

T.C
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
ÇAĞDAŞ YAYINCILIK VE YAYINCILIK YÖNETİMİ BİLİM DALI

SOSYAL MEDYADAKİ DİNİ METİNLERİN İÇERİK ANALİZİ: FACEBOOK ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

GAMZE GEZGİNCİ

İSTANBUL, 2017

T.C
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
ÇAĞDAŞ YAYINCILIK VE YAYINCILIK YÖNETİMİ BİLİM DALI

SOSYAL MEDYADAKİ DİNİ METİNLERİN İÇERİK ANALİZİ: FACEBOOK ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

GAMZE GEZGİNCİ

Danışman: YRD. DOÇ. DR. ŞEVKİ IŞIKLI

İSTANBUL, 2017



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

GAZETECİLİK Anabilim Dalı ÇAĞDAŞ YAYINCILIK VE YAYINCILIK
YÖNETİMİ Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi GAMZE GEZGİNCİ'nin
SOSYAL MEDYADAKİ DİNİ METİNLERİN İÇERİK ANALİZİ; FACEBOOK ÖRNEĞİ
adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 11.10.2017 tarih ve 2017-29/6 sayılı kararıyla
oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 25.10.2017

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

1.	Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. ŞEVKİ IŞIKLI	
2.	Jüri Üyesi	Prof. Dr. ÖZHAN TINGÖY	
3.	Jüri Üyesi	Yrd. Doç. Dr. ALİ ÖZCAN	

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı	: Gamze Gezginci
Anabilim Dalı	: Gazetecilik
Bilim Dalı:	: Çağdaş Yayıncılık ve Yayıncılık Yönetimi
Tez Danışmanı:	: Yrd. Doç. Dr. Şevki Işıklı
Tez Türü ve Tarihi	: Yüksek Lisans – 2017
Anahtar Kelimeler	: Din, Dijital Din, Sosyal Medya, Facebook, Dinin Dijital Temsili

ÖZET

SOSYAL MEDYADAKİ DİNİ METİNLERİN İÇERİK ANALİZİ: FACEBOOK ÖRNEĞİ

İletişim ve etkileşim, insan olmanın doğal ve kaçınılmaz bir durumudur ve çoğu zaman kendini ifade etme içgüdüleriyle birlikte gerçekleşir. Kendini ifade biçimlerini etkileyen gelişmelerin başında teknolojik yenilikler gelir. Teknolojik yenilikler, aynı zamanda düşünce üretimini de etkiler. 21. yüzyılın bir teknolojisi olan internetin bireysel ifade ve toplumsal etkileşim üzerine etkileri şimdilerde çok boyutlu olarak inceleniyor. İnternet kısa zaman içinde önemli aşamalara evrildi; getirdiği “çevrimiçi etkileşim” olgusuyla web 3.0 teknolojisi, kişiler arası iletişimi ve toplumsal kurumları hızla dijitalleştirdi.

Bireysel ve toplumsal hayata getirdiği “etkileşim” olgusu, günümüzde toplumun temel yapı taşlarından biri olan “din” kavramı ile iç içe geçerek dinin algılanış biçimini de yeniden üretiyor. Sosyal medya sitelerinde hem kurumlar hem de bireyler, yaptıkları paylaşımlarda dini içeriklere gün geçtikçe daha çok yer veriyorlar. Bu tez araştırmasında sosyo-psikolojik bir olgu olan din, disiplinler arası dijital din çalışmalarının bir parçası olarak ele alındı. Dinin sosyal medyada algı ve temsil biçimi, Facebook kullanıcılarının dini içerikli paylaşımlara dair kanaatleri bağlamında tespit edildi. Toplumu bir arada tutan inanış biçimlerinin sosyal medyada temsil edilmesinin sebepleri ortaya çıkarılarak, insanların toplumun geneli ile uyumlu görünmek amacıyla paylaşımda bulunduğu saptandı Böylelikle ortaya çıkan tüm istatistikler ele alındığında

sosyal medyanın dini yaşayış biçimlerinde semiyolojik olarak dindarlık kavramı oluşturduğu görüldü.

Bu çalışma din kavramını sosyoloji ve iletişim açısından çözümleyici bir yaklaşımla ele almaktadır. Din insanları birebir etkilediği gibi genel olarak toplumlara ve onların yönetim şekillerine de yön vermektedir. Bu nedenle iletişim kavramı bu iki disiplin etrafında çözümlenmiştir. Teorik çerçevenin oluşturulması için literatür taraması, içerik analizleri için sosyal medya taramaları, karşılaştırma için de anket çalışması uygulanmıştır.

Yapılan kamuoyu araştırması, dinin medyadaki temsili başta olmak üzere birçok açıdan yeni ve tartışmaya açık sonuçlar ortaya koymuştur. Köklü toplumsal kurumların başında gelen din, iletişim ve medya alanında, özellikle sosyal medyada her geçen gün daha fazla temsil imkânı bulmaktadır. Türkiye’de son çeyrek yüzyılda dine yönelik ilgili bir artışla birlikte ele alındığında sosyal medyadaki dini içerikleri paylaşımların anlam ve işlevini açığa çıkarmak, dini iletişim ve siyasal iletişimin doğasını ve mekanizmasını açıklamak için de verimli sonuçlar içermektedir. Facebook gibi sosyal medya kullanıcılarının din ve dini içerikli paylaşımlarla girdikleri etkileşim, genelde politik görüş ve dünya görüşleriyle paralellik arz etmektedir. İster dindar isterse seküler olsun, tüm kullanıcılar, dini içerikli paylaşımlarla karşılaşmaktadır. Kullanıcıların önemli bir kısmı, dini içerikli paylaşımları okumakta, bir kısmı beğenmekte, diğer bir kısmı da paylaşmaktadır.

Sosyal medya, popüler bilginin hızlıca yayıldığı bir ortamdır ve bu hız olgusu içinde dezenformasyon ve propaganda ancak dikkatli kullanıcılar tarafından ve güçlülükle fark edilebilmektedir. Dini içerikli paylaşımlardaki metin, görsel, multimedya, grafik, simge ve sembollerin doğru bilgiler içerip içermediği çoğu zaman sorgulanmaktadır. Bu sorgulanmamış dini içerikli paylaşımlar, din eğitimi, dini iletişim, sembolik iletişim ve politik iletişim konularda yeni güçlükler doğurmaktadır.

Dinin sosyal medyaya taşınmasıyla söylem ve örgütlenme biçimlerinde de dekonstrüksiyon gerçekleşmiştir. Cemiyet ve cemaat kavramları dijitalleşmiş, örgütlenme biçimlerinin bu hale gelmesiyle birlikte inanış ve ibadet yöntemleri de dijital din ile yeniden yorumlanmıştır. Yakın zamandaki dini içerikli icatlar yüzünden insanların maneviyatları olağan hale gelerek, öznelliğini yitirmektedir.

Sosyal medyada karşılaşılan bilgilerin kaynak açısından güvenilirlik problemi olduğu saptanmış, böylelikle bilgi kirliliği ve yanlış algıların oluştuğu görülmüştür.

Sosyal medyada toplumun yapı taşlarından olan din kavramının bu denli yer alması, yeni bir eğitim alanı ihtiyacı da doğurmuştur. İletişim ve ilahiyat uzmanlarının ortak çalışmasıyla sağlanabilecek dini medya okuryazarlığı eğitimleri toplumun yanlış bilincine karşı önemli bir girişim olacaktır.

Bu araştırma bizlere sosyal medyanın din olgusunu yapı bozuma uğrattığını göstererek, toplumda oluşan yanlış bilinçten söz etmektedir. Bu alanda yapılması gereken önleyici çalışmalara yer vererek, yapı bozumu gerçekleştiren unsur ve durumları göstermiştir.



GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Gamze Gezinci
Field : Journalism
Programme : Contemporary Publishing and Publishing Management
Supervisor : Assist. Prof. Dr. Şevki Işıklı
Degree Awarded and Date : Master - 2017
Keywords : Religion, Digital Religion, Social Media, Facebook,
Digital representation of religion

ABSTRACT

CONTENT ANALYSIS OF RELIGIOUS TEXTS IN SOCIAL MEDIA: FACEBOOK SAMPLE

Communication and interaction are the natural and inevitable situations of being a human; and it usually occurs with the self-expression instinct. Technological innovations are the leading ones which effects self-expression types. Technological innovations effect producing ideas, as well. The individual- expression and social - expression interaction effects of internet, which is a 21st century technology, are being searched dimensionally. The Internet has evolved into important stages in a short time: 3.0 technology has made the personal interaction and social foundations digital with the fact of "online interaction" very fast.

The fact " interaction",made actual by individual &social lives, is producing the comprehension style of religion by interlacing with the fact " religion" that is a main unit of a society. Both foundations and individuals in social media sites are mentioning more and more religions contents with their sharings. In this thesis investigation, the socio-psychological fact is handled as a piece of interdisciplinary digital religious investigation.

The cognition and representation form of religion in social media is determined in the context about religious sharing opinions of Facebook users. Revealing the reasons of representation of belief forms holding a society together in social media, it is determined that people share with the aim of being in an harmony with the general

society. So, when the all statistics are handled it is handled that social media creates a concept of piety semiologically.

This investigation handles religion in terms of sociology and communication analytically. Religion not only affects people directly, it directs societies and their way of managements, as well. Thus the concept of communication is analysed about these two disciplinaries. Literature survey for theoretical framework ; social media scanning for content analysis and survey for comparison are applied. The survey determined firstly the representation of religion in social media and new and disputable questions. The religion as one of the oldest social institutions can find a place in media and communication, especially can find a chance to be represented in social media day by day. In the last quarter century in Turkey, with handling the religion increasingly, revealing the meaning & function of religious sharings in social media include productive results for explaining religious communication and political communication and mechanism. Social media users', like facebook, interactions through religion and religious sharings present parallelism with their political and world views. All users , both religious and secular ones, meet religious sharings. Some significant part of them read, some like and the other part of them share the religious sharings.

Social media is place that the popular knowledge spreads very fast and in the fact of speed the disinformation and propagandas are recognized hardly only by careful users. It is generally interrogated whether the texts, visuals, multimedia, graphics, signs and symbols in religious sharings include exact information. These unquestioned sharings bring about new difficulties on religious education, religious communication, symbolic communication and political communication issues. The deconstruction about discourse and organization have come about with bringing the religion into social media. The concepts of community and fellowship have become digital, belief and worshipping methods are recommended with digital religion because of organization forms becoming. Because of recent religious inventions, people's spiritual worlds have become ordinary and have lost their subjectivity.

It has been determined that the information met in social media has a security problem in terms of sources so it has been seen that information pollution and wrong perceptions have occurred.

As an important part of a society, religion takes such a big part in social media

thus it creates e new educational field need.

Religious media literacy education that is provided through cooperation of communication and theology experts will be an important attempt against the culture's wrong concious .

This survey mentions about wrong conscious in a society by showing that the social media changes the structure of the concept of religion. By giving places to the preventive studyings which are must to be done, it shows destructive elements and situations.



ÖNSÖZ

Din kavramı eski çağlardan bu yana daima tartışma ve merak konusu olup, her daim toplumların bel kemiği niteliğinde varlığını sürdürmüştür. Sosyal medyanın son yıllarda her alana dâhil olması, yeni meslek dalları çıkarması, bireylerin yaşayış şekillerini değiştirmesi hatta yeni hastalıkların oluşması bilinen gerçeklerdir. Sosyal medyanın hayatımıza bu kadar müdahil olmasının en tabii sonucu tabii ki inanç şeklimize de yansımadır. Çalışmamızda toplumun en kutsal yapı taşı olan din kavramının, sosyal medyaya nasıl taşındığını anlamaya ve açıklamaya çalıştık.

Bu alandaki ilgimi ilk günden beri destekleyip, geliştirmeme katkı sağlayan, tüm akademik çalışmalarında her zaman yolumu aydınlatan Sayın tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Şevki Işıklı hocama, araştırma sürecinde bana gereken araştırma zeminini sağlayan başta dini yayınlar koordinatörlüğünü yaptığım FPA Prodüksiyon şirketine ve yapımcım Dursun Eker'e, çalışmamın uygulama kısmında benden desteklerini esirgemeyip katılımlarını gösteren sevgili iş arkadaşlarım İstanbul Gelişim Üniversitesi hocalarına sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Lisans dönemimde kucağıma aldığım ve küçük yaşına rağmen bütün heyecanları benimle birlikte yaşayan, beni motive eden canım oğlum Çınar'a, beni hiçbir zaman yalnız bırakmayıp ikinci ailem olan Yurdal-Gülbin Aksel ailesine teşekkürü bir borç bilirim.

Eğitim hayatım boyunca bana daima inanıp karakterimin ve hedeflerimin oluşmasında kelimelerle ifade edilemeyecek kadar büyük rolü ve etkisi olan haklarını asla ödeyemeyeceğim annem Gülferi Açıkgöz, anneannem Nazlı Açıkgöz ve abim Mustafa Yılmaz'a şükran ve minnetlerimi sunarım.

Gamze GEZGİNCİ

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

İÇİNDEKİLER	11
GİRİŞ	13
1. ARAŞTIRMANIN KONUSU	13
2. ARAŞTIRMANIN AMACI	13
3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	14
4. HİPOTEZLER (VARSAYIMLAR) VE SAYILTILAR	14
5. TEORİK ÇERÇEVE	15
6. YÖNTEM VE TEKNİKLER	15
7. EVREN- ÖRNEKLEM	16
BİRİNCİ BÖLÜM DİN VE İNSAN	19
1.1. İNSANIN DOĞASI	19
1.2. DİN TANIMLAMALARI	19
1.2.1.Toplumun Din Algısı	22
1.3.DİNİN TOPLUMSAL İŞLEVLERİ	24
1.3.1.Toplumsal Yapının Din Üzerindeki Etkisi	25
1.3.2.Toplumsal Değişimin Yapı Taşı Olarak Din	26
İKİNCİ BÖLÜM PSİKOLOJİ VE DİN	28
i. Dinin İçsel Faktörleri	28
ii. Dinin Dışsal Faktörleri	28
2.1. KUR'AN'A GÖRE İNSAN PSİKOLOJİSİ	29
2.2. SOSYAL PSİKOLOJİ VE DİN	26
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM TEKNOLOJİ BAĞLAMINDA İNSAN, İLETİŞİM VE DİN	32
3.1.WEB 2.0 VE ETKİLEŞİM KAVRAMI	33
3.2.WEB 2.0'IN BESLEDİĞİ ÖZGÜRLÜK HİSSİ	35
3.3.ÇEVİRİMİÇİ ÖZGÜRLÜK HİSSİNİN YANILTICILIĞI	36
3.4.DİJİTALLEŞEN DİN	36
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM KAMUOYU GÖRÜŞÜ ANKETİ	40
4.1. ARAŞTIRMANIN ANALİZİ	73
4.2. TARTIŞMALAR	67

5.	SONUÇ.....	75
6.	KAYNAKÇA	81

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.....	12
--------------	----

KISALTMALAR

<i>age.</i>	Adı geçen eser
<i>bk.</i>	Bakınız
<i>böl.</i>	Bölüm

GİRİŞ

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu araştırmada, sosyal medyadaki, özellikle Facebook'ta dini içerikli metinlerin çok boyutlu içerik analizi yapılmaktadır. Analizler, bu araştırma için geliştirilmiş olan “**Sosyal Medya Dini İçerikli Metin Analiz Formu**” kullanılarak yapılmıştır. Analizlerde, herhangi bir din ayrımı yapılmaksızın formdaki dini unsurları içeren her türlü içerik “**dini içerikli paylaşım**” olarak kabul edilmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Tezin ana problemi “sosyal medyada dinin temsil biçimini etkileyen unsurlar”dır. Bu temsil biçiminin çeşitli açılardan tartışmalı olduğu yine sosyal medya paylaşımlarından anlaşılmaktadır. Dini içerikli paylaşımında bulunanlar, diğerleri tarafından çeşitli açılardan eleştirilmektedir. Bu araştırmada sosyal medya-din temsili ilişkisi, bireysel açıdan ve şu sorular açısından ele alınmıştır.

