yer edinmeye ve önem kazanmaya başlamaktadır. Kişiler, ilk yetişkinlik dönemindeki bireylere bildiklerini anlatma ve onları aydınlatma ihtiyacı hissetmektedir. Bu dönemin en büyük bölümünü oluşturan din sayesinde kişiler, bu ihtiyacı dini bilgiler üzerinden gerçekleştirmektedir.

Son yetişkinlik dönemine gelindiğinde ise birey artık ölüme çok yaklaştığını bilmektedir / hissetmektedir. Eş, arkadaş, akrabanın vb. ölümlerinin sıklaşmasıyla bu

gerçeklikle daha fazla yüzleşmektedir. Bu dönemde emekli olmanın da etkisiyle son yetişkinlerin sosyal çevresi daralmaktadır. Bütün bunların etkisiyle son yetişkinlikte görme, seyahat etme ve öğrenme ihtiyacının yerini öğretme ve konuşma ihtiyacı alır (Schopenhauer, 2021: 41). Orta yetişkinlikte bu dönemde meydana gelen sosyal boşluğu dinle doldurmayı öğrenen son yetişkinler, bunun yanı sıra her konuda olduğu gibi din konusunda da çevresinde bulunanlara katkıda bulunma başka ifadeyle onlara bilgi vermeye yönelmektedir. Bu dönemde faal olmak bir şeyler yapmak, hatta bir şey öğrenmek bile insanın mutluluğu için gereklidir. İnsan, güçlerini faaliyete geçirmek ve bu faaliyetlerin başarısını bir şekilde algılamak ister (Schopenhauer, 2021: 42).

Değişen ve başkalaşan dünya ile birlikte iletişim her geçen gün daha fazla sanal aleme taşınmakta, bireyler etkileşimlerini büyük oranda Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal ağlarda sürdürmektedir. Orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin Facebook'ta en çok dini içerikli paylaşımlar yaptıkları görülmektedir. Orta yetişkinler ve son yetişkinler, arkadaşlarının paylaştıkları ya da arkadaşların arkadaşlarının paylaştıkları dini gönderilere beğen'i veya yorum yapmaktadır. Aynı şekilde kendileri de aktif olarak dini gönderi paylaşımında bulunmaktadır.

Facebook kullanan ve Facebook'ta aktif dini paylaşım yapanları incelediğimiz bu araştırmada katılımcılara 38 adet soru yöneltilmiştir. Araştırmanın problemleri kapsamında ilk olarak katılımcıların "Facebook'ta karşılaştığı dini içerik formatı ve dini içerik türlerinin neler?" olduğuna yönelik sorular yöneltilmiştir. Orta yetişkinlerin ve son yetişkinlerin verdikleri cevaplara göre katılımcılar; video, fotoğraf, yazılı fotoğraflar, ayet ve hadisler, fotoğraflı ve videolu anlatımlar, Cuma kutlamaları, tefsir ve hadis gibi alanlarla ilgili içerikler, sahabe hayatı, İslam'ın adabı ile ilgili konular, vefat haberi, taziye mesajı, kısa sözler, kandil mesajları, haftanın önemine dair içerikler, özellikle bayramlarda bayram mesajları, şehitlerimizle ilgili paylaşımlar, Kur'an'dan içerikler, Osmanlıca yazılar, sosyal içerikli dini yazılar, Mekke – Medine'yi gösteren ilahili videolar, İslam bilginlerinin sözleri, akademik dini tartışmaların olduğu videolar, dini yazılarla karşılaşmıştır. Dini paylaşımın burada format ve tür olarak geniş bir yelpazede yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

İkinci olarak katılımcıların "Facebook'ta karşılaştığı dini içerikleri 'beğenme ve dini içeriklere yorum yapma düzeyleriyle" ilgili sorular yöneltilmiştir. Alınan

cevaplara göre, çok çeşitli içeriklerle karşılaşan orta yetişkinlerin ve son yetişkinlerin, gönderilere aktif olarak beğeni ya da yorum yaptıkları anlaşılmıştır. Örnekleme, dini gönderilere yaptıkları beğeni ve yorumlar aracılığıyla tanıdıkları / tanımadıkları kişilerle etkileşime girmiş, böylece dini sosyalleşme deneyimi yaşamış, başka ifadeyle dini sosyalleşme deneyimini çeşitli boyutlarıyla Facebook’a taşımıştır denebilir.

Üçüncü olarak katılımcıların “Facebook’ta karşılaştığı dini içeriklere katılım (amin, Allah rahmet eylesin, Allah şifa versin, salavat, beddua...) durumu” nu tespit etmek üzere bazı sorular sorulmuştur. Alınan cevaplara göre, katılımcıların maşallah, salavat çekme, hastaya şifa dileme ve ayet-el kürsî okuma, cenazesi olanlara rahmet dileme, düğünü olanlara iyi dileklerde bulunma... şeklinde katılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Örneklemin karşılıklı konuşması şeklinde gerçekleşen bu katılımlarda, bireyler çoğunlukla yorum da yaparak dini sosyalleşmeyi deneyimlemektedir.