- a. Din, Türk toplumu için ortak bir iletişim dili midir?
- b. Bireyler sosyal medyada niçin dini içerikli paylaşımında bulunurlar? Dini içerikli paylaşımında bulunmaya iten nedenler/gerekçeler nelerdir?
- c. Sosyal medyada dini unsurlardan hangileri, ne sıklıkta paylaşılıyor?
- d. Dini içerikleri paylaşımların kimlikle ilgisi var mı? (Kendini dini ve politik açıdan konumlandırma sorunu)
- e. Dini içerikli paylaşımlar, “daha dindar görünme” veya “daha muhafazakâr görünme” fırsatı olarak görülüyor mu? (Toplumsal görünürlük sorunu)
- f. Kişilerin demografik özelliklerinden hareketle paylaşımında bulunacakları durumları ve içerik türlerini tahmin etmek mümkün olabilir mi? Başka bir ifadeyle içerik türlerinin ve paylaşım sıklığının kişilerin demografik özellikleriyle ilgisi var mı?
- g. Sosyal medyada dinin temsil biçimine dair açıklayıcı ve öngörü kabiliyeti olan bir model geliştirmek mümkün olabilir mi?

Sosyal medyada dinin temsili, sosyoloji ve ilahiyat açısından olduğu kadar politika ve diğer karar vericiler için de araştırılması gereken bir konudur. İletişim, güvenlik, elektronik ticaret, çevrim içi görünürlük, grup sembolleri ve jargon vs.

açısından sembolik iletişim gibi işlevleri vardır. Facebook'taki dini içerikli paylaşımların, insanların gündelik yaşamlarında “olduğundan daha dindar” göründüklerini düşündürmektedir. Bu yönde çokça eleştiri ve analiz var. Bu da sosyal medyanın politize olduğu ve karşılıklı olarak da dinin politize olduğu anlamına gelebilir.

3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sosyal medyanın din üzerine, dini söylem ve dini kimlikler üzerine etkisini dair kesin verilere ulaşılmıştır. Sosyal medya, 15 yıllık bir tarihi olan oldukça yeni bir olgudur ve toplumsal ve birey üzerinde ne tür etkileri olduğu, bireylerin ve toplumların onu hangi amaçla ve nasıl kullandıklarına dair kesin bir şeyler söylemek için çok az zaman geçmiştir. Bugüne kadar sosyal medyada dinin temsilinin çok boyutlu analizine dair yapılan çalışmalar, birkaç açıdan eksik görünmektedir. İçerik analizlerinden sosyal medyada dinin nasıl temsil edildiği kadar dindarlık göstergelerine dair istatistiki verilere ulaşılmıştır. Sosyal medyada dindarlık göstergesine dair bir katsayı da geliştirilmiş olacaktır: Sosyal medya dindarlık ölçeği, bundan sonraki çalışmalarda kullanılabilecektir.

4. HİPOTEZLER (VARSAYIMLAR) VE SAYILTILAR

Din; inanç, ibadet ve muamelat (etik, ahlak) öğretisidir. Gerçek yaşamda dini paylaşımların amacı bir hatırlatma (nasihat), güzel bir huy (etik), vicdani bir olgunluk (ibadet) vesilesi olmaktır. Aksi amaçlarla dinsel, münafıklık ve ikiyüzlülük olarak kabul edilir.

- a. Dijital dini temsiller, gerçek ile sanal arasındaki ayrımı bulanıklaştırmaktadır.
- b. Din, gerçek amacının dışına itilmektedir. Kişisel kemalat ve erdem, kimlik ve politik konumlandırmaya yerini bırakmıştır. Sosyal medyada dini içerikli paylaşımların amacı, bireyin dışındaki toplumsallıktır.
- c. Siyasi iktidarın dinle angajmanı, sosyal medyada dinin temsil gücünü ve biçimini etkilemektedir. İktidarın din politikası, vatandaşların dini içerikli paylaşımları arasında doğru orantı vardır. Eğer iktidar dini referanslara atıf yapıyorsa vatandaş da sosyal medyada dini içerik paylaşımını artırıyor. Bunun tersi de geçerlidir.

- d. Dini içerikli paylaşımlar arttıkça dindarlık azalır. Sosyal paylaşımlar ile dindarca yaşam arasında ters orantı vardır. Dini içerikli paylaşımlar, gerçek dindarlık göstergesi olarak kabul edilmekten çok uzaktır. Sosyal medya, din konusunda bir ikiyüzlülüğü tetiklemektedir.
- e. Yoğun dini paylaşımlar, farklı dini ve siyasi görüştekilerin iletişim kurmalarını zorlaştırmaktadır.

Anket uygulamasında kullanıcıların doğal, doğru ve içten cevaplar verdileri kabul edilmiştir. Tezin bir diğer sayıltısı, kullanıcıların ankette geçen dini terminolojiyi gündelik dil içindeki anlamlarıyla bildikleri ve buna göre soruları yanıtladıkları varsayılmıştır.

5. TEORİK ÇERÇEVE

Din olgusu temel disiplinlerde sosyolojik, felsefi ve iletişim bilimleri açısından, dijital din, dini iletişim ve kültür endüstrisi bağlamlarında ele alınmaktadır. Toplumsal birlik ve bütünlüğe yaptığı katkı, bireysel tatmin ve iyi olma hâli sunması, aynı dini paylaşan insanlar arasında güvende olma duygusu oluşturur. Bu çalışmanın konusu interdisipliner bir alana denk düşmektedir. İletişim çalışmaları, medya araştırmaları, din psikolojisi, din sosyolojisi, teoloji, dini iletişim ve hatta siyasal iletişim ile ilişki içerisinde olan bir konudur. Özelde ise bir sosyal medya araştırmasıdır. Fakat araştırma sonuçları, dini iletişimden din psikolojisi ve bilişim toplumuna kadar geniş bir alana yayılmaktadır. Dijital din, dijitalleşme ve sanal kültür literatürüne katkı sunmaktadır. Sosyal medya okuryazarlığında din dilinin önemini ortaya çıkarmaktadır.

6. YÖNTEM VE TEKNİKLER

Çoklu yöntem ve teknikler kullanılmıştır. Giriş kısmında teorik çerçeve oluşturulurken literatür taramasına, sosyal medya içeriklerinin elde edilmesi ve analizinde kamuoyu görüşünü tespit etmeye yarayan anket formları ve analizi kullanılmıştır.

7. EVREN- ÖRNEKLEM

Anket çalışmasıyla ilgili olarak toplamda, Türk toplumunu temsil ettiği düşünülen 200 Facebook kullanıcısı ile dini paylaşımların içeriğine dair anket görüşmesi yapılmıştır. 200 kişilik örneklem, Türk toplumu evrenini (demografik ve sosyo-ekonomik özellikler açısından) temsil edecek şekilde belirlenmiştir.

Yüz yüze ve çevrimiçi (online) olarak yapılan anket görüşmesi yapılan 200 sosyal medya kullanıcısı aşağıda sıralanan kategorileri temsil edecek şekilde belirlenmiştir. Örneğin Türkiye nüfusu içindeki oranı yüzde 5 olan azınlıkları temsilen, etnik kökeni farklı olan 10 kişi ile anket görüşmesi yapılmıştır. Diğerleri ise Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Kamuoyu Görüşü Anketi Uygulanan Kişilerin Sosyo-ekonomik ve Demografik Dağılımı								
Kategoriler								Toplam (%)
1	Cinsiyet	Kadın (%45)	Erkek (%45)	Diğer (%10)				100
2	Yer	Köy (%10)	Şehir (%90)					100
3	Dini İnançlar	Müslüman (%87)	Hristiyan (%4)	Yahudi (%1.5)	Ateist (%5)	Diğer (%2.5)		100
4	Siyasi Parti Tercihi	AKP (%70)	CHP (%15)	MHP (%5)	HDP (%7)	Diğer (%3)		100
5	Etnik Durum	Türk (&85)	Kürt (%7)	Ermeni (%3)	Arap (%0.5)	Yahudi (%2)	Diğer (%2.5)	100
6	Eğitim Durumu	Okur-Yazar (%7)	İlkokul (%10)	Ortaokul (%10)	Lise (%13)	Üniversite (%30)	Lisansüstü (%25)	100

Köy (kırsal) ve şehir ayrımı, yatay dijital bölünmesini hesaba katmak için önemli görülmektedir. Kırsal kesimde yaşayanların şehir merkezlerinde yaşayanlara göre, bilişim teknolojilerini kullanma ve internet erişimi konusunda daha dezavantajlı oldukları belirtilmektedir (Işıklı ve Küçükvardar, 2016: 238).

Cinsiyet ayrımı da dijital bölünme içinde ele alınmakta; kadınlar, teknoloji kullanımı konusunda erkeklere göre, egemen toplumsal algı nedeniyle daha dezavantajlı konumda bulunmaktadır. Bu araştırmada cinsiyet oranları eşit tutularak eğer iddia

edildiği gibi teknoloji kullanımının cinsiyete duyarlılığı söz konusuysa bu durumun araştırmaya doğrudan yansması hedeflenmiştir.

Siyasi parti tercihlerinin sosyal medyada dini içerikli paylaşımda bulunma veya dini içerikli paylaşımlarla etkileşime girme davranışını etkilediğine dair iddialar gündeme getirilmiştir (Çarkoğlu ve Toprak, 2006). Anket uygulanacak kullanıcıların belirlenmesinde, farklı siyasi tercihler göz önünde bulundurulmuş, Türkiye’deki siyasi partilerin son seçimde (2014 Genel Seçimleri¹) aldıkları oy oranları göz önünde bulundurularak siyasi görüş dağılımı oluşturulmuştur.

Etnik durum açısından ise sonuçlar analiz edilirken “Sivil Toplum Diyalogu Programı” kapsamında KONDA araştırma şirketi tarafından yapılan “Sosyal Medya ve Gayrimüslim Azınlıklar Araştırması” verilerine dayanılarak değerlendirme yapılmıştır. Bu araştırma ve anket sonuçları doğrultusunda gayrimüslim katılımcıların sosyal medyayı yüksek oranda ve aktif bir biçimde kullandığı görülmüştür. KONDA’nın verilerine göre azınlıkların yüksek oranda sosyal medya kullanımı göstermelerine rağmen tedirgin oldukları ve çekindikleri için çoğunlukla gerçek fikirlerini de paylaşmadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. KONDA’nın araştırmasına katılan katılımcıların yüzde 55’i ülke yaşamını ilgilendiren politik olaylarda sosyal medyada paylaşımda bulunduklarını belirtmiştir. Ancak mensup olduğu toplumu ilgilendiren konu olduğunda ise bu oran yüzde 44’e gerilemiştir. Tarafımızca yapılan kamuoyu anketinde de bu verileri destekleyecek sonuçlar elde edilmiştir. Toplum tarafından dışlanma korkusu ve siyasal hareketliliğin paylaşımları direkt olarak etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Dini inanış biçimlerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına etki ettiği bilinmektedir. Özellikle de son yıllarda tarikat ve cemaat gibi dini oluşumların yayılma, kendilerini ifade etme, kitlelere ulaşma şekilleri gibi faaliyetlerinde değişimler yaşanmaktadır. İslam dininde çok az bir kesimin ve dini oluşumun teknolojik gelişmeler ile arasına mesafe koyduğu görülmüştür. Yüksek oranda sosyal medya kullanım oranı var olup, Allah’ın bir nimeti olduğu için kitlelere ulaşmakta daha büyük yayılım olanağı sağladığı görüşünü bildirenler çoğunluktadır (Haldun, 2014).

Araştırmanın “Değerlendirme” bölümünde, bir yöntem olarak tekil verilerin incelenmesinden genel sonuçlar çıkarma yöntemi olan tümevarıma başvurulmuştur. Bu

¹ 2015 Kasım Genel Seçim Sonuçları: AKP %49.4, CHP 25.3, MHP %11.9, HDP %10.7, Diğer %2.6 (Bkz. YSK 2015)

bölümde, paylaşımlar analiz edilip yorumlandıktan sonra, sosyal medyada dinin temsil biçimine (kimin, ne zaman, nasıl, niçin ve ne paylaştığına) dair genel bir çerçeve yani bir açıklama modeli geliştirilmiştir. “Dinin Dijital Temsil Modeli” adı verilen bu genel çerçevede aşağıdaki dört korelasyonel açıklama getirilmiştir:

- a. Demografik özellikler ile dini paylaşımların içerikleri arasındaki ilişkiye,
- b. Dünya görüşü ve siyasi tercihlerle dini içerikli paylaşımlar arasındaki ilişkiye,
- c. Dini içerikli paylaşım sıklığı ile medyada tartışılan toplumsal-siyasal olaylar (medya gündemi) arasındaki ilişkiye,
- d. Siyasal iktidar ile sosyal medya paylaşımları arasındaki ilişki.



BİRİNCİ BÖLÜM

DİN VE İNSAN

1.1. İNSANIN DOĞASI

Aristoteles'e (MÖ 384-322) göre insan "zoon politikon" yani toplumsal hayvandır. Aristoteles "Politika" adlı eserinde insanı bu şekilde tanımlamıştır. (Aristoteles çv.Akdere, 2013). Yani insan doğasının bir gereği olarak sosyal ve siyasal yapıdadır. İçerisinde bulunduğu toplumda daimi olarak ön planda olmak ve sevilmek ister. Kabul görmek ve beğenilmek amacıyla hareket eder. İçerisinde bulunduğu toplumun kurallılarına uymaya çalışarak kendini buna uygun biçimde şekillendirir.

Thomas Hobbes (1588-1679), insanı doğası gereği bencil, çıkarıcı ve kötü bir varlık olarak kabul eder (Karagözoğlu, 2006). Rousseau'ya göre, insan doğası gereği iyi ve bozulmamış bir varlıktır. Ama sosyal, siyasal ve kültürel bir varlık olmasıyla birlikte insanın doğası da bozulmuş ve kendi benliğine uzaklaşarak, yapay bir kimlik oluşturmuştur. Doğal insan ile medeni insan arasındaki ayrımı, doğa durumu ve toplum durumu kavramlarıyla ifade etmektedir (Rousseau, 1762).

1.2. DİN TANIMLAMALARI

"Din toplumun afyonudur" görüşü de Karl Marx tarafından slogan hâline getirilmiş, din ve toplum ilişkisi hakkında bir görüşü temsil etmektedir (Marx 2009). Marx'ın din ile ilgili görüşlerine bakıldığında, dinin afyon olmasından maksadın, insanların kendilerini olaylar, zalim yöneticiler, sıkıntılı sosyal şartlar karşısında batmadan yüzeyde tutunabilmek için kullandıkları bir tür kendi kendini aldatmaca, kendi kendini oyalama veya afyonlama faaliyeti olduğu anlaşılmaktadır. Elbette bu afyonun geri planında egemenlerin çok önemli roller icra ettikleri de unutulmamalıdır. Esasen Marx, afyon olma özelliği dinin işlevlerinden biridir, demez. Marx, dinin sosyal şartların bir ürünü olduğunu ve dinin başlı başına bir uyutucu olduğunu ileri sürmektedir. Fakat her hâlükarda dini Marx gibi mutlak olarak sosyal şartlara ve afyona indirgememek kaydıyla, bazı durum veya tarihlerde dinin afyon işlevi gördüğü veya görmüş olabileceği söylenebilir.