Dördüncü olarak katılımcıların “Facebook’ta dini içerik paylaşma durumu ve paylaşma sıklığı” ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplara göre, örneklemin aktif olarak dini paylaşım yaptığı, ayrıca oldukça geniş bir konu yelpazesine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dini gönderilerin içeriklerinin ayet-hadis, bayram mesajları, kandil mesajları, dua, ahiret gününü, cennet-cehennemi ve kulluğu hatırlatıcı mesajlar, İslam tarihi, şehitlerin hayatı, ilmihal bilgileri, alim sözleri, Müslümanların mesajlarına ihtiyaç duyduğu ayetler, Cuma kutlamaları, Mekke’ye ait fotoğraflar, dualar, alim ve kanaat önderlerinin sözleri, insanları düşünmeye, bilgiye ve uygulamaya teşvik edecek fikri – ilmi yazılar, Esat Çoşan’ın konuşmaları, merhamet ve hakkaniyet üzerine paylaşımlar olduğu anlaşılmaktadır.

Beşinci olarak örneklemin “Facebook’ta dini paylaşım yapma amacı” na yönelik sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplara göre katılımcılar, dinin doğru anlaşılması ve yayılması, dini bilgileri daha çok kişiye ulaştırma, dinin başka insanlara anlatılmasında sorumluluk hissetme, İslam’a davette bulunma, insanlarda dini konularda farkındalık oluşturma, güzel bir din olan İslam’ı duyurma gibi amaçlarla paylaşım yaptıkları anlaşılmıştır. Tebliğ düşüncesini Facebook’a taşıyan ve buradaki paylaşımlarıyla farklı insanlarla tanışıp dini konuları konuşma imkânı bulan katılımcılar, bu boyutuyla da dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmiştir.

Altıncı olarak katılımcılara “Facebook’ta karşılaştığı dini içeriklerle hayatına yön verip – vermediği” sorulmuştur. Alınan cevaplara göre, katılımcılardan bazılarının Facebook’ta öğrendiği dini bilgilerle hayatına yön verdiği bazılarının ise yön vermedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler, Facebook’ta doğruluğuna güvendiği dini bilgileri sanal dostlarından öğrenmekte ve uygulamaktadır. Örneklemin Facebook’ta karşılaştığı dini bilgileri öğrenirken de öğrendiği bilgileri toplumsal gerçeklikte uygularken de dini sosyalleşmeyi deneyimlediği anlaşılmaktadır.

Yedinci olarak katılımcıların “Facebook’ta karşılaştığı sayı’lı dua paylaşımlarına karşı tutumu” nu hedefleyen sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplara göre, örneklemin bu tür paylaşımlara karşı olumsuz bir tutum sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar, ‘dini kisveye bürünmüş abuk subuk şeyler, bedava din ve cennet anlayışı yok, dini bu kadar ayakaltı etmenin anlamı yok’ gibi sözlerle kızgınlıklarını ifade etmişlerdir. Bu şekilde sayı’lı dua gönderilerinin altına yorumlar yaparak etkileşime giren bireyler, bir başka açıdan bakıldığında sanal alemde tanımadıkları insanlarla da tanışmaktadır. Katılımcılar, Facebook’ta karşılaştıkları sayı’lı dua paylaşımlarına verdikleri tepkiler aracılığıyla diğer insanlarla tanışarak bir başka boyutuyla da dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedirler.

Sekizinci olarak örnekleme “Facebook’ta özel gün ve gecelerle ilgili içerik paylaşma düzeyi” ile ilgili sorular yönelttik. Alınan cevaplara göre katılımcıların özel gün ve gecelerde içerik oluşturup paylaştıklarını ya da başkalarının paylaştıkları içerikleri kendi sayfalarında paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Örnekleme, toplumsal gerçekliğin dışında sanal alemde de var olmayı, özel gün ve geceleri burada da kutlamayı tercih etmiştir. Bireylerin sanal dostlarıyla dini özel gün ve gecelerde Facebook üzerinden görüşmesi, dini sohbetler gerçekleştirmesi kişiyi dini yönden sosyalleştirmektedir.

Dokuzuncu olarak katılımcılara “Facebook’ta Cuma kutlama mesajlarıyla ilgili içerik paylaşım düzeyini” hedefleyen sorular yönelttik. Alınan cevaplara göre, katılımcılardan bazıları Cuma kutlama mesajı paylaşımı yaparken bazıları da yapmamayı tercih etmiştir. Kutlama mesajı paylaşımı yapan bireyler, özellikle Facebook’ta gönderi oluşturup paylaşmıştır. Toplumsal gerçekliğin yanında sanal alemde kendilerine sosyal çevre oluşturan bireyler, Cuma kutlama mesajlarıyla Facebook’ta dini sosyalleşmelerini gerçekleştirmektedir.