Marx'ın bu görüşleri, kendi öncüllerinden biri olan Feuerbach ile etkileşim hâlinindedir. Feuerbach'ın Hegelyen temellere dayanan diyalektik düşüncesini daha

ekonomik ve sosyolojik temellere indiren Marx için din; bir kontrol mekanizması olarak görülür.

Marx tarafından diyalektik materyalizm sisteminde ortaya konan din-sosyal değişme ilişkisi, daha sonra Max Weber'in din sosyolojisini daha verimli olarak geliştirmesine sebep olmuştur (Kehrer, 1998). Weber, sosyal fenomenlerin ve olguların birer fiziki olgu gibi ele alınmayacağını çünkü bireylerin sübjektif anlam dünyalarının ve “anlak (*Verstehen*)” denilen bir melekeye sahip olduklarını ön varsayan görüşleri vardır. Weber'e göre din olgusu toplumsal olarak; salt manevi âlemde çıktıkları bulunan soyut bağlamda bir sosyal örgütlenme sağlamakla kalmaz, bunun yanı sıra toplum içerisinde birer sosyal cemiyet olarak da bireyleri ekonomik olarak da bağlayan unsurlardan biri olarak ele alınmalıdır. Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu adlı eserinde Weber, Protestan ahlakının Anglo-Sakson tüccarları arasında birbirleriyle iş yaparak sosyal bir dayanışma oluşturmak amacıyla bir çeşit toplum mühendisliği alanında da dini öğelerin bir birleştirici olarak ele alınmasını sağlamıştır. Weber'in bu görüşü Marx'ın din olgusunu salt bir toplumsal uyutucu olarak yorumlayan görüşünün aksine bir pozitif birleştirici unsur olarak karşılaştırılabilmesine katkı sağlar.

Karl Marx diğer düşünürlerden farklı olarak din ve toplum ilişkisinin de üzerinde din ve devlet ilişkisi üzerine incelemelerde bulunup görüşler sunmuştur. Marx'ın 1843 yılında bu söze yer verdiği *Hegel'in Hukuk Felsefesinin Eleştirisine Katkı: Giriş* adlı yazının ilgili metni şöyledir.

“Din, dünyadaki sıkıntıların tesellisi ve baskıları meşrulaştıran teoridir. [...] Dinin sefaleti, hem gerçek sefaletin ifadesi hem de bu gerçekliğe itiraz edilmesidir. Din mutsuzluklar altında ezilen yaratığın son nefesi, kalpsiz bir dünyanın şefkati, ruhsuz bir çağın ruhudur. **Din toplumun afyonudur.** Halkın gerçekten mutlu olabilmesi için sahte bir mutluluk olan dinin yok edilmesi gerekir. İçinde bulunduğumuz durumun vehimlerinin yok edilmesini istemek aslında bu vehimlere ihtiyaç duyan durumun terk edilmesini istemektir.”

Marx'ın önceli olarak Hegel, tarihsel diyalektiği bir insan icadı olarak ele alır. Fenomenolojik metoda göre de tam da bu şekilde insan sübjektif olarak kendi bilincini üreten toplumdan ve ötekenden bağımsız bir varlık olarak yorumlanır. Dolayısıyla, Hegel için tarih üretimi daha çok insana içkin bir bilincin üretimi ile ilişkilendirilebilir. Bu durumda Hegelci olumsuzlama, birey bağlamında “duyusal dünyanın insan bilincinde olumsuzlanarak yeni bir kavrama kaldırılması momentini içerdiği bağlamda

tarihseldir". Bu tarihsellik de insan bilincine sosyal bağlamda eşit ve iptidai bağlamda bir duysal aleml olumsuzlama yetisi vermiş olur. Bu da bizi Tin (Geist) dediğimiz kavrama götürür. Karl Marx'ın materyalist görüşü de Tin dediğimiz olgunun bir çeşit metafizik belirleyen olmaktan çıkarılıp emek, sermaye gibi unsurlarla karşılanması üzerinden yükselir.

19. yüzyıl Alman materyalizminin ilk düşünürü olan Ludwig Andreas Feuerbach'a yer vermeliyiz. Ahlak felsefesi ve hümanizm ile ilgilenen Feuerbach, hümanist ilahiyat görüşü ile ünlenen biridir.

Allah'ın varlığı onun algılanabileceği bir şekil almazsa, ispat edilemez (Mardin,1970). Böylece Feuerbach'a göre din bilimin kanıtları aslında kof ve etkisiz varsayımlardır. İnsanların kalbinde Allah inancı ise kendi sınırlılığını ideal bir varlıkla karşılaştırma eğiliminden doğan bir projeksiyondur. Din, insanın kendi düşüncesinin insanlar üstü bir plana aktarılışıdır. İnsanların ruhun ölmezliğine inanmaları ve ilahi adaletin tecellisine inançları, gene insanların kendi adaletle susamışlıklarının soyut bir plana aktarılmasıdır. Feuerbach'a göre, 'Duygu açık gözlerle gördüğümüz bir rüyadır, din uyanan bilincin rüyasıdır, rüya dinlerin esrarının anahtarıdır" (Mardin, 2014).

Tüm bu görüşlerin aksine, din kavramını toplum bağlamında oldukça etkili, gerekli ve olumlu yaklaşımla ele alan toplumbilimciler de bulunmaktadır. Dini toplumsal bütünlüğün sağlanması ve korunmasında güçlü bir yapıştırıcı olarak gören Emile Durkheim, ailenin, hukukun, ahlakın ve diğer kurumların kökeninin dine olduğunu ifade ederek, dine yönelik pozitivist bir yaklaşım sergiler (Durkheim, 2011).

Durkheim sosyolojisinin kavramsal köşe taşları, onun sosyolojik ilgilerinin de bir göstergesidir. Ana yapıtlarına serpiştirilmiş kavramlar arasında dikkat çeken iş bölümü, dayanışma, ahlak, din, kutsal, ritüel, bilinç, sembol, duygu, tören, şölen, kurban, matem gibi kavramlar, onun nasıl bir kültürel haritaya sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle ritüel, sembol ve duygu kavramlarının ayrıntılı analizi, Durkheim'in kültür sosyolojisi yahut kültürel sosyoloji tartışmalarındaki yerini biraz daha aydınlatmaktadır. Durkheim'e göre ritüeller, dini hayatın toplumsal yönünü anlamada bir kategoridir. Ona göre, toplumsal bağı kuvvetlendiren süregelen eylemleri içerisinde barındırmaktadır. Dinin toplumsal olduğunu söyler. Kültürel yaklaşımları anlayabilmek ve açıklayabilmek için din kavramının merkezde tutulması gerektiği görüşünü taşır (Alver, 2010). Ancak o da kendini Feuerbach gibi dini, insan aklının bir yansıması olarak düşünmekten alıkoyamaz.

Asıl mesleği nörolog olan psikanalitik kuramın kurucusu Sigmund Freud 'da din kavramını çalışmalarında yer vermiş bir isimdir. Freud için din bir “oyun” dur. Kişinin şahsiyet problemlerini halletmesi ve toplumsal bunalımlarından kurtulması için bulduğu bir yöntemdir. Freud kişinin din ile ilişkisini çocukluk döneminden başlayarak ele almaktadır. Freud bu noktada tabulardan söz eder. Ona göre tabu yasakları doğrulukları için akla uygun hiçbir neden gösteremezler. Kökenleri de belli değildir. Bizce anlaşılabilir olmakla birlikte onun egemenliği altında olanlar için bu yasaklar bir zorunluluk, bir gerçek olarak kabul edilmektedirler. Doğmamış çocukların ve ana babalarına bağlı küçük çocukların belli edimlerin sonuçlarından bu tabuların koruduğunu düşünürler. Bu tabular arasında din kavramı da yer almaktadır (Freud, 1998:13:15).

1.2.1. Toplumun Din Algısı

Din, hayatta karşılaşılabilecek pek çok mühim meseleler ile alakalı hâl tarzları, insanları ilgilendiren çeşitli hususlar ve problemlere karşı bir takım tutum ve davranışlar ihtiva etmektedir (Freyer, 1964).

Din olgusunun ortaya çıkışı insanlık tarihi kadar eskilere dayanıp, insanı ve toplumları etkileyen çok önemli bir yapıtaşı konumundadır. Tarih boyunca her hangi bir dine mensup olmayan insanlar olduğu gibi, dine sahip olmayan toplumlarında varlığını devam ettirdiği görülmemiştir. Tarihsel süreçte, inanan insanlara belirli değerler ve semboller sistemi vererek kazandırdığı zihniyet ile merkezi bir yer işgal etmiş olan din, bu sebepten dolayı başlangıçtan beri sosyolojinin imtiyazlı konuları arasında bulunmaktadır. Pozitivist felsefenin öncüsü ve sosyoloji ilminin isim babası olarak kabul edilen Auguste Comte 'un din sosyolojisi tamamen dinî bir karaktere sahiptir. Öyle ki onun eserlerinde sosyoloji ve din kavramları, adeta bir ve aynı şeyi ifade eder gibi görünmektedir (Günay, 1998).

Sosyolojideki bir diğer önemli isim olan Emile Durkheim, sosyolojik anlayışını, müşterek tasavvurların bütünü olarak saydığı “kolektif şuur” düşüncesinde birleştirir. Ayrıca kolektif şuurun temelini dini inançların oluşturulduğunu söyler.

Din kurumunu toplumsal hayatın özetlenmiş yetkin bir örneği şeklinde gören Durkheim, dinin kaynağını topluma dayandırmış, onu sosyal tecrübenin bir yansıması olarak ele almak suretiyle “kutsal ile sosyalin aynı şeyler olduğunu” kaydetmiştir (Kösemihal, 1971). Dinin en temel fonksiyonlarının başında, toplumlara belli bir

“zihniyet kazandırma” veya “yeni bir dünya kurma vizyonu” sağlaması gelmektedir. Nitekim Berger’in ifadesiyle:

“Hayata anlam ve gaye kazandıran din, insanın dünya kurma girişiminde stratejik bir rol oynamaktadır. Din, evrenin tamamını insan açısından manidar bir varlık olarak kavramanın cüretkâr bir girişimidir. Her dinin, özellikle de yüksek dinlerin, dinin özü ile ilgili hususlar dışında, hayatın hemen hemen bütün meseleleri hakkında hükümlerle, tüm ehemmiyetli dünyevî hadiselerle karşı takınılan tavırların toplamından ibaret olan, oldukça zengin bir fikri muhtevası vardır. Bu anlamda her din, belli bir ‘ruh’ ya da ‘zihniyet’i de beraberinde getirmektedir”.

Din, bireylerin hayata bağlanmaları için birer dayanak görevi teşkil etmektedir. Berger’in de ifade ettiği gibi din, bir insanın hayatı boyunca geçireceği evreler, olaylar, yaşam şartları, duygu durumları hakkında hükümler veren, kuralları olan ve hazır bir çerçeve sunan oluşumlardır. Ayrıca insanların hayat felsefelerini, hedeflerini ve amaçlarını da oluşturarak hazır bir şekilde sunmaktadır.

Berger’e göre, toplumsal gerçekliğin en önemli unsurlarından birisi olan din, toplumsal yapının davranışlarının belirlenmesinde merkezi bir konuma sahiptir. Bu bağlamda din, insanın kozmos tasavvurlarında (dünya kurma) stratejik bir rol oynamaktadır. Bilindiği gibi her din, dünyaya karşı olumlu ya da olumsuz bir takım tutumlara sahiptir. Özellikle, dinlerin dünyaya karşı takındıkları tutumları belirleyen zihniyet, mensuplarının tüm sosyal hayatına yön veren en önemli unsurların başında gelmektedir. Kısacası din, insanın dünya ve toplumla ilişkisini belirleyen bir unsurdur (Berger ve Peter, 1993).

Mardin’e göre din, dogmatik zihniyet sayesinde insanlara çevrelerindeki dünyayı özel gözlüklerle görmeyi sağlayacak kavramsal görüş imkânı sağlamaktadır. Bir dine has zihniyetin, o dine mensup bireyler arasında paylaşılması veya yayılması neticesinde, insanlar günlük işlerini görürken ve hatta tabiatı seyrederken bile bu zihniyetin tesirinde kalırlar. “Öyle ki onlar, dünyaya karşı takındıkları tavrın, müntesipleri oldukları dinden kaynaklandığının bilincinde olsunlar veya olmasınlar, kendileri dışındaki dünyayı daima dinlerinin ışığı altında görürler” (Mardin, 1995:65).

Dinin, kültür üzerindeki etkisinin en önemli göstergesi, insanların zihniyet yapısını oluşturmasıdır. Özellikle ilkel toplumlarda kültürü etkileyerek insanlara şekil verir. Bu farklılık dini, kültürün diğer unsurlarından ayırmaktadır. Freyer de dinin, iktisat, hukuk, sanat, ilim, eğitim gibi kültürün bir parçası şeklinde

değerlendirilemeyeceğini, bunlardan farklı olarak dinin kuşatıcı bir yönünün bulunduğunu belirtmekte ve şöyle demektedir:

“Netice itibariyle din, kültürün kendisinden ayrılması veya tecrit edilmesi kabil olan bir cüzü değildir. Belki o, zihniyetiyle bütün kültür sahalarına nüfuz etmiş bulunmaktadır. Sırf dünyevi davranışlardan dahi bir kimsenin dindar olup olmadığını, hatta hangi dine mensup olduğunu anlamak kabildir. Dinine bağlı bir Budist’in, iktisat, sanat vb. gibi hadiselerle karşı tutumu, ister istemez bir Müslüman veya Hristiyan’inkinden farklıdır.”²

Din, toplumların hassas noktasıdır. Wach ’a göre, toplumsal örgütlenme, biçim ve davranışların şekil ve karakteri de dinî etkiye maruzdur. Bunun için din, kültürün ilkel basamaklarından başlayarak aile, oymak, kabile, boy ve ulus gibi doğal birliklerle hep yakın ilişki içinde bulunmuş; bunların gerek meydana gelmesinde, gerekse büyümesinde önemli bir yer tutmuştur (Keskin, 2004). Toplumda cereyan eden eylemlerin çoğuna “kutsallık” değeri yüklenerek bazı fiilleri sevap diyerek teşvik eder, diğer bazılarını ise günah diyerek engeller. İnsanların bir araya gelerek gerçekleştirdiği dinsel ayin ve törenler de toplumsal kaynaşmayı sağlamaktadır. Dinin toplumsal kaynaştırma ve birleştirme gücü vardır. Böylelikle din olgusu toplumdaki devamlılığı ve birlikteliğin sürekliliğini temin eder. Din, dayanışma sistemi olup, birleştirici gücü bulunmaktadır. Özellikle bayram, dini ve milli günlerde dini içerikli duyguların pekişerek ve böylelikle bu duyguların dışı vurumu da artmaktadır.

1.3. DİNİN TOPLUMSAL İŞLEVLERİ

Wach ’un görüşleri dinin bütünleştiriciliği üzerinedir. Ancak dinin bütünleştirici faktörü olduğu kadar “inanın” ve “inanmayan” şeklinde bir ayrıma da yol açmaktadır. Bu durumda dinin hep bütünleştirici hem de ayırıştırıcı etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Dinin diğer bir önemli toplumsal işlevi de insanları toplum kuralları çerçevesinde tutmayı sağlamasıyla oluşan ‘toplumsal kontrol’ dür. Toplumsal kontrol, bireyi sadece dışarıdan zorlamaz. Ayrıca kişinin bilinci içinde “içselleşerek”, “vicdan” denilen bir tarzda işlerlik kazanır (Keskin, 2004:68). Gerçekten de kurallar, kişinin vicdanında köklü bir şekilde yer edinmedikçe dıştan gelen kontrolün etkili olması pek

² Freyer, a.g.e., s.75.

düşünülemez (Kesin, 2004:68). Bu bağlamda dinin, toplumsal hayatta hoş karşılanmayan işlerden uzak tutacak şekilde insan bilincini şekillendirebilmesi, onun en belirgin, herkesçe arzu edilen ve ilan edilen “açık” etkilerinden veya işlevlerinden birisidir.

Her din, müntesiplerine olaylar karşısında ne şekilde hareket edeceklerine ilişkin belirli davranış modelleri kazandırmaktadır (Keskin, 2004:35). Berger’e göre din bu kontrolü; “iç” ve “dış” kontrol olmak üzere iki şekilde gerçekleştirmektedir. Dış kontrolde din, Weber’in “meşrulaştırma” diye isimlendirdiği durumu yerine getirmektedir. Bu, toplumda dinin, gücün kullanımını haklı göstermesi, “açıklaması” ve “rasyonalize etmesi” demektir.

Toplumun ortak paylaşım içerisinde bulunduğu düğün, doğum, düğün gibi olaylarda da dini ritüellerinde etkisi görülmektedir. Günümüzün seküler toplumlarında bile bu kurumlar, kutsanmaktadır. Özellikle evlilik, neredeyse küresel boyutta kutsallık taşır. Nitekim J. Wach’a göre, teoride toplum hayatını düzenleyici normlar koyan din, uygulama da ise öteden beri var olan toplumun içine nüfuz etmek suretiyle onu bir dereceye kadar yeniden düzenler (Wach, 1995). Din olgusunun yapılandırma, bütünleştirme ve ayrıştırma özelliklerinin yanı sıra üzerinde durulması gereken diğer bir husus da dinin toplumsal yapıyı değiştirici özelliğinin olmasıdır. Din, bizzat sosyal değişimin bir öznesi görevini üstlenmiştir. Her din, kendine özgü grup, kurum, toplumsal normlar ve dünya görüşlerini yapılandırarak, yeni bir toplumsal yapı inşa eder.

1.3.1. Toplumsal Yapının Din Üzerindeki Etkisi

Din toplumu etkiler. Toplum da dini etkiler. Toplumun din üzerindeki etkisi, içerik ve biçim olmak üzere iki yönlüdür. Her din belirli sosyal şartlarda ortaya çıkar ve belirli sosyal gruplar aracılığı ile varlığını sağlamaktadır. Toplum, dinin ortaya çıkışından ziyade, mevcut inanç ve ritüeller üzerinde kendini gösterir. Düünden bugüne, özellikle çok tanrılı toplumların din üzerindeki etkisini gösteren pek çok örneğe rastlamak mümkündür. Bunların başında ekonomik ve sosyal faktörler gelmektedir. Nitekim tarımcı toplumların tanrılarına “Toprak Ana”, akarsu yataklarında yaşayanlarına “Bereket Tanrısı”, denizci topluluklarında olanlara ise “Koruyucu Mabut” adı verilmekteydi. Anaerkil toplumlarda daha çok kadın tanrıçalara yer verilirdi. Babaerkil toplumlarda ise daha erkek tanrılara rastlanması; arazinin çetin olduğu

yerlerde natürist, düz olduğu yerlerde animist inançların ağırlık kazanması, toplumun din üzerindeki etkilerini ortaya koyması bakımından oldukça ilgi çekicidir. Yine toplumsal etkinlik, mülkiyet tarzları, zümre yapıları, dinî anlayışlarda önemli şekillenişlere sebep olmuşlardır. Hatta siyasal yapının (mesela iktidar ve otorite tipinin) dinî pratikler ve şekilleniş üzerinde önemli etkileri olduğu söylenebilir. İlkel veya cemaat türü toplumlarda, tanrı ile ilgili tasavvurlarda olduğu gibi, dinî bayram ve törenlerde icra olunan ayinler üzerinde de maddî hayat şartlarının tesirleri görülmektedir (Keskin, 2004:52). Örneğin çiftlik işiyle uğraşan kesimlerde ibadetlerin hasat ve ekin zamanlarına göre ayarlanması, çobanlık ile yaşamlarını sürdüren kavimlerde, hayvanların yavrulayıp çoğalması amacıyla ibadetlerin icra edilmesi bu durumun yansımalarındandır. Toplumsal etkileşimin bir sonucu olmayıp sürekli olarak gelişime açık olan yüksek tipli dinlerin algılanışında bile toplumsal özelliklerin etkili olduğuna dair pek çok örnek vardır. Mesela, Hint Hristiyanları arasında Hindulardan alınmış kastlar bulunduğu gibi, aynı bölgede yaşayan Müslümanların da söz konusu karstları meşrulaştırdıkları durumlar mevcuttur.

Yine, bir toplumsal itici güç olan ve Weber 'e göre mutlak dinî kökenli olan “iktisat ahlakı” bile, sonuç olarak o dinî temsil eden sosyal tabakaların bir algılayış tipidir (Keskin, 2004:77). Öte yandan Marx, ticari ilişkilerin toplumu sınıflandırarak sınıflı toplum yapısını inşa ettiğini, bu yapının bir üst kurumunu da din kavramının oluşturduğunu iddia eder (Marx, 2014).

1.3.2. Toplumsal Değişimin Yapı Taşı Olarak Din

Genel olarak toplumdaki geleneksellik, muhafazakârlık ve değişimin din için de söz konusu olduğu söylenebilir. Din, toplumsal değişimi çatışma üreterek de hızlandırabilir. İslam dininin, karizmatik bir lider olarak Hz. Muhammed'in (d.571-ö.632) vefatını müteakip ortaya çıkan dört halife döneminde de İslam toplumunda toplumsal değişimin temel faktörü olmaya devam ettiği görülmektedir (Okumuş, 2009:334). Bu dönemde bir takım önemli iç mücadele ve çatışmalar olmakla birlikte İslam toplumunun sınırları çok hızlı bir şekilde genişlemeye ve İslam toplumları başka toplumlarla, Müslüman olan ve olmayan yeni kültürle karşılaşmaya başlamışlardır. Daha sonraki dönemlerde ve günümüzde İslam, çeşitli olaylarda, değişik yer ve zamanlarda, çeşitli toplumların siyasal, sosyal, kültürel vb. değişimlerinde, tamamen olmadığı yerlerde de belli düzeyde değişimin temel faktörü olarak işlev

görebilmektedir. Örneğin din, muhafazakâr bir tutum sergilese de toplumsal değişimin başlı başına bir faktörü olarak hizmet görebilir. Yeni bir din ortaya çıktığında yeni toplumsal kurumlar ve ilişki biçimleri de oluşturur. Buna tek tanrılı dinlerin ortaya çıkışı ve oluşturdukları yeni toplum asla düzen ve işleyişler ile din değiştiren toplumlarda görülen değişimler örnek verilebilir. Hz. Muhammed'in liderliğinde kurulan Medine'nin oluşum ve değişim sürecine bakıldığında, orada dinin hem başlı başına bir değişim faktörü olduğu hem de toplumsal bütünleşme faktörü olduğu görülebilmektedir.

Özet olarak dinin, temel bir sosyal değişim faktörü olarak karşımıza çıktığı, durum ve şartlara göre her zaman için yaratıcı değerleri vasıtasıyla sosyal değişimin egemen faktörü konumunda olma eğilimi ve gücüne sahip bulunduğu söylenebilir. Toplum hayatında- sosyolojik anlamda- olmazsa olmaz bir fenomen olan din, genelde toplumla karşılıklı ilişkilere sahip olduğu gibi özelde de toplumsal değişimle karşılıklı ilişkilere sahiptir. Bu, bütün dinler için böyle olduğu gibi, İslam için de böyledir.

İKİNCİ BÖLÜM

PSİKOLOJİ VE DİN

Din ve modern psikolojinin ilişkisi 1880’li yıllara dayanır. Batı’da din tarafında yer alanların bir kısmı, insanın ruhsal yönünü incelemesi gerektiğini, dini tecrübeyi açıklamada psikolojiden yararlanabileceklerini düşündüler. Çünkü onlara göre psikoloji, ruh bilimi demektir. Bunlardan mesela din psikolojisinin kurucusu sayılan William James, “Dini Tecrübenin çeşitliliği”(1902) isimli eserinde dinin tecrübi yönünü psikolojiyle temellendirmeye çalıştı. Miller psikanalitik bulguların dine yardım maksadıyla kullanabileceğini ve psikanalizin determinist yönünün din ile aşılabileceğini düşündü. William B. Selbie ise dinin bir güdü değil, bir duygu olduğunu, dolayısıyla bilinçdışıyla açıklanamayacağını savundu (Köse ve Ayten, 2015:7). Modern psikolojiyi din ile olan ilişkisi dışında değerlendirildiğinde, onun daha iyi bir insanı değil, daha başarılı bir insanı hedeflediği görülür.

İnsanoğlu diğer insanların yanında aşağılanmaktan, hor görülmekten korkar. Bu sebeple diğer insanların yanında iken daima iyi olduğunu gösterecek söylemlerde ve ya davranışlarda bulunmaya çalışır. Kendini bu şekilde ifade etmek ister. Beden dili aksini ifade etse de söylem hep olumludur. İnsanoğlunun ilgisini çeken, onu etkileyen önemli bir faktör din’dir. İnsanların inançları, ibadet şekilleri ve inanışının gerektirdikleri kişinin davranışlarına ve yaşam şekline yön verir. Din insan yaşamının her alanında etkisini göstererek, kurallarını işleve sokar. İnsan ve toplum yaşamında düzenleyici bir ilke olarak dinin içsel ve dışsal iki ayrı faktörü bulunmaktadır.

i. Dinin İçsel Faktörleri

Herhangi bir dine mensup kişi kadar bütün dinleri reddeden kişi de din psikolojisi açısından incelenmeye değerdir. İnanılan din fark etmeksizin sadece inançlı kişilerin ortak özellikleri, inandıkları dine göre inanış biçim ve yöntemleri, hissettikleri, olaylara karşı bakış açıları, düşünce ve yorum sistemleri bir dinin kişi üzerindeki içsel faktörlerin sonuçlarıdır.

ii. Dinin Dışsal Faktörleri

Mensubu olunan dinin içsel faktörleri olduğu gibi göstergebilim içerisine dâhil olan dışsal faktörleri de bulunmaktadır. Eşarp bağlama şekline sakalın kesiliş biçimine, günlük ritüellerinden özel günlerdeki tüketim alışkanlıklarına dek farklılıklar

gözlemlenmektedir. Örneğin; İslam dininde A cemaatine mensup bir kadın pardösü giyip saçlarını da kapatacak şekilde başörtüsünü bağlayarak sokağa çıkabilirken, B cemaatinde bulunan bir kadın ise kara çarşaf giymeksizin sokağa adım atmamaktadır. Ayrıca dışsal faktörlere eklenmesi gereken en önemli unsurlardan biri de dini simgelerin yer aldığı takı, kıyafet, dövme ve aksesuarlardır. Bu alanda oldukça sık görülen gösterge, İslam dininin Alevi mezhebine mensup insanlardaki Hz. Ali'ye ait olan kutsal kılıcın resimleridir. Zülfikar adı verilen bu kutsal kılıç, bir inancı temsil etmektedir ve bu mezhebe mensup olan kişiler kılıç resmini boyunlarında kolye, saatlerinin içinde resim, küpe simgesi taşımakta veya dövme olarak vücutlarına yaptırmaktadır. Tüm bunlar insanların içselleştirdikleri dinlerinin dışavurumlarıdır. Çünkü insanlar içlerinde yaşadıkları duygularını bir şekilde dış dünyaya da yansıtmak isterler. Toplumda yer bulmanın diğer bir yolu da göstergeler ile ortak paydada buluşma düşüncesidir. Simgesel iletişim, iletişim alanının en güçlü bağlamlarından biridir.

Dine inanan, giyim kuşamından yeme içme alışkanlıklarına kadar her konudaki kararlarında dine yer veren ve dinin kendisine huzur verdiğini söyleyenin durumu, kadar herhangi bir dine inanmadığını, dolayısıyla dini ilkelere hayatında yer vermediğini hatta dinin karşısında olduğunu söyleyenin durumu da din psikolojisinin içine girer. Çünkü reddeden insan da düşünce tarzına bağlı olarak belirli bir inanış içerisindedir. Din psikolojisi bu durumun nedenlerini sorgulamaktadır. Dini kendi kutsal kitabı ve kuralları çerçevesinde uygulayarak kurumsal din bağlamında yaşayanların yanı sıra dini ilkeleri kendi hayal güçleriyle karıştırarak yaşayanların durumuyla da ilgilenmektedir (Köse ve Ayten, 2015:37).

2.1. KUR'AN'A GÖRE İNSAN PSİKOLOJİSİ

Kur'an-ı Kerim ona inanan insanlar için bir eğitim-öğretim kitabıdır. Eğitmeye çalıştığı da insandır. Ana teması, insanı hem dünyada hem de ahirette mutlu yaşatmaktadır. Bunun için ona, sahip olması gereken özellikleri, nelere inanması, neleri yapması, neleri yapmaması gerektiğini bildirir. Kendisinde var olan yetenekleri geliştirmesini, aklını kullanmasını önerir. Geçmiş olaylardan örnekler vererek bunlardan ders almasını ister (Maide Suresi 116-117).

Kur'an'ın insanları inanç ve kişilik yönünden üç tipe ayırdığını görürüz. Bunlar mü'min (inanan), münafık (inanmadığı hâlde inanmış gibi görünen) ve kâfirdir (inanmayan). Kur'an ayrıca genel olarak insanda yaradılıştan var olan bazı ortak

özellikler, eğilimler ve güdüler hakkında bilgiler verir (Bkz. İnsan Suresi). Ayrıca Kur'an'da bir psikolojik kavram olarak nefis kelimesine yer verilmiştir. Nefsin çok farklı anlamlarda kullanıldığı görülmektedir. İnsan cinsi (9:129), kişinin kendisi (En'am,152; Nisa 29,113); kalp, gönül, insanın iç dünyası (Al-i İmran,154; Nisa,63), iyi ve kötü arzuların kaynağı (Yusuf, 53; Enbiya, 102; Fussilet, 31; Zuhuruf 71), vicdan (Enbiya, 64) ve ruh (Zümer, 42; En'am, 33) gibi anlamlardadır. Bu konuda yapılan bir araştırmada (Cengil, 1996) nefsin Kur'an'da kişilik, benlik, insanın arzu, istek ve duygularının merkezi, şeklinde psikolojik anlamlara geldiği belirtilmektedir.

Türkiye sınırlarında konuyu incelediğimizde ise İslam dinine inanan insanların ülke nüfusuna olan oranı % 98.6'dır.³ Bu sebeple çoğunluğun İslam dinine inandığı bir ülke olmasından dolayı "Müslüman Toplum" tanımı kullanılmaktadır. Müslümanlık dininin kutsal kitabı olan Kuran-ı Kerim'e insanın nasıl bir varlık olduğu sure ve ayetlerde açıklanmaktadır. İnsanın nasıl bir varlık olduğu Mearic Suresi 19-20. ayetlerinde tarif edilmiştir:

"İşin gerçeği şu ki, insan; aceleci, hırslı, sabırsız ve tahammülsüz yaratılmıştır. Başına bir fenalık gelince feryadı basar."

Fatiha suresinde ise şöyledir: "Çünkü insanlar da dahil olmak üzere bütün mahlukatı yaratan, onların birbirine faydalı olması için cismen, aklen ve ruhen terbiye edip yetiştiren O'dur." Kehf suresi 54. ayette ise şöyle der:

"Hakikaten biz Kuran'da insanlar için her türlü misali sayıp dökmüşüzdür. Fakat tartışmaya en çok düşkün varlık insandır."