Netice itibariyle, orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin Facebook'ta karşılaştıkları dini içerik formatı ve dini içerik türünün oldukça geniş ve çeşitli olduğu, Facebook deneyimi çerçevesinde karşılaştıkları dini içeriklere yoğun şekilde beğeni ve yorum yaparak sanal bir etkileşimde bulundukları söylenebilir. Aktif şekilde dini içerik paylaşan ve birbirlerinin gönderilerine yorum yaparak etkileşim sağlayan örneklem, birbirlerine iyi dileklerini iletmeleri sonucunda dini sosyalleşmenin aleni bir şekilde sanal alemde gerçekleştiği sonucuna varılabilir. Bireylerin dini içerikleri paylaşım amacına bakıldığında ise tebliğ düşüncesinin ön plana çıktığı görülmüştür. Örneklem bu geniş ve çeşitli dini içerikleri -doğru olduğu müddetçe- hayatlarında uygulamaya başlamış ve dini hayatlarına yön vermişlerdir. Orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki katılımcıların, sayılı dua paylaşımlarına olumsuz baktıkları verdikleri cevaplar neticesinde anlaşılmıştır. Özel gün ve gece ve Cuma kutlama mesajları ekseninde ise örneklemin, bu günlere önem verdiği, sevdikleriyle bu günleri Facebook'ta kutlamaktan keyif aldığı, dini haz duyduğu söylenebilir.

Orta yetişkinlik dönemi ve son yetişkinlik dönemi arasındaki farklara baktığımızda, orta yetişkinlerin aksine son yetişkinlik dönemindeki katılımcıların, beğendiği veya yorum yaptığı gönderilere Mekke ve Medine'ye ait görsellerin de eklendiği dikkat çekmektedir. Diğer bir farklılık ise son yetişkinlerin aksine orta yetişkinlerin paylaşılan doğru bilginin kimler tarafından paylaşıldığının önemsenmesidir.

Sonuç olarak, orta yetişkinlik ve son yetişkinlik dönemindeki bireylerin Facebook'ta sıkça zaman geçirdiği, geçirilen zamanın içeriğine bakıldığında ise dini paylaşımların / gönderilerin ön plana çıktığı ve böylece kişilerin Facebook'ta dini sosyalleşmelerini aktif şekilde yürüttükleri, ayrıca bundan dini bir haz duydukları anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

1.Kitaplar

Altıkardeş, İsmet (2013). Dini Sosyalleşme ve Hoşgörü. İstanbul: Rağbet Yayınları.

Akan, Vildan (2003). “Birey ve Toplum”. Şu kitapta: Ed. İhsan Sezal, Sosyolojiye Giriş. Ankara: Martı Kitap ve Yayınevi.

Akdoğan, Ali (2013). Din Sosyolojisi. Rize: Sts Yayınları.

Aksoy, Erdal (2013). “Toplum ve Kültür”. Şu kitapta: Ed. İhsan Çapcıoğlu, Hayati Beşirli, Sosyolojiye Giriş. Ankara: Grafiker Yayınları.

Akyüz, Niyazi (2007). İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Din Anlayışı. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.

Akyol, Canan, Erhan Ünal, Fatih Aydın vd. (2012). Sosyal Ağlar. (Ed. Ayfer Alper). Ankara: Pelikan Yayıncılık.

Arslantürk, Zeki, M. Tayfun Amman (2011). Sosyoloji Kavramlar, Süreçler, Kurumlar, Teoriler. İstanbul: Çamlıca Yayınları.

Aydın, Mustafa (2013). “Toplumsal Yapı ve Kurumlar”. Şu kitapta: Ed. İhsan Çapcıoğlu, Hayati Beşirli, Sosyolojiye Giriş. Ankara: Grafiker Yayınları.

Aydoğan, Filiz (2010). “İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet”. Şu kitapta: Der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İkinci Medya Çağında İnternet. İstanbul: Alfa Yayınları.

Aziz, Aysel (2010). İletişime Giriş. İstanbul: HiperLink Yayıncılık.

Babür Tosun, Nurhan, Eser Levi (2010). “Marka Topluluğu Yaklaşımında Sosyal Medyanın Kullanımı”. Şu kitapta: Der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İkinci Medya Çağında İnternet. İstanbul: Alfa Yayınları.

Başer, Ayşegül (2010). “Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Yeri”. Şu kitapta: Der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İkinci Medya Çağında İnternet. İstanbul: Alfa Yayınları.

Berger, Peter L. (2000). Kutsal Şemsiye. (Çev. Ali Coşkun). İstanbul: Rağbet Yayınları.

Beşirli, Hayati (2013). “Toplumsallaşma”. Şu kitapta: Ed. İhsan Çapcıoğlu, Hayati Beşirli, Sosyolojiye Giriş. Ankara: Grafiker Yayınları.

Binark, F. Mutlu (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.

- Bird, John (2015). Din Sosyolojisi Nedir? (Çev. Abdulvahap Taştan, M. Derviş Dereli). İstanbul: Lotus Yayınevi.
- Birekul, Mehmet (2014). “Aile ve Dini Sosyalleşme”. Şu kitapta: Ed. Mustafa Aydın, Aile Sosyolojisi Yazıları. İstanbul: Açılım Kitap.
- Cereci, Sedat (2012). Medya Yapım ve Teknikleri. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Chandler, Daniel, Rod Munday (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü. (Çev. Babacan Taşdemir). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Demir, Ömer, Mustafa Acar (1997). Sosyal Bilimler Sözlüğü. Ankara: Vadi Yayınları.
- Doğan, İsmail (2000). Sosyoloji Kavramlar ve Sorunlar. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Dönmezer, Sulhi (1999). Toplumbilim. İstanbul: Beta Basım.
- Eldeniz, Levent (2010). “İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0.”. Şu kitapta: Der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İkinci Medya Çağında İnternet. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Erikson, Erik H. (2020). İnsanın 8 Evresi. (Çev. Gonca Akkaya). İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Erkal, Mustafa E. (1987). Sosyoloji. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Giddens, Anthony (2005). Sosyoloji. (Çev. Cemal Güzel). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Giddens, Anthony (2008). Sosyoloji. (Çev. Cemal Güzel). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Giddens, Anthony, Philip W Sutton (2018). Sosyolojide Temel Kavramlar. (Çev. Ali Esgin). Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Gresle, Caroline, Michel Lejoyeux (2011). Internet Addiction. (Ed. Hannah O. Price). New York: Nova Science Publishers.
- Günay, Ünver (1981). Türkiye’de Dini Sosyalleşme, Atatürk’ün 100. Doğum Yılında Türkiye 1. Din Eğitimi Semineri. Ankara: İlahiyat Vakfı Yayınları.
- Günay, Ünver (1999). Erzurum ve Çevre Köylerinde Dinî Hayat. İstanbul: Erzurum Kitaplığı.
- Güngör, Özcan (2018). “Yaşlılık ve Din”. Şu kitapta: Ed. Niyazi Akyüz, İhsan Çapçıoğlu, Din Sosyolojisi El Kitabı. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Haberli, Mehmet (2014). Sanal Din ‘Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din. İstanbul: Açılım Kitap.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem (2006). İnsan ve İnsanlar. İstanbul: Evrim Yayınevi.

Karavaşin, Hakkı (2018). “Gençlik ve Din”. Şu kitapta: Ed. Niyazi Akyüz, İhsan Çapçioğlu, Din Sosyolojisi El Kitabı. Ankara: Grafiker Yayınları.

Kayıklık, Hasan (2014). Din Psikolojisi Bireysel Dindarlık Üzerine. Adana: Karahan Kitabevi.

Kirman, M. Ali (2004). Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü. İstanbul: Rağbet Yayınları.

Konuk, Osman (2003). “Toplum ve Eğitim”. Şu kitapta: Ed. İhsan Sezal, Sosyolojiye Giriş. Ankara: Martı Kitap ve Yayınevi.

Korukcu, Adem, Muammer Cengil, Özkan Ardahanlı (2015). “Sosyal Medya ve Din: Facebook Örneğinde Dini İçerikli Paylaşımlar Üzerinde Bir Değerlendirme”. Şu kitapta: Ed. Asife Ünal, Geçmişten Geleceğe Ahlâk. Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.

Köktaş, M. Emin (1993). Türkiye’de Dini Hayat. İstanbul: İşaret Yayınları.

Köylü, Mustafa (2013). Yetişkinlik Dönemi Din Eğitiminin Temel İlkeleri, Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu 2. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.

Kurt, Abdurrahman (2003). “Toplum ve Din”. Şu kitapta: Ed. İhsan Sezal, Sosyolojiye Giriş. Ankara: Martı Kitap ve Yayınevi.

Kurt, Abdurrahman (2012). Din Sosyolojisi. İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Kuşay, Yeliz (2010). “Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri”. Şu kitapta: Der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İkinci Medya Çağında İnternet. İstanbul: Alfa Yayınları.

Küçük, Abdurrahman, Günay Tümer, M. Alparslan Küçük (2017). Dinler Tarihi. Ankara: Berikan Yayınevi.

Lomicka, Lara, Gillian Lord (2016). Social Networking and Language Learning, The Routledge Handbook of Language and Technology, by Routledge.

Marshall, Gordon (1999). Sosyoloji Sözlüğü. (Çev. Derya Kömürcü, Osman Akınhay). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mutlu, Erol (1995). İletişim Sözlüğü. Ankara: Ark Yayınevi.

Oskay, Ünsal (2011). İletişimin ABC’si. İstanbul: Der Yayınları.

Özata, F. Zeynep (2013). Sosyal Medya Platformları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.

Özbek, Abdullah (2006). Yetişkinlik Dönemi Eğitiminde Aile Bireylerinin Yeri ve Fonksiyonu, Yetişkinlik Dönemi Eğitimi ve Problemleri. İstanbul: Ensar Neşriyat.

Peker, Hüseyin (2010). Din Psikolojisi. İstanbul: Çamlıca Yayınları.