Burada insanların etkileşim özelliklerinin olduğu ve ihtiyaçlarına ayrıca da bu etkileşim özelliğinden kaynaklı anlaşmazlık durumlarının olacağı ifade edilmektedir. İslam dinine göre insan tahlili ise onun ruh ve bedenden meydana gelmesi esasına dayanmaktadır. Kuran-ı Kerim'e göre ruh ve beden birbirini tamamlayarak insanın benliğini oluşturur (Secde Suresi 7-9).

2.2. SOSYAL PSİKOLOJİ VE DİN

Medeniyetlerin değişmesiyle çeşitli toplumlardaki ayrılaşma ve farklılaşma hızı da artmaktadır. Dinlerin kutsal kitaplarında sürekli olarak birlik ve beraberlik istemleri ve gerekliliğinin önemi doğrultusunda ayet veya hadisler bulunmaktadır. Gerek Kur'an'da ve gerekse hadislerde bu birliği emreden ayet ve hadisler

³ 2009 yılına ait Pew raporu sonuçlarından alınmıştır.

sayılamayacak kadar çoktur. Örneğin Kur'an-ı Kerim'de sık sık “Ey iman edenler!” diye hitap edilmektedir. Bu hitap, belli bir sosyal tabaka, çevre veya belli sosyal farklılıklar nedeniyle teşekkül etmiş bulunan muayyen toplumsal kategoriye değil fakat her türlü sosyal, kültürel ve sosyo-ekonomik farklılık, grup, tabaka veya çevreden olan kişilerdir. Yine Kur'an'ın “Hepiniz Allah'ın ipine sımsıkı sarılın ve ayrılığa düşmeyin!” ayeti de toplumun bütün kesim ve tabakalarını bütünleşmeye çağırmaktadır. Aynı şekilde İslam dini, “Müminler kardeşler” diyerek din kardeşliği ilkesiyle alt-üst, kadın-erkek, genç-yaşlı, zengin-fakir, efendi-hizmetçi, patron-işçi, amir-memur, hür-köle, köylü-şehirli, göçebe-yerleşik, beyaz-siyah vs. gibi her türlü sosyal statü farklılıkları ve karşıtlıkları yok ederek bu karşıtlıkların birbirlerine entegre olmalarını sağlamaktadır. İnsanları bir tek Allah'a kulluk inancı etrafında birleştirir. İslam inancının yanı sıra ibadetler de toplumsal bütünleşmede önemli roller oynamaktadırlar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TEKNOLOJİ BAĞLAMINDA İNSAN, İLETİŞİM VE DİN

İnsanoğlunun varoluşundan bu yana toplumsal bir varlık olduğunda dolayı kendini de bu topluma sürekli olarak kanıtlamak ve toplumda yer edinmek ihtiyacı duymuştur. Bu nedenledir ki insanlar kendi fikirlerini bir başkasına ve ya başkalarına hatta toplumlara anlatabilmek, aktarabilmek amacıyla yavaş yavaş kitle iletişim araçlarına doğru yönelmişlerdir. Tarihte ilk örneklerini Acta Diurna, Acta Senatus ve Acta Publica adı verilen Roma dönemindeki tek sayfalık duvar gazetelerinde görebiliriz. Böylelikle bir kişinin düşünceleri yüzlerce binlerce kişi tarafından okunur, bilinir duruma gelmiştir. Bu durum kısa zamanda yöneticilerin de ilgisini çekerek onların kullandığı bir araç hâline gelmiştir. Çünkü yöneticiler görüş ve düşüncelerini, yapılan uygulamaları duvar gazeteleri aracılığıyla daha kolay yayabilir, haber verebilir hâle gelmiştir. Zamanla duvar gazeteleri gelişerek birkaç sayfalık tabloid gazeteler hâline gelmiştir (İnuğur, 1993).

Yıllar geçtikçe Batı'daki gelişmelerin de hızlanmasıyla Türk toplumu da kitle iletişim araçlarıyla tanışmaya devam etmiştir. İnsanlar öncelikli olarak kendilerini düşüncelerini yazıya dökerek ifade etmek istemiş, ardından sesli anlatımları ve son olarak da görüntüleriyle ifade etme ihtiyacı duymuşlardır. Telgraf, radyo ve televizyonun gelişimi de bu sürecin göstergesidir.

Tarih boyunca hayatı kolaylaştırmak için insanın ürettiği teknoloji, bugünkü geldiği noktada insanı yeniden üretir hâle gelmiştir. İnternet ve bilgisayarın icadıyla teknoloji ve kitle iletişimi araçları bir araya geldi. Böylelikle iletişim çalışmaları da yeni bir boyut kazandı. Web 'in ilk aşaması olan "Web 1.0", 1990'ların başında icat edildi. Web 1.0'ın insanlığa hizmet eden en önemli birkaç teknolojiden biridir ve insanlık için asla bir tehdit ya da tahakküm edici bir icat olarak görülmemiştir. İkinci nesil internet hizmetlerine geçişi ifade eden ve 2004'ten sonra dijital okur-yazarların hayatına giren Web 2.0, bizi dijitallik, sanallık, etkileşim gibi birçok yeni kavramla tanıştırdı. Kısa süre içinde teknolojiyi kullanmak isteyenlerin öğrenmek zorunda kaldıkları bir internet veya teknoloji dili meydana getirdi.

3.1. WEB 2.0 VE ETKİLEŞİM KAVRAMI

Yaşadığımız çağın en etkili buluşu şüphesiz internettir. Sürekli bağlantı hâlinde olmamızı temin eden internetin hızı ve küresel iletişim konusundaki başarısı, “internet kültürü” denen yeni bir değerler sisteminin doğmasına neden oldu. İnternet; içine insan, nesne ve davranışların yerleştirilebildiği sanal ortamlar ve siber uzamlar yarattı. İnternetin diğer bilişim teknolojilerine göre daha ucuz ve daha etkili bir etkileşim sağlaması, geniş halk kitleleri üzerindeki etkisinin artırmasına yol açtı (Yılmaz, 2009:310).

Yeni medya etkileşim imkânı sunmaktadır. Web 2.0 teknolojisi, temelinde “karşılıklı etkileşim ortamları” yer alan bir internet teknolojisidir. Bugün tam karşılamamakla birlikte çoğu zaman “yeni medya” veya “sosyal medya” olarak ifade edilmektedir. Etkileşim, özneler arası bir durumdur; bir özne olarak insan, başka öznelerin yokluğunda etkileşime giremez. Etkileşim için karşılıklılık ve birlikte mevcudiyet gerekir. Bir özne (fail) olarak başkalarını etkileyebilir, çevreyi düzenleyebilir, çeşitli yöntemlerle kendini ifade edebilir. Etkileşim için başkasını **etkilemek** yeterli değildir; başkasından **etkilenmek** de gerekir. Etkileşim hâlindeki bireylerin etkilenme ve etkileme düzeyleri farklılık arz edebilir.

Var olma biçimi zenginleşmiş, çoğalmış, çevrimiçine katılım seçenekleri artırılmıştır. Web 2.0 teknolojisine dayanan yeni medya, bir yazılım dili olmaktan ziyade, yeniliklerle düzenlenmiş bir konsepttir. Web’e yeni bir bakış amacı içeren çok sayıdaki farklı tekniğin bir arada kullanılmasını amaçlar.

Web 1.0’ın sınırlı cazibesi, internetin okumak ve bilgi almanın yanında gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılabileceğini fikrini çok yönlü olarak besledi. “Web 2.0” ya da “etkileşimli web” internet teknolojisinde kuantum sıçramasına benzer bir devrime yol açtı. Web 1.0’da tümüyle pasif kipteki izleyici, alımlayıcı ve takipçi konumundaki bireyler, Web 2.0’da aktif birer internet ajanlarına (fail-özne) dönüştüler. Bu çevrimiçi ajanlar; yorum yapma, paylaşma, bilgi alış verişinde bulunma, bir problemin çözümüne katkı sunma, beğenme, analiz yapma, değerlendirme, karşılaştırma, popüler olma, kariyer yapma, para kazanma, kitle oluşturma gibi bir dizi gerçek yaşam eylemini, emek ve zaman açısından daha düşük bir maliyetle gerçekleştirebiliyorlar.

Etkileşim, kişiler arası faaliyeti açıklamak için kullanılan bir kavramdır. Bu faaliyetin genellikle bir etki doğurması beklenir. Yeni iletişim ortamlarında etkileşim

kavramının egemen olduğu tanım, kullanıcının, ortamın içeriğini değiştirebilme özelliğine sahip olması durumu şeklindedir. Böylece geleneksel ortamlardaki izleyici, aktif bir rol üstlenerek kullanıcı hâline dönüşür. Bir başka tanımda ise; Etkileşim, en az iki nesne arasındaki iletişim vasıtasıyla, nesnelerin birbirlerini davranışsal ya da biçimsel olarak değişikliğe uğratmasıdır.

Yeni medya etkileşim opsiyonu sunmaktadır. Ancak etkileşim kavramını bu egemen tanımla sınırlamak, büyük çerçevenin görünmesini engeller. Yeni iletişim ortamları söz konusu olduğunda, etkileşim kavramı üst bir platformda değerlendirilmelidir. Ancak bu üst platform dahi, ortam konu edildiği için, iletişimin bütünü olarak değil, sadece bir alt süreci olarak ele alınmalıdır. Etkileşimin olduğu ortamlarda bariz bir özgürlük hissinin varlığı ortaya çıkmaktadır. Kullanıcı, edilgen bir izleyici olmaktan çıkıp, içeriği yönetmeye başladığı andan itibaren, seçim özgürlüğüne sahip olduğunu düşünmeye başlar. Ancak bu “yapay his” göz ardı edilen ya da üzerinde hiç düşünülmeyen bir portrenin desenidir. Ortamın ve ortam araçlarının hizmet ettiği genel iletişimi bir bütün olarak algılayabilmek için kaynağın da varlığını meşrulaştırması gerekmektedir (Öğüt, 2006:7). Oysa etkileşimin mevcut olduğu bu ortamlarda, kullanıcı da yer yer kaynak hâline gelebilmektedir. Böylesi bir ortamda kaynak – alıcı ilişkisi karmaşık bir tavır sergiler. Ancak her durumda ortam şartları kaynak tarafından belirlenip düzenlenmektedir. Bu bağlamda, kullanıcının özgürlük alanı, kaynağın sunduğu **ortam etkileşimi seviyesi** ile sınırlıdır. Bir başka deyişle kullanıcı hissettiği derecede değil, kaynağın belirlediği ölçüde özgürdür. Etkileşim kavramıyla bütünleşip, bu kavram üzerine inşa edilen sosyal ağlar sayesinde insanlar, internet kullanımına ve web’e daha çok bağlanmışlardır.

Sosyal ağlar genel olarak aşağıdakileri içermektedir (Dawley, 2009:111).

- i. Sosyal siteler: MySpace (2003)
- ii. Facebook (2004)
- iii. Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flickr (2004)
- iv. Twitter (2008)
- v. PhotoBucket.
- vi. Wikiler: Wetpaint, PBWiki.
- vii. Video Paylaşım: YouTube.
- viii. İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog.
- ix. Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn (2003), Xing.

- x. Bloglar: Blogger.com, Wordpress.
- xi. Sanal Kelime:SL, Active Worlds, There, Whyville,Club Penguin, HiPiHi.

Darvey 'in bu araştırmasının ardından daha birçok uygulama veya site sosyal ağlara eksenine katılmış ve kapanmıştır. Bütün bunların içerisinde kişilerin hâlâ daha katılımının yüksek olduğu hatta giderek daha da arttığı sosyal alan Facebook, Instagram ve Twitter'dır. Bu üçü arasında da en yoğun kullanım Facebook'a aittir. Yapılan sosyal araştırmalarda dini oluşumlarında artık bu sosyal medyaya dahil olduğunu ve kişilerin kendilerini ifade etmede en rahat hissettikleri alanların bu adres olduğu belirlenmiştir.

3.2. WEB 2.0'IN BESLEDİĞİ ÖZGÜRLÜK HİSSİ

İnternet, kamusal ve politik alanı dönüştürücü bir yapıdır. Vatandaşlığın yeni formlarını sunar. Kişilerin bir konuda iddiada bulunmasına, bir görüş geliştirmesine, kendini cinsiyet, zekâ, dil ve düşünce kategorilerinde ifade etmesine izin verir (APC, 2014). Bu genel imkân, onun özgürlük söyleminin teminatıdır. "İnternet, kendini özgürce ifade edebileceğin herkese açık bir alandır" (Caturani, 2014). Fakat çoğunlukla sosyal medya üzerinden teklif edilen sınırsız internet özgürlüğü, yanılsamalı ve sanaldır.

Etkileşimli Web, yaşam tarzlarımız ve ilişki biçimlerimiz başta olmak üzere merkezi kavramlarımızı yeniden inşa etmektedir. Merkezî kavramlar ancak iki değerli karşıtlıklar mantığına dayalı düşünce sistemlerinde bulunur. Karşıt kavramlardan biri merkezi, diğeri ise çevreyi oluşturur. Merkezdeki iyi, güzel, yüce ve doğru iken çevredeki kötü, çirkin, aşağı ve yanlıştır. Derrida 'nın tespitine göre bütün bir Batılı düşünme tarzı, ikili karşıtlıklara dayanır ve bunu her yeni sistemde yeniden üretir (Derrida 1999). Toplumsal cinsiyet söz konusu olduğunda karşıtlıklar kadın-erkek biçiminde kurulur. Modern insanın yaşamında kadının ikincil ve ardıl statüsü, onun bastırılması, ötelenmesi ve merkezden uzaklaştırılması biçiminde işleyen bir mekanizma yaratmıştır. Dişil us, iltifat görmediği eril usun dünyasında hem varlığa hem de kendi imkânlarına yabancılaşmıştır (Işıklı ve Gezgin, 2017).

Bilişim çağının dijital kültürü, tüm karşıtların bir sanal evrende erimesi, bulanıklaşması fırsatı sunmaktadır. Kadın-erkek ayrımının, doğanın sunduğu bir sınır durumu olduğunu kabul eden geleneksel cinsiyet tasarımı, günümüzde farklı biçimde yeniden kurulma fırsatıyla karşı karşıya olabilir. Elektronik teknolojiler, etkileşimli internet ve sosyal medyanın yaygınlaşması, sürekli daha fazla sanallık üreten bir dijital

kültür yaratmaktadır. Yaygın bilişimin hem ortaya çıkardığı hem de beslediği bilişim devrimi, iki cinsiyet arasındaki uçurumu kapatma potansiyeline sahiptir.

3.3. ÇEVİRİMİÇİ ÖZGÜRLÜK HISSİNİN YANILTICILIĞI

Ortam şartları aslında kaynak tarafından belirlenir ve düzenlenir. Kullanıcının özgürlüğü, kaynak tarafından sunulan **ortam etkileşim seviyesi** ile sınırlıdır. Kullanıcı, ortam tarafından sınırlandırılmış bir özgürlük deneyimler. Etkileşim olgusuna dayanan sosyal ağlar, kullanıcıların web 1.0'a göre daha fazla çevrimiçi olmalarına ve çevrimiçinde daha fazla zaman geçirmelerini sağladı. İnsanlar, birer sosyal ağ kullanıcısı olarak ömürlerinin kayda değer bir bölümünü çevrimiçi geçirmiş olacaklar. Etkileşimli Web'de kullanıcılar hem başkalarının hem de kendilerinin ürettiği metin, görsel, video, animasyon, grafik ve ses belgeleri paylaşabiliyorlar. Kişisel ve profesyonel iletişim ağları kurabiliyorlar.