Schopenhauer, Arthur (2021). Mutlu Olma Sanatı (Çev. Şebnem Sunar). İstanbul: Can Yayınları.

Sezen, Yümni (1990). Sosyolojide ve Din Sosyolojisinde Temel Bilgiler ve Tartışmalar. İstanbul: İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

Sezen, Yümni (1994). İslam Sosyolojisine Giriş. İstanbul: Turan Kültür Vakfı.

Sezen, Yümni (1998). Sosyoloji Açısından Din. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.

Sütçü, Cem Sefa (2012). “Sosyal Medyaya Girmeden Önce Bilinmesi Gerekenler”. Şu kitapta: Ed. Deniz Yengin, Yeni Medya ve... İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Tezcan, Mahmut (1981). Eğitim Sosyolojisine Giriş. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.

Toprak, Ali, Ayşenur Yıldırım, Eser Aygöl vd. (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım”. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Uysal, Veysel (2006). Yetişkinlikte Dindarlık ve Kültürel Arka Planı, Yetişkinlik Dönemi Eğitimi ve Problemleri. İstanbul: Ensar Neşriyat.

Yengin, Deniz (2012). “Yeni Medyaya Eleştirel Bakış”. Şu kitapta: Ed. Deniz Yengin, Yeni Medya ve... İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Zuckerman, Phill (2006). Din Sosyolojisine Giriş. (Çev. ve Notlar. İhsan Çapcıoğlu, Halil Aydınalp). Ankara: Birleşik Kitabevi

Wuthnow, Robert J., P. L. Berger (2002). Din ve Modernlik -Toplumbilim Yazıları 1. (Çev. Adil Çiftçi). Ankara: Ankara Okulu Yayınları.

2.Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Acquisti, Alessandro, Ralph Gross (2006). “İmagined Communities: Awareness, Information Sharing and Privacy on the Facebook”. Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET).

Akıncı Vural, Z. Beril, Mikail Bat (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. Journal of Yaşar University, 20 (5): 3348-3382.

Akkır, Ramazan (2019). “Din, Sosyalleşme ve Toplumsal Uyum: Suriyeli Mülteciler Örneği”. 11 (2): 953-971.

Aktaş, Hasret (2010). “İnternet Reklam Türlerinde Uygulayıcılardan Kaynaklanan Sorunlar ve Bir Sınıflandırma Önerisi”. Selçuk İletişim Dergisi, 6 (3): 147-166.

Aktu, Yahya (2016). “Levinson’un Kuramında İlk Yetişkinlik Döneminin Yaşam Yapısı”. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 8 (2): 162-177.

Altınbaşak, İpek, E. Sinan Karaca (2009). “İnternet Reklamcılığı ve İnternet Reklamı Ölçümlenmesi Üzerine Bir Uygulama”. Ege Akademik Bakış Dergisi, 9 (2): 462-487.

Arabacı, Fazlı (2003). “Türkiye’de Dini Sosyalleşmenin Temel Etkenleri”. Dini Araştırmalar Dergisi, 6 (16): 39-54.

Arslan, Mustafa (2006). “Dini Toplumsallaşma ve Temel Etkenleri: Türk Genç Ergenleri Arasında Uygulamalı Bir Araştırma”. Akademik Araştırmalar Dergisi, (31): 61-78.

Arslan, Mustafa (2009) “Geleneksellik ve Yaşlı Dindarlığı: Taşrada Sosyal Hizmet Alamayan Yaşlıların Dindarlık Durumları Üzerine Uygulamalı Bir İnceleme”. Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, 2 (2): 112-125.

Arslan, Mustafa (2016). “Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine, Birey ve Toplum”. 6 (11): 5-25.

Avcı, Artun (2013). “Çocuğun İfade Özgürlüğü, Katılım Hakkı ve Medya” (Ed. Hâluk Yavuzer, Mustafa Ruhi Şirin). 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı Cilt 1. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları: 141-171.

Balcı, Şükrü, Abdulkadir Gölcü (2013). “Facebook Addiction Among University Students in Turkey ‘Selcuk University Example’”. Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (34): 255-278.

Bayyığıt, Mehmet (1994). “Dinin Ferdi ve Sosyal Rolü Üzerine Genelleme”. Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, (3): 153-162.

Bilgin, Vejdi (2008). “Dini Sosyalleşme ve Dini Bilinçlenmede Caminin Yeri ve Önemi”. Tartışmalı İlmi Toplantılar Dizisi. 187-209.

Büyüker İşler, Derya Münire Çiftçi, Derya Yarangümelioğlu (2013). “Halkla İlişkiler Aracı Olarak: Sosyal Medyanın Kullanımı ve Yeni Stratejiler”. Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 5 (1): 174-186.

Boyd, Danah M., Nicole B. Ellison (2008). “Social Network Sites: Definition History and Scholarship”. Journal of Computer-Mediated Communication, 13:

Canatan, Ayşe (2008): “Toplumsal Değerler ve Yaşlılar”. Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, (1): 62-71.