3.4. DİJİTALLEŞEN DİN

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

Günümüzde iletişim teknolojilerinden kasıt genellikle internet teknolojileri olmaktadır. Başlangıcında, askeri birimler arasındaki bilgi paylaşımını sağlama amacıyla tasarlanmış olan bu iletişim teknolojisi, gelişiminde yakaladığı hız ile toplum tabanına hızla yayılmış ve küresel iletişim ağı konumuna yükselmiştir. Özellikle de internetin; ses, yazı ve görüntüyü bir araya getiren yapısı, diğer bir ifadeyle bütün iletişim araçlarının özelliklerini tek çatı altında toplaması, onu tüm zamanların en büyük iletişim teknolojisi haline getirmiştir (Haberli, 2012).

Barry Wellman, araba, uçak gibi gelişen ulaşım araçları ile telefon ve bilgisayar gibi iletişim ağlarının uzak mesafedeki insanları birbirlerine yakınlaştırarak, sosyal ilişki kurma olanağına imkân tanıdığını söyler. İletişim kuramcısı Marshall McLuhan da bu görüş ve düşünceleri “küresel köy” kuramıyla desteklemiştir. Buradan hareketle Wellman, bu etkenler sonucunda ortaya çıkan sosyal ağları; “sosyal kimlik ve aidiyetin bulunduğu, sosyalleşme ve bilgi paylaşımına imkân veren sosyal örgütlenmeler” şeklinde tanımlamıştır. Wellman'ın bu yeni tanımlamasıyla birlikte dini yapının bir

ögesi olan cemaat kavramı da, ortak mekânı paylaşan bireyler topluluğu anlamından soyutlanarak; ortak değer ve ilgi alanı etrafında bir araya gelen insan topluluklarını ifade etmeye başlamıştır (Wellman, 2001).

Cemaatleşme kavramının sanal örgütlenme haline dönüşmesi beraberinde din kavramını da sanal ortama taşımıştır.

Yeni medya (internet, mobil iletişim, dijital platformlar, sosyal ağlar vb.) olarak isimlendirilen ve insanlar arası etkileşimi geleneksel medyaya (gazete, dergi, radyo, TV, sinema vb.) oranla müthiş bir hızla ulaştıran yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması sosyal, kültürel ve siyasal alanlarda olduğu kadar din alanında da bir dizi yeni açılım ve değişimlere zemin hazırlamıştır. Öyle ki din yeni gelişmelerin gerisinde kalmamaya, toplumsal değişime ayak uydurmaya özen göstermiş, gelişen dijital teknoloji ile birlikte dinî bilgi ve mesajlarını, inanç, ilke ve doktrinlerini, kutsal metin ve ritüellerini fiziksel ortamdan sanal ortama taşımış, yüz yüze başlayıp sesli, görsel ve sanal (internet) olarak iletişimini devanı ettirmiş, böylelikle de çok sayıda sanal cemaatler, dinî aktiviteler (sanal ritüeller), kullanıcıların birbirleriyle etkileşimini ve bilgi paylaşımını sağlayan sanal alanlar (blog, haber grubu, forum vb.) oluşmuştur (Menekşe, 2015:152).

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

İnternet kullanıcılarının sosyal ağlar aracılığıyla iletişime girmesi sonucu; daha önce farklı bilgisayarları birbirine bağlayan ağlar, böylece aynı düşünce ve inanca sahip insanları bu sanal alanlarda bir araya getirmeye başlamıştır.

Bu sanal alanlarda ortaya çıkan topluluklara dikkat çeken ilk kişi Howard Rheingold'dur.⁴ Rheingold, sanal cemaat (virtual community) kavramını ilk defa

⁴ Rheingold, ilk Sanal Cemaatlerden "The WELL" in kurucularındandır. 1985 yılında kurulan The WELL (The Whole Earth "Lectronic Link) günümüzde de en büyük ve etkin sanal cemaatlere aittir. Geniş bilgi için bkz. Jenny Preece-Diane Maloney Krichmar-Chadia Abras, "Online Communities, History of",

1987’de yayımladığı “Virtual Communities: Exchanging Ideas through Computer Bulletin Boards” isimli makalesinde kullanmıştır. Rheingold, bu kavramı yüz yüze iletişim kurma imkânı bulamayan, düşünce ve fikirlerini, BBS’ler veya benzeri dijital ağlar üzerinden paylaşan kullanıcı topluluklarını ifade etmek için kullanmıştır (Curley, 2010:96). Daha sonraki çalışmalarında Rheingold, cemaat tanımını genişleterek bu kavramı birbirinden bağımsız bireylerin, belirli bir duygu ve zaman dilimi içerisinde internet ortamında gerçekleştirdikleri iletişimi ifade etmek için kullanmıştır (Rheingold, 1998).

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

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

Teknoloji ve iletişim üzerine çalışmalar yapan, “Araç Mesajdır” savı ile tanınan iletişim kuramcısı Marshall McLuhan (1991-1980) "Teknolojiler yalnızca insanların kullandığı icatlar değildir, insanları yeniden icat eden araçlardır" diyerek araçların insanı şekillendirdiğini belirtmektedir. Bu değişimin ve şekillenmenin bir örneği dinî mobil uygulamalarında görülmektedir.

Günümüzde birçok cemaat, tarikat gibi dini gruplar, din görevlileri veya ibadetlerini yerine getiren, dini inanç sahibi kişiler mobil uygulamalar aracılığıyla dua etmekte, kutsal metinleri dinlemekte veya okumakta hatta ibadet saatlerini dahi uyarıcı uygulamalar sayesinde hatırlayarak, nasıl ibadet edeceğini bile bu yazılımlardan öğrenmektedir.

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

Dua, meditasyon, ritüel, kutsal metinler, mistisizm, din hizmetleri, dinî sosyal medya, dinî oyunlar, dinî bilgelik ve liderler, dinî medya satış mağazası, çocuklar için dinî uygulamalar...

Sonuç olarak da iTunes'ta Hristiyanlık ve İslamiyet ile ilgili uygulamaların daha yoğun olduğunun gözlemlendiğini, Temmuz 2013'te yapılan bu çalışmada, aram a kısmında "İslam" yazıldığında 3062 uygulama; Hristiyanlık yazıldığında 4180 uygulamanın geldiğini, "Yahudilik", 215, "Budizm" 369 ve "Hinduizm" de 91 uygulama gözüktüğünü belirtmektedir (Campbell, 2014:169).

4. DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KAMUOYU GÖRÜŞÜ ANKETİ

Sosyal medyada paylaşılan dini metinlerin içerik analizlerini yapabilmek amacıyla oluşturulan bu anket çalışmasına 200 kişi katılmıştır. Bu kişiler belirlenirken; yaş, cinsiyet, ekonomik durum, eğitim seviyesi ve yaşadığı yere göre ayırım yapılarak, eşit dağılım olmasına özen gösterildi. Katılımcılar 18 ile 70 yaş arası, düşük-orta-yüksek gelir seviyesinde, okur-yazar, lise, üniversite ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip bireylerden oluşmaktadır. Facebook'ta Dini İçerikli Paylaşım Dair Kamuoyu Anketi oluşturuldu. Ankette toplam 27 soru bulunmakta olup, katılımcıların özlük bilgileri gizli tutulmaktadır. Bu sorular hazırlanırken asıl amaç, bireylerin dini içerikli paylaşımlara karşı bakış açılarını tespit ederek, hangi duygu durumu ile bu paylaşımları gerçekleştirdiklerini saptamaktır. Dini paylaşımlar ile etkileşimlerini merak ederek, ne tür bir reaksiyon verdiklerini analiz ettik.

Din insanlar için kendilerini tanımlamakta kullandıkları en büyük referanstır. Özellikle son 15 yıldır din kavramını meşrulaştırıp referans olarak kullanan iktidarın mevcudiyeti bulunmaktadır. İktidar, özellikle de Ortadoğu ülkelerinde güç ve ekonomi anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda iktidarın değer verdiği kavramları, kişilerin kimlik unsuru olarak görüp sunmaları da olası bir durumdur. Çünkü böylelikle ekonomi ve güç kaynaklarını da arkalarına aldıklarını düşünürler. İktidarın bu tür bir tutum içerisinde olması dini duyguları daha özgür yaşama olanağı da tanımaktadır. İktidarın bu tür bir rahatlık ortamı sunması paylaşımların artmasına teşvik derecesinde etki etmektedir.

Bilindiği gibi etkileşimli web 2000'li yıllarda hayatımıza dâhil olmuştur. Bu yıllardan önce insanların dini sembolleri dışı vurmak, söylemlerde bulunmak daha zor şartlarda meydana gelmekteydi. Hatta çoğu zaman daha da ileri gidilerek suç teşkil eden bir unsur gibi ortaya koyulmaktaydı. Ancak Web, internet etkileşimi, iktidarın değişmesi bileşenleri bir araya gelerek Türkiye'de yeni bir dönem başlamasına sebebiyet vermiştir. İnsanlar bastırılmış, yasaklanmış duygularını açığa çıkarmaya başlamışlardır. Teşvik edilen, desteklenen bir yapı söz konusudur. Bunların sonucu olarak da dini paylaşımlarda bulunulması rasyonel bir beklenti hâline gelmektedir.

Örneğin her Cuma atılan ‘hayırlı cumalar’ mesajı artık siyasilerin de rutin olarak yaptıkları hatta ek olarak bir de ayet paylaştıkları birer faaliyet hâline gelmektedir.

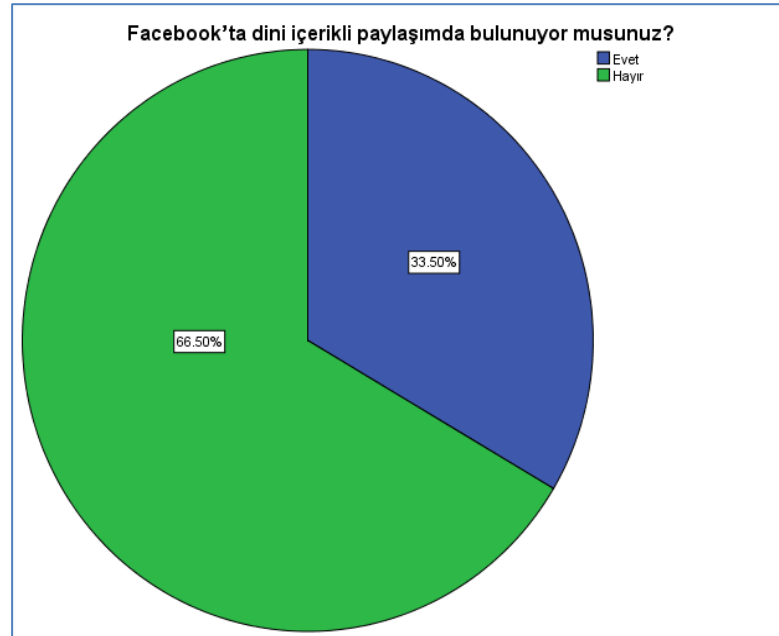
Ne kadar dindar bir insan olduğunu belli etmek için “umreye gitme” faaliyeti gerçekleştirilse de hac faaliyetinin çok fazla olduğu görülmemektedir. Bunun sebebi olarak da hac ibadetinin Kuran-ı Kerim’e göre hüküm ve sorumluluklarının daha fazla olması olarak gösterilebilir.

4.1. ARAŞTIRMANIN ANALİZİ

Sosyal medyada dinin nasıl temsil edildiğini anlayabilmek için birbiriyle ilişkili olan 27 soru, Facebook kullanıcılarına yöneltilmiştir. Bu sorulara ve kullanıcıların verdikleri yanıtların oranları ve analizi aşağıda sunulmaktadır:

Soru 1: Facebook’ta dini içerikli paylaşımda bulunuyor musunuz?

Anket dâhilinde yer alan bu ilk soru, araştırmamızın temelini oluşturan sorunsaldır. Bu soruyu açık ve direkt bir biçimde sorduğumuzda insanlara sorduğumuzda zihinsel bulanıklık yaşatmadan genel olarak akıllarına bu durum ile ilgili evet mi hayır mı seçeneğinin geldiğini ölçmek amaçlı hazırlandı.



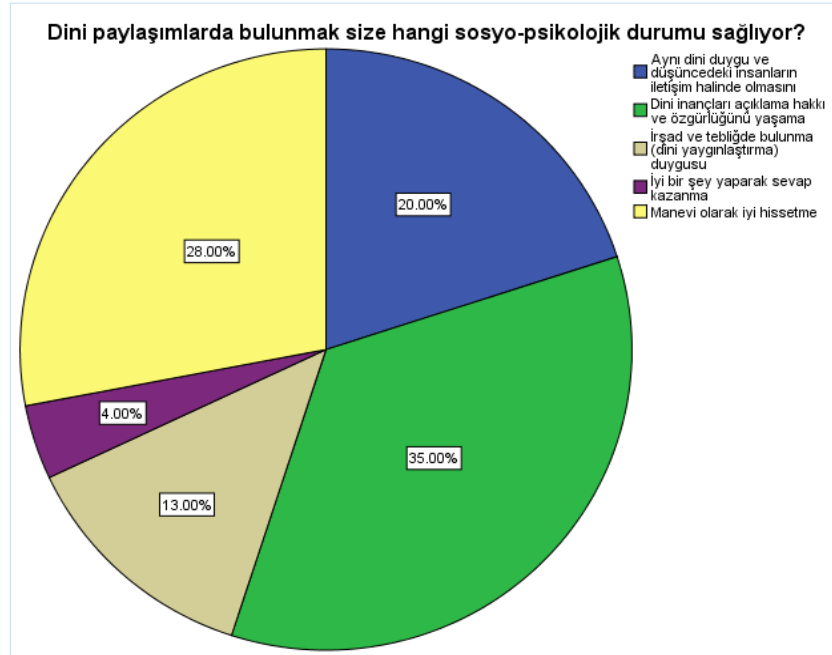
1. Grafik: Facebook'ta Dini Paylaşımda Bulunma Oranları

Facebook'ta dini içerikli paylaşımda bulunuyor musunuz? İdi. Araştırmaya katılan 200 kişiden 133 kişi dini içerikli paylaşımda bulunmadığını ancak 67 kişi dini içerikli paylaşımda bulunduğunu belirtmiştir. Yani yüzde 33.5 oranında evet, 66.5 oranında da hayır yanıtını almış bulunmaktayız. Ancak bu 133 kişinin dini içerikli paylaşımda bulunmadığını belirtmesi, onların dini içerikli paylaşımlarla karşı karşıya gelmediği anlamını taşımamaktadır. Ayrıca bu anket sonucunda saptanan diğer bir önemli konuda kişilerin bulundukları paylaşımları dini paylaşım başlığı altında değerlendirmedir. Şöyle ki, hayır seçeneğini işaretleyen katılımcılar ile yaptığımız görüşmelerde, Cuma tebriği, kandil mesajı, bayram kutlamaları gibi paylaşımlarda bulunduklarını fakat bunları dini paylaşım olarak görmediklerini belirtmişlerdir. İnsanların dini içerikli paylaşımdan ne anladığı da önemli bir sorun teşkil etmektedir.

Sonuç olarak Türkiye'deki her üç kişiden biri dini paylaşımda bulunduğunu kabul ederek, evet demektedir. Bu tahmin öngörülenden daha düşük bir orandır.

Soru 2: Dini paylaşımlarda bulunmak size hangi sosyo-psikolojik durumu sağlıyor?

Bu soru ile paylaşımda bulunan veya bulunmayan insanların bulundukları takdirde hangi duygu durumunu yaşadıklarını belirlemek amaçlandı.