Çayır, Celal (2012). “Sosyo-Psikolojik Açıdan Dini Sosyalleşme Üzerine Bir Araştırma”. Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 14 (2): 87-131.

Çiftçi, Hasan (2018). “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı”. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (4): 417-434.

Demirbaş, Hatice (2018). “Yaşlılıkta Sosyal İlişkiler”. 1-19.

Dilmen, N. Emel (2007). “Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları”.12 (12) 113-122.

Dilmen, N. Emel, Sertaç Öğüt (2010). “Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları”. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiriler Kitabı. Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi: 237-242.

Ellison, Nicole B., Charles Steinfield, Cliff Lampe (2007). “The Benefits of Facebook ‘Friends’: Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites”. Journal of Computer-Mediated Communication, 12:

Erol, Gülbuğ, (2009). “Medya ve Etik: İnternet Haberciliğinde Nesnellik, Etik İlkelerin İçeriği, Uygulamadaki Sorunlar ve Televizyon Haberciliği ile Karşılaştırılması, Medya ve Etik Sempozyumu”. Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Eryılmaz, Ali (2011). “Yaşam Boyu Gelişim Yaklaşımı”. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 3 (1): 49-66.

Furat, A. Zişan (2009). “Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği”. İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, (19): 37-62.

Güllü, İsmail (2010). “İlahiyat Fakültelerinde Okuyan Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Dini Sosyalleşmeleri Üzerine Bir Araştırma (Erciyes Üniversitesi Örneği)”. Toplum Bilimleri Dergisi, 4 (7): 211-227.

Güngör, Özcan (2012). “Amerika’daki Türk Gençleri İçin Cami ve Dinî Sosyalleşme (New Jersey Örneği)”. Diyanet İlmî Dergi, 48 (4): 117-136.

İnce, Abdullah (2017). “(Kur’an Kursu Öğreticisi Görüşlerine Göre) Kur’an Kurslarının Dinî Sosyalleşmeye Katkıları”. 53 (2): 149-174.

Hallaç, Saliha, Fatma Öz (2014). “Aile Kavramına Kuramsal Bir Bakış”. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 6 (2): 142-153.

Kaplan, Yılmaz, Güney Çetinkaya (2014). “Spor Yoluyla Toplumsallaşma- Yeniden Toplumsallaşma Süreci”. International Journal of Science Culture and Sport, (2): 120-125.

Kara, Osman (2012). “Kur’ân’a Göre İnsan Şahsiyetine Etki Eden Faktörler”. Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 14 (25): 1-24.

Karagülle, A. Elif, Berk Çaycı (2014). “Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma”. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 4 (1): 1-10.

Karal, Hasan, Mehmet Kokoç (2010). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çabaları”. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 1 (3): 251-263.

Karasu, Melih, Deniz Arıkan (2016). “Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Durumları ve Medya Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Bulunması”. Ege Eğitim Dergisi, 17 (2): 549-566.

Kaya, Ferat (2019). “Yorumsamacı Yaklaşımda Anlama Kavramının Önemi ve Pozitivizm Eleştirisi”. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (22): 271-280.

Kaya, Kâmil, Meryem Tuna (2008). “İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi”. SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (17): 159-182.

Kılavuz, M. Akif (2002). “Yetişkinlik ve Yaşlılık Döneminde Eğitim ve Din Eğitiminin Önemi”. Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 11 (2): 59-72.

Kılavuz, M. Akif (2005). “Batı Kültüründe Yaşlanma Dönemi Yalnızlık Duygusunu Azaltma ve Arkadaş İlişkilerini Geliştirme Açısından Dini Etkinliklerin Önemi”. Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 14 (2): 25-39.

Kılıç, Recep (2005). “Küreselleşme ve Değerler İlişkisinde Dinin Yeri”. Felsefe Dünyası, 1 (41): 79-90.

Kılınç, Barış, Elif Pınar Kılınç (2014). “Yeni Medya Ortamında Çocuk Birey: Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya Pedagojisinin Önemi”. Akdeniz İletişim Dergisi, 9-23.

Kurt, İbrahim (2012). “Toplumsallaşma Sürecinin ‘Toplumsanallaşma’ Bağlamındaki Yolculuğu”. 7 (1): 1-10.

Kurtkan Bilgiseven, Âmiran (1988). “Mevlâna’nın ‘Sosyalleşme Terbiyesi’ Hakkındaki Fikirleri”. 3. Millî Mevlâna Kongresi. Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi: 173-188.

Koştaş, Münir (1987). “Sosyalleşme”. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 29 (1): 329-334.

Köseoğlu, Özgür (2012). “Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma”. Selçuk İletişim, 7 (2): 58-81.

Mavnacıoğlu, Korhan (2009). “İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açısından İncelenmesi: Sosyal Medya Örnekleri” Medya ve Etik Sempozyumu, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi: 62-72.

Okumuş, Ejder (2009). “Toplumsal Değişme ve Din”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (30). 323-347.

Okumuş, Ejder (2014). “Din ve Sosyalleşme”. International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 9 (11): 429-454.

Onar Çambay, Sinem (2015). “Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme”. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (2): 237-247.

Önder Erol, Pelin, Belgin Arslan Cansever (2016). “Dinsel Toplumsallaşma Sürecinin Aile Kurumu Bağlamında İncelenmesi”. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9 (42): 1-7.

Özdemir, Burcu, Gonca Yıldırım (2019). “Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. Yeni Medya Elektronik Dergi, 3 (3): 178-191.

Özdemir, Mustafa (2018). “Çocukların Dinî Sosyalleşmelerinde Din Görevlilerinin Etkisi (Karaman Örneği)”. (Editör: Mustafa Sürün). 9.Uluslararası Din Görevlileri Sempozyumu. İstanbul: Ravza Yayıncılık: 139-155.

Özdemir, Mustafa (2017). “Din-Birey ve Toplum İlişkisi Üzerine Ünver Günay, Peter Berger, E.M. Hamdi Yazır Örneği”. Mütefekkir Dergisi, 4 (7): 9-19.

Polat, Fazlı (2002). “Türk Toplumunda Zihniyet Oluşumu Açısından Dinî Sosyalleşme ve Karşılaşılan Problemler”. Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, 9 (19): 207-217.

Sherkat, Darren E. (2013). “Dini Sosyalleşme: Etki Kaynakları ve Araçların Etkileri”. (Çev. Özcan Güngör). International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 8 (3): 279-297.

Solmaz, Başak, Gökhan Tekin, Züleyha Herzem, vd. (2013). “İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama”. Selçuk İletişim Dergisi, 7 (4): 23-32.

Şahin, Cengiz (2018). “Social Media Addiction Scale – Student Form: The Reliability and Validity Study”. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 17 (1): 523-528.

Şener, Arzu (2009). “Yaşlılık, Yaşam Doyumu ve Boş Zaman Faaliyetleri”. 1-17.

Şentürk, Habil (1995). “Dini Gelişim Psikolojisi”. Diyanet İlmi Dergi, 31 (4): 63-82.

Taplamacıoğlu, Mehmet (ty). “Yaşlara Göre Dini Yaşayışın Şiddet ve Kesafeti Üzerinde Bir Anket Denemesi”. 141-150.

Ünal, Serpil (2016). “Viral Pazarlamanın Sosyal Paylaşım Ağ Sitelerine Üye Olan Kullanıcılar Üzerindeki Etkisini İnceleyen Pilot Bir Çalışma”. Dergi Park, 9 (36): 73-86.

Oktik, Nurgül (2013). “Sosyal Kontrol, Çocuk ve İnternet”. (Ed. Hâluk Yavuzer, Mustafa Ruhi Şirin). 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı Cilt 1. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları: 297-309.

Yılmazsoy, Burak, Mehmet Kahraman (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği”. Journal of Instructional Technologies & Teacher Education, 6 (1): 9-20.

Warschaver, Mark, Douglas Grimes (2007). “Audience, Authorship and Artifact: The Emergent Semiotics of Web 2.0.”. 27:



EKLER

EK 1: UYGULANAN MÜLAKAT SORULARI

1. Adınız- Soyadınız
2. Yaşınız
3. İşiniz/Mesleğiniz
4. Cinsiyet
5. Medeni Durum
6. Maddi Durum
7. Eğitim Durumu

Temel Sorular

1. Facebook kullanır mısınız?
2. Ne zamandan beri kullanıyorsunuz?
3. Facebook'u ilk indirme amacınız neydi, hatırlıyor musunuz?
4. Bugün baktığımızda en çok hangi amaçla kullanırsınız?
5. Hergün Facebook'a giriş yapar mısınız?
6. Facebook'ta günde ortalama ne kadar süre vakit geçirirsiniz?
7. Facebook'a en çok hangi cihazdan giriş yaparsınız?
8. Facebook'a giremeyince nasıl/neler hissedersiniz?
9. Facebook'ta takip ettiğiniz dini içerikli sayfa var mı?
10. Herhangi bir dini gruba bağlı mısınız? Facebook'ta o grubun sayfasını takip eder misiniz?

A. Karşılaştığı Dini İçerikler

1. Facebook'ta en çok karşılaştığınız dini içerik formatı nedir? (Video, Görüntü, Fotoğraf, Gif...)
2. Facebook'ta en çok karşılaştığınız dini içerik türü nedir? (Kutlama mesajı, Ayet, Hadis, Dua istekleri, Cuma kutlamaları, Kandil vs.)
3. Facebook'ta karşılaştığınız dini paylaşımlardan en çok hangilerini 'beğen'irsiniz?
4. Dini paylaşımı beğenmeden önce veya sonra paylaşımı doğrulama ihtiyacı hisseder misiniz?
5. Facebook'ta karşılaştığınız dini içerikli paylaşımlara yorum yapar mısınız?
6. Dini paylaşımına yorum yapmadan önce veya sonra paylaşımı doğrulama ihtiyacı hisseder misiniz?
7. Beğeni ve yorum yaparken o dini paylaşımı kimin yaptığına bakar mısınız? Kimin paylaştığı sizin için önemli midir?
8. Facebook'ta karşılaştığınız dini içeriklerin beğeni sayısı o paylaşım ile ilgili düşüncelerinizi etkiler mi?
9. Karşılaştığınız dini içeriklere katılım sağlar mısınız? (Amin, Allah rahmet eylesin, Allah şifa versin, Salavat, Beddua)