2. Grafik: Dini Paylaşımlara Eşlik Eden Psiko-sosyal Durumlar

Bu soru karşısında en çok tercih edilen cevap olarak 70 kişinin tercihi ile ‘Dini inançları açıklama hakkı ve özgürlüğünü yaşama’ seçeneğini görmekteyiz. Hemen ardından az bir farklı onu takip eden “Manevi olarak iyi hissetme” cevabını görmekteyiz. Daha önce de belirttiğimiz gibi din kavramı insanların kimlik oluşumunda oldukça etkili bir rol oynamaktadır. Sosyal medyanın gelişimi ve iktidarın dini yaşamak için özgür bir ortam sunması, bireylerin paylaşımda bulunmalarının temel etkenidir. “Özgürlük” kavramı yüzyıllar boyu savaflara sebebiyet veren, bireyler ve gruplar arasındaki sorunları oluşturan, kimi zaman aileleri yıkan bir tetikleyici konumundadır. Çünkü kişilerin özgürlük arayışı hiçbir zaman son bulmamış, aksine istemedikleri konularda bile “özgür” olmadıklarını hissettikleri anda, kısıtlandıkları alana doğru yönelim gösterdikleri görülmüştür. Korku çekiciliği, Ferud’un id, ego ve süper egosu, Wilhelm Reich ’in bastırılmış özgürlüğün bedeli çalışmaları bu durumu açıklar niteliktedir. Kişiler kendileri yapmasalar bile, yapmadıkları konularda bile özgür olmak isterler. En çok tercih edilen cevabın bu özgürlüğü yaşamaya dayalı seçenek olması da yine bu görüşleri destekler nitelik taşımaktadır. Buradaki diğer bir sorun ise, kişilerin bu paylaşımlar doğrultusunda kendilerini manevi olarak iyi hissettiklerini belirtmeleridir. Şöyle ki, İslam dini gösteriştense uzak, mütevazı bir dindir. Özellikle yapılan iyilik ve ibadetlerin gizli olmasını savunmaktadır. Bunu da Kuran-ı Kerim’de bulunan Araf ve Maun surelerinde açıkça görebilmekteyiz.

“Rabbinize yalvara yalvara ve gizlice dua edin. Çünkü O, haddi aşanları sevmez” (Araf Suresi 55).

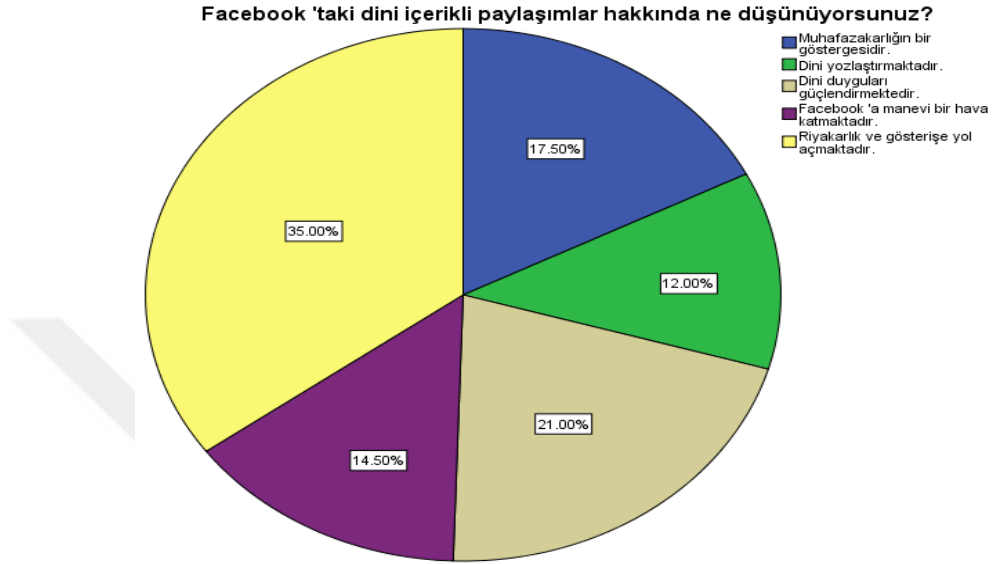
“Sabah akşam demeden, kendi içinden, korkarak ve yalvararak, alçak sesle Rabbinin an ve gafillerden olma” (Araf Suresi 205).

“Rahman ve Rahîm olan Allah’ın adıyla, dini/hesap gününü yalanlayanı gördün mü? İşte o, yetimi şiddetle itip kakar. Yoksulu/muhtacı doyurmayı hiç teşvik etmez. Yazıklar olsun şöyle namaz kılanlara. Ki onlar, kıldıkları namazdan gâfildirler. Onlar, gösteriş için ibadet yaparlar. Onlar, en ufak bir yardımı bile esirgerler” (Maun Suresi ???)

Diğer bir tercih edilen seçenek “Aynı dini, duygu ve düşüncedeki insanların iletişim hâlinde olmasını sağlamak” olmuştur. 40 kişi tarafından tercih edilmiştir. Katılımcıların yüzde 20 oranına denk düşmektedir. Yüzde 13 oranında ise dini paylaşımların İrşat ve tebliğde bulunduğunu düşünen kişiler bulunduğunu görmekteyiz. Az da olsa bu paylaşımlar doğrultusunda sevap işlediğini düşünen kişiler de bulunmaktadır. Toplamda 8 kişi yani yüzde 4’lük bir oranda da paylaşım yaparak sevap işlediğini belirten bir grup bulunmaktadır.

Soru 3: Facebook'taki dini içerikli paylaşımlar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bir önceki soruda öz duygu durumları hakkında görüşleri sorulan katılımcıların bu kez bu paylaşımların sosyal medyada varlığı hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi hedeflendi.



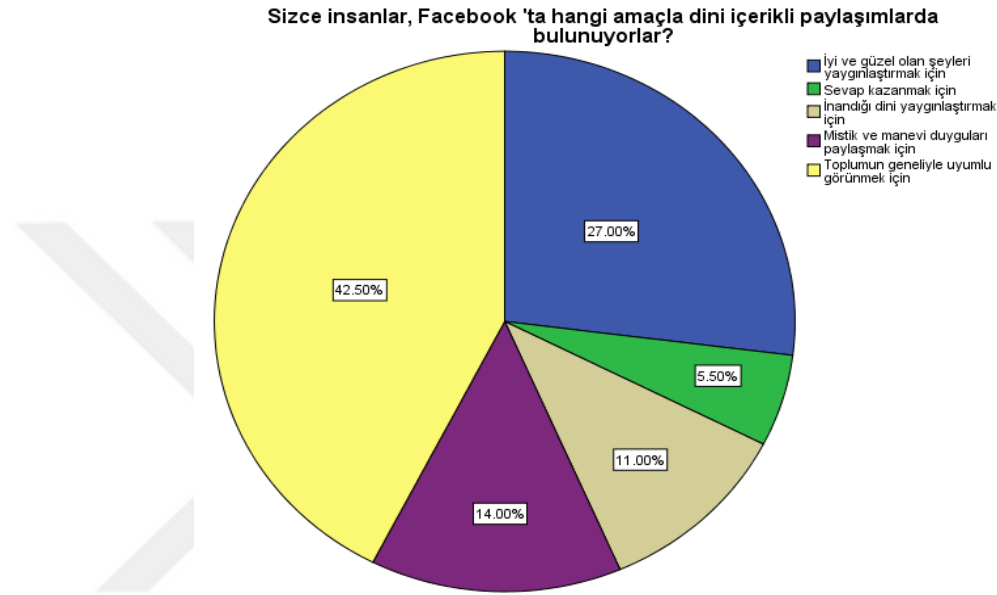
3. Grafik: Dini paylaşımlar hakkındaki genel düşünceler

Anketteki üçüncü soru Facebook'taki dini içerikli paylaşımlar hakkında katılımcıların ne düşündüklerini sorgulamak üzere oluşturuldu. Bu soru için en çok tercih edilen cevap 70 kişinin tercihi ile “Riyakârılık ve gösterişe yol açmaktadır” seçeneği olmuştur. Yüzde 35’lik bir orana karşılık gelmektedir. Aslında cevap seçeneği, tahminler doğrultusundadır. Ancak önceki soruya verilen cevaplar göz önünde bulundurulduğunda bu soruya en çok verilen cevap kafalarda soru işareti oluşturmaktadır. Çünkü önceki soruda dini paylaşımda bulunmak kişilere dini inançlarını özgürce yaşama olanağı sunduğu cevabı en çok tercih edilen seçenektir. Katılımcılar bu özgürce paylaşımda bulunma durumlarına rağmen, dini içerikli paylaşımlar hakkında da olumsuz tutum sergilemektedir. Burada Festinger’in bilişsel çelişki kuramına atıf yapmamız doğru olacaktır. Bireylerin yaptıkları davranışlar ile düşüncelerinin tutarlı olması gerekmektedir. Aksi hâlde bir çelişkiye düşerek, psikolojik olarak sorun yaşamaktadırlar. Tam da bu noktada bireylerin paylaşımlar hakkında olumsuz düşünce beslediği, ancak bu paylaşımlarda bulunmanın kişilere olumlu bir durum sağladığı yönünde pozitif tutumları olduğu görülmektedir. Bu soruya yüksek oranda verilen diğer

cevap ise dini duyguları güçlendirdiğidir. Burada da yine bir tezatlık söz konusudur. Katılımcıların yüzde 21'i bu paylaşımların dini duyguları güçlendirdiğini düşünmektedir. Dini paylaşımda bulunan kişi sayısı 67 kişi ve bu seçeneği tercih edenlerin sayısının da 42 kişi olduğu görülmektedir. Bu durumda çoğunlukla dini paylaşımda bulunduğunu söyleyen insanların bu seçeneği tercih ettiği düşünülebilir. Bu soru için verilen cevaplardan en çok dikkat çeken seçenek, dini paylaşımların Facebook'a manevi bir hava kattığını düşünen katılımcı oranıdır. Kitle iletişim araçları, yenedünya düzeni çerçevesi içerisinde özellikle muhafazakâr çevrelerce “Gâvur icadı teknoloji” olarak adlandırılmaktadır. Hatta zaman zaman “Müslümanlar neden bunu kullanıyor? Bütün bunlardan şehvet akıyor, günaha teşvik ediliyor” söylemleri ile karşılaşilmektedir. Buna rağmen yüzde 14,5'lik bir kısım dini sembol ve söylemlerin bu teknolojiye aktarılmasını, manevi bir hava katılması olarak yorumlamaktadır. Yüzde 17,5'lik kesim ise bu paylaşımların muhafazakârlığın bir göstergesi olduğunu belirtmiştir. Daha önce de belirttiğimiz gibi iman, inanç ve ibadetler gösteriştan uzak olmalıdır. Ancak bu paylaşımlar ile kişiler muhafazakârlıklarını temsil ettikleri alan olarak Facebook hesaplarını kullanmaktadır. Bu noktada, din kavramının insanların kendilerini tanımlamakta kullandıkları en önemli referans kaynaklarından biri olduğunu bir kez daha görmekteyiz. Yüzde 12 oranında dini yozlaştırdığına dair görüş bildiren kesim bulunmaktadır.

Soru 4: Sizce insanlar, Facebook'ta hangi amaçla dini içerikli paylaşımlarda bulunuyorlar?

Bu paylaşımlarda bulunan insanlar hakkında diğer bireylerin ne düşündüğünü öğrenmek amaçlandı. Bunun sebebi ise kişilerin kendi yaptıkları davranışlar hakkında olumsuz görüş bildirmemesi ancak bir başkası için rahatlıkla gerçek görüşünü aksetmesidir.



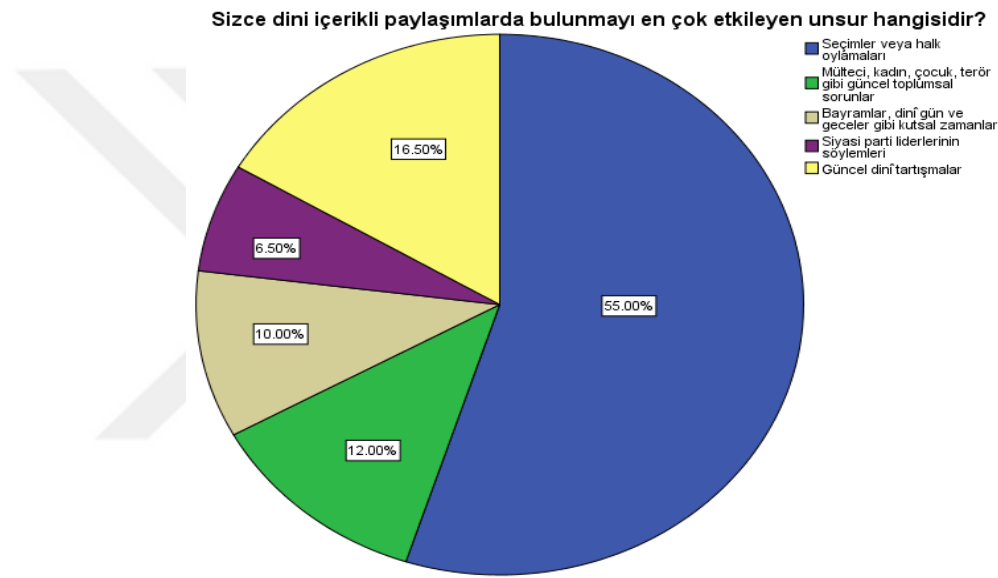
4. Grafik: Dini paylaşımda bulunma amaçları

Cevap seçenekleri arasında yüksek oranla toplumun geneliyle uyum içerisinde görünmek şıkkı tercih edilmiştir. Yüzde 42,5 oranında yani 85 kişi bu cevabı vermiştir. Aristoteles'in Zoon Politikon felsefesinde dediği gibi insan toplumsal bir varlıktır. Toplum içerisinde yer almak, saygınlık görmek ve uyum hâlinde olmak ister. Din kavramının da bireylere toplumda statü kazandırdığı bilinen bir gerçektir ve bu soru ile birlikte bu durumun kanıtı daha da güçlenmektedir. Diğer bir en çok tercih edilen seçenek yüzde 27 oranıyla 'iyi ve güzel olan şeyleri yaygınlaştırmak' amaçlı olduğudur. Karl Marx'ın da dediği gibi din, toplumların afyonudur. Toplumlari dengede tutan, suçtan uzaklaştıran bazen yazılı bazen yazısız kanunları içeren bir nevi kültürü oluşturan bir sistemdir. Örgütlü ve sistemli bir düzenektir. Bu durumda dinin iyiye ve güzele yönlendirdiği görüşü hâkimdir. İnsanların bu amaçla paylaşımlarda bulunması olumlu bir durumdur. Ancak yine de daha önceki sorularda bu iyi ve güzel olan paylaşımların riyakârlık şeklinde aksedildiği de unutulmamalıdır. Yüzde 5,5'lik kesim sevap kazanmak için bunu yaptığını belirtmiştir. Ancak İslam dininde böyle bir sevap

olduğuna dair herhangi bir hadis bulunmamaktadır. Mistik ve manevi duyguları paylaşmak amacı besleyen insanların oranı yüzde 14'dür. Yüzde 11'lik oran ise bu paylaşımlar sayesinde inandığı dini yayınlattığını düşünmektedir.

Soru 5: Sizce dini içerikli paylaşımlarda bulunmayı en çok etkileyen unsur hangisidir?

Bu soru ile hedeflenen amaç, bireyleri dini içerikli paylaşımlar yapmaya yönlendiren asıl sebebin ne olduğunu öğrenmektir.