B. Kendisinin Paylaştığı Dini İçerikler

1. Facebook'ta dini içerikli paylaşımlarda bulunur musunuz?
2. Facebook'ta hangi sıklıkta dini içerikli paylaşımlarda bulunursunuz?
3. Facebook'ta en sık hangi tür dini içerikler paylaşırsınız? (Kutlama mesajı, Ayet, Hadis, Dua istekleri, Cuma kutlamaları, Kandil, Yardım kampanyaları vs)
4. Yaptığınız paylaşımlar çoğunlukla karşılaştığınız dini içeriklerden mi meydana gelir yoksa sizin oluşturduğunuz dini içerikler midir?
5. En çok oluşturduğunuz/paylaştığınız dini içerikler nelerdir?
6. Beğendiğiniz dini içerikleri sayfanızda paylaşıyor mısınız?
7. Dini paylaşım yapmaktaki amaçlarınızı sıralayın desem ilk 3 sırada hangileri olur?
8. Facebook'ta karşılaştığınız dini paylaşımlarla dini hayatınıza yön verir misiniz? Facebook'ta karşılaştığınız dini paylaşımlardan dini hayatınızda uygulamaya başladıklarınız var mı? Bu bilgiyi başkalarıyla da paylaşıyor mısınız?

C. Dini İçerik Örnekleri

1. 8734 kere okursan gerçekleşir gibi sayı ile yapılan duaları paylaşıyor mısınız?
2. Özel gün ve gecelerde dini içerik oluşturup paylaşıyor mısınız?
3. Özel gün ve gecelerde karşılaştığınız ve beğendiğiniz dini içerikleri sayfanızda paylaşıyor mısınız?
4. Cuma kutlama mesajları paylaşımı yapar mısınız?

EK 2: ETİK KURUL ONAY YAZISI

Evrak Tarih ve Sayısı: 26.02.2021-E.24721



T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu



Sayı : E-10017888-302.14.06-24721
Konu : Necla KÖYLÜ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 18.02.2021 tarihli, 20047 sayılı ve "Anketler" konulu yazı

Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 25/02/2021 tarih ve 2021/02 nolu toplantısında alınan 9 sıra sayılı kararı aşağıda sunulmuştur.

Bilgilerinize arz/rica ederim.

Karar No 9: Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nün 18/02/2021 tarih ve 20047 sayılı yazısı görüşüldü. Felsefe ve Din Bilimleri yüksek lisans programı öğrencisi Necla KÖYLÜ'nün, Doç. Dr. Sefer YAVUZ danışmanlığında yürüttüğü "Popüler Bir Dini Sosyalleşme Ortamı Olarak Sosyal Medya Facebook Örneği" isimli yüksek lisans tezi kapsamında yapacağı çalışmanın (mülakat soruları) uygulanmasında, bilimsel araştırma ve yayın etiği açısından bir sakınca olmadığına oy birliği ile karar verildi.

Prof.Dr. Adem ÇAYLAK
Kurul Başkanı

EK 3: KATILIMCI BİLGİLERİ

- Katılımcı 1:** Kadın, Ev Hanımı, 65
- Katılımcı 2:** Erkek, Devlet Memuru, 48
- Katılımcı 3:** Kadın, Ev Hanımı, 45
- Katılımcı 4:** Kadın, Ev Hanımı, 68
- Katılımcı 5:** Kadın, Ev Hanımı, 65
- Katılımcı 6:** Kadın, Ev Hanımı, 53
- Katılımcı 7:** Kadın, Ev Hanımı, 52
- Katılımcı 8:** Erkek, Öğretmen, 57
- Katılımcı 9:** Erkek, Devlet Memuru, 53
- Katılımcı 10:** Erkek, Devlet Memuru, 58
- Katılımcı 11:** Erkek, Öğretmen, 64
- Katılımcı 12:** Erkek, Tekniker, 50
- Katılımcı 13:** Erkek, Emekli Öğretmen, 76
- Katılımcı 14:** Erkek, Öğretmen, 53
- Katılımcı 15:** Erkek, Öğretmen, 60
- Katılımcı 16:** Erkek, Öğretmen, 47
- Katılımcı 17:** Kadın, Diyanet Personeli, 49
- Katılımcı 18:** Erkek, Öğretmen, 60
- Katılımcı 19:** Kadın, Ev Hanımı, 55
- Katılımcı 20:** Erkek, Deprem Mühendisi. 43
- Katılımcı 21:** Erkek, Kur'an Kursu Hafız Hocası, 60
- Katılımcı 22:** Erkek, Edebiyat Öğretmeni, 61
- Katılımcı 23:** Erkek, Öğretmen, 49