5. Grafik: Dini içerikli paylaşımda bulunmayı etkileyen unsurlar

Paylaşımda bulunmayı en çok etkileyen unsur olarak çok yüksek oran ile seçimler ve halk oylamaları seçeneği tercih edilmiştir. Katılımcıların yüzde 55'i yani 100 kişisi paylaşımda bulunma sebebi olarak seçimleri görmektedir. Bu durumda etkili faktör olarak hükümet güç unsurudur. Daha önce de belirttiğimiz gibi insanlar toplumda yer edinmek için bazı kavramları ve oluşumları kullanmaktadırlar. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da gücünün yanında yer almak isterler. Güç beraberinde ekonomik güvence ve statüyü de getirmektedir.

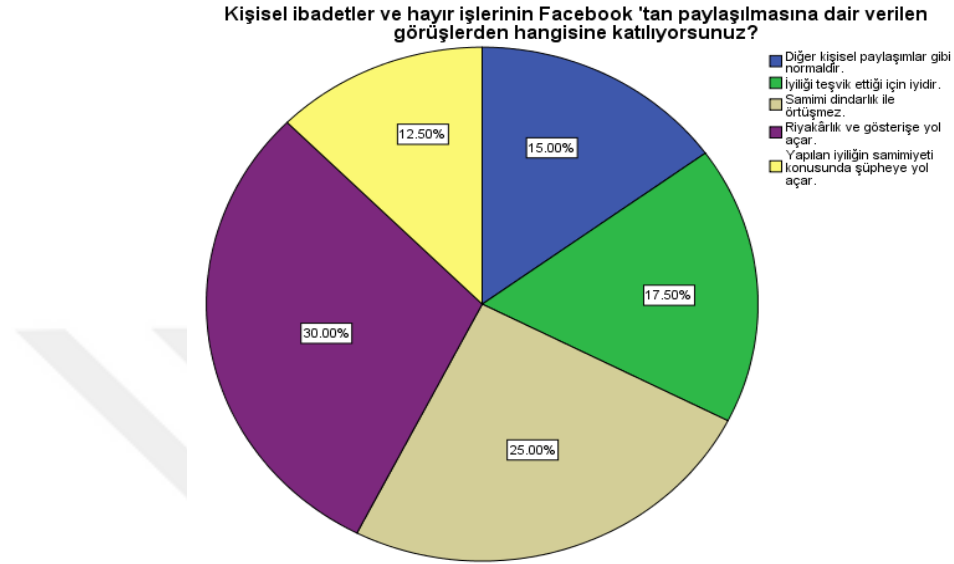
Maslow'un temel ihtiyaçlar hiyerarşisinin en alt segmentinde belirtildiği gibi yeme, içme, barınma ve cinsellik kişilerin fizyolojik ihtiyaçlarıdır. Yani olmazsa olmazlarıdır. Güç kaygısının temelinde de insanın var olması ile ilişkili olan hayatta kalma endişesidir. Yani güç isteminin ardında hayatta kalmak için gerekli olan korunma,

barınma ve yeme-içme ihtiyaçları bulunur. Bunlar da günümüz şartlarında tamamen maddi olanaklarla ilişkili durumlardır. Bu ihtiyaçlar karşılanmadığı takdirde kişi bir sonraki aşamalara geçemez. Sevgi, ait olma, aile kurma, değer ve kendini gerçekleştirme aşamalarına geçebilmesi için öncelikle maddiyata bağlı olan bu durumu aşması gerekmektedir. Tüm bu gereksinimler sonucunda görmekteyiz ki devlet güçtür.

Devlet kavramının yürütücüsü olan hükümetlerin oluşum süreçlerinde bireyler etkilidir. Bu doğrultuda hükümet, güçtür. Güç, bireye maddi ve manevi olanaklar sunmaktadır. Bu sebeple de bireyler seçimler ve halk oylamaları esnasında hükümetin politikaları ve değer yargıları doğrultusunda hareket etmektedir. Dini paylaşımları etkileyen en önemli unsur olarak da bu anket sonucunda bu durum bir gösterge olarak meydana çıkmaktadır. Yüzde 55'lik oranın ardından, yüzde 16,5'lik oran ile diğer bir tetikleyici unsurun güncel dini tartışmalar olduğunu görmekteyiz. Yine bu noktada medyanın 4. Kuvvet oluşu, George Gerbner'in da gündem oluşturma kuramında belirttiği gibi medyanın kamuoyu oluşturmada ne kadar etkili olduğunu görmekteyiz. Yüzde 12'lik oranda tetikleyici unsur olarak mülteci, kadın, çocuk, terör gibi güncel toplumsal sorunlar görülmektedir. Yüzde 10'luk kesim de bayramlar, dini gün ve geceler gibi kutsal zamanların etkili olduğunu düşünmektedir. Yüzde 6,5'lik kesim ise siyasi parti liderlerinin etkili olduğunu düşünmektedir. Böylelikle paylaşımlarda siyasi parti liderlerinin çok fazla etki göstermediğini buradan çıkarmamız mümkündür.

Soru 6: Kişisel ibadetler ve hayır işlerinin Facebook'tan paylaşılmasına dair verilen görüşlerden hangisine katılıyorsunuz?

Din, inanç ve iman algısının gizli kalmasını ve gösterişe sebebiyet vermemesini hedef alan bir olgudur. Yaşayış formlarımızı değiştiren sosyal medya ile birlikte bu hassasiyetin de nasıl bir yapı bozumuna uğradığı görülmek istendi.



6. Grafik: İbadet ve hayır işlerinin Facebook'ta yayılması hakkındaki görüşler

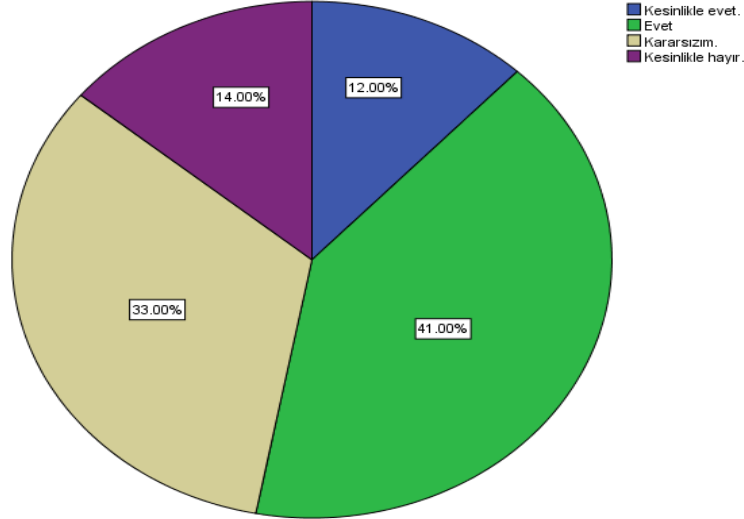
Kişisel ibadetler ve hayır işlerinin Facebook'tan paylaşılmasına dair verilen görüşlerden hangisine katılıyorsunuz sorusu, anket içerisinde bulunan üçüncü soru ile kişilerin çelişkiye düşüp düşmeyeceğini kontrol etmek üzere hazırlanmıştır. Üçüncü soruda 70 kişi riyakârlık ve gösterişe yol açma şikkını tercih etmişken bu soruda 60 kişi bu cevabın tercihinde bulunmuştur. 50 kişi samimi dindarlık ile örtüşmediğini söylemektedir. Böylelikle toplamda 110 kişi yani yüzde 55'lik kısmın bu duruma olumsuz baktığını bu sorudan görebilmekteyiz. Ancak üçüncü soruda yüzde 53'lük bir oran olumlu görüş bildirmiştir.

Bu noktada bireylerin kendi içlerinde çelişki yaşadığı görülmektedir. Yüzde 17,5'lik kesim paylaşımların iyiliği teşvik ettiğini söyler. Katılımcıların yüzde 15'i bu paylaşımları olağan karşılamaktadır. Yüzde 12,5'lik oran da yapılan iyiliğin samimiyeti konusunda şüphe oluşturduğunu düşünmektedir.

Soru 7: Sizce dini içerikli paylaşımların, diğer kullanıcılar üzerinde manevi bir etkisi var mıdır?

Din maneviyat temellidir. Bu sebeple de yapılan icraatın özü ile ilişkisi olup olmadığını anlamak hedeflendi.

Sizce dini içerikli paylaşımlar, diğer kullanıcılar üzerinde manevi bir etkisi var mıdır?

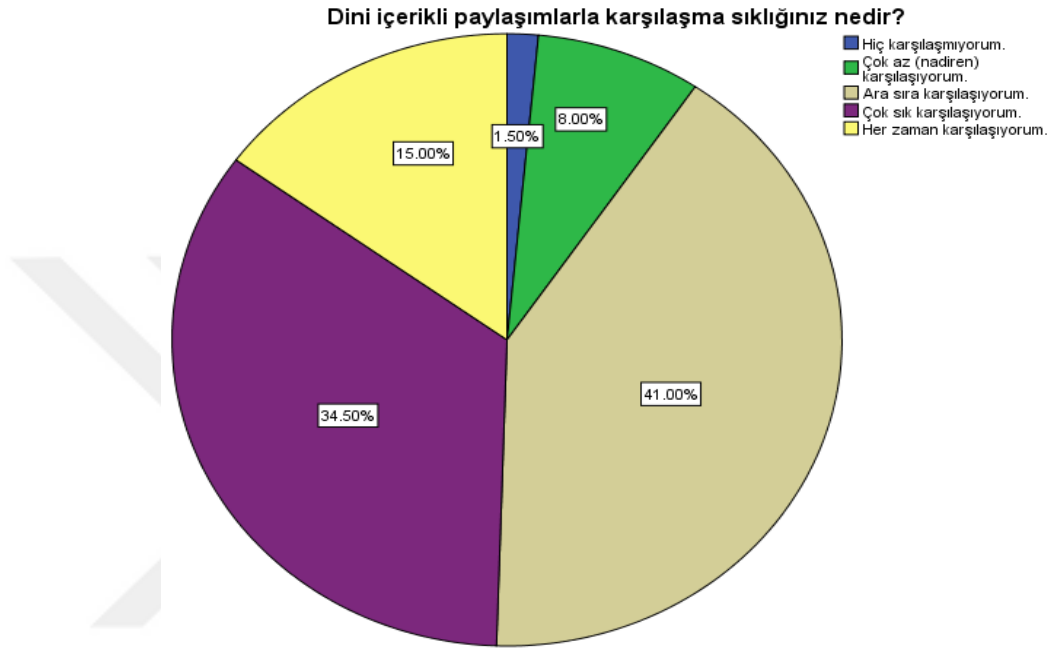


7. Grafik: Paylaşımların diğer kullanıcılar üzerindeki manevi etkileri

Bu soruya yüzde 41 oranında evet cevabı alınmıştır. Böylelikle kişiler yapılan paylaşımların diğer kullanıcılar üzerinde olumlu, manevi bir hava oluşturduğunu düşünmektedir. Ancak daha önceki sorularımızda kişilerin bu durumu gösteriş ve riyakârlık olarak gördüğü, sadece toplumun geneli ile uyumlu görünmek için bu paylaşımda bulunulduğu ile karşılaşmıştır. Yüzde 33'lük oran ise kararsız kaldığını belirtmiştir. Yüzde 14 oranında ise kesinlikle manevi hava katmadığını düşünüp, hayır diyen kitle bulunmaktadır.

Soru 8: Dini içerikli paylaşımlarla karşılaşma sıklığınız nedir?

Bu soru itibariyle artık katılımcılara direkt sorular sorulmak yerine onların gerçek düşüncelerine ulaşmak için farklı açılardan sorular sorulmaya başlandı. Yüksek oranda paylaşmadığını ifade eden katılımcı oranına rağmen sosyal medyada bunlar ile etkileşimde bulunma durumu gözlemlendi.



8. Grafik: Kullanıcıların dini içerikli paylaşımlarla karşılaşma oranları

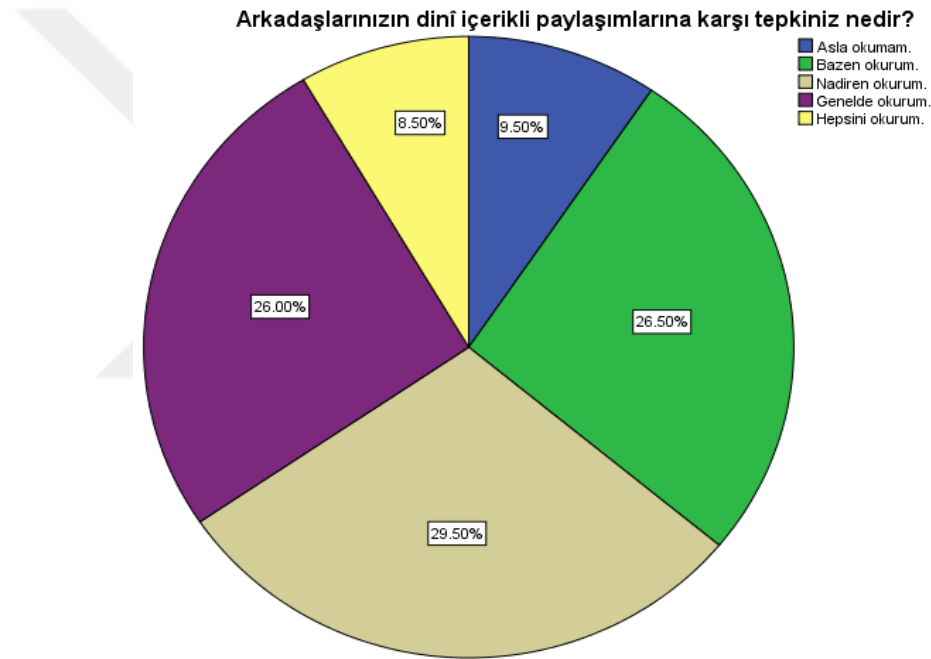
Yüksek oranda ‘ara sıra karşılaşıyorum’ ile ‘Çok sık karşılaşıyorum’ cevapları verilmiştir. Bu durumda toplamda yüzde 75,5’lik kesimin dini içerikli paylaşım ile sıkça karşılaştığını söylememiz mümkündür. Öyleyse anketimizin ilk sorusunda ‘hayır’ cevabını veren kitleye karşı, daha yüksek bir oranda bu durumla karşılaşan kişi sayısını görmekteyiz. Öyleyse bu durumda iki olasılık karşımıza çıkmaktadır. Bunların ilki, kişiler ya paylaştıkları gönderilen dini içerikli olduğunu düşünmemekte ancak gerçekte bu paylaşımlar dini içerikli olmakta, ya da paylaşımda bulunduğunu reddeden bireylerin arkadaş listesinde sıkça dini paylaşım yapan bireyler bulunmaktadır. Bu durumda birey her ne kadar paylaşımlar hakkında olumsuz düşüncede bulunsun da buna sıkça maruz kalarak, bunu yapan kişilerle aynı çevre bünyesinde bulunmaktadır. Yüzde 15’lik alan her zaman karşılaştığını belirtmiştir.

Yüzde 8’lik kesim çok az karşılaştığını, yüzde 1,5’lik kesim de hiç karşılaşmadığını dile getirmiştir. Katılımcıların belirli özellikler doğrultusunda belirtmiştik. Katılımcılar

arasında herhangi bir dini inancı bulunmayan veya deist olduğunu ifade eden bireylerde bulunmaktadır. Bu durumda bu sonuçlardan anlamaktayız ki hiç karşılaşmadığını dile getiren bu 8 kişi, hiç dini paylaşımda bulunmayan kesimden olup ayrıca kendi sosyal hesaplarında dini paylaşım yapan kişilere de yer vermemektedir.

Soru 9: Arkadaşlarınızın dini içerikli paylaşımlarına karşı tepkiniz nedir?

Bu soruda hiç paylaşım yapmadığını ve bu paylaşımları samimi bulmadığını belirten katılımcıların bu paylaşımlara karşı olan tepkileri ve okuma oranları anlaşılmaya çalışıldı.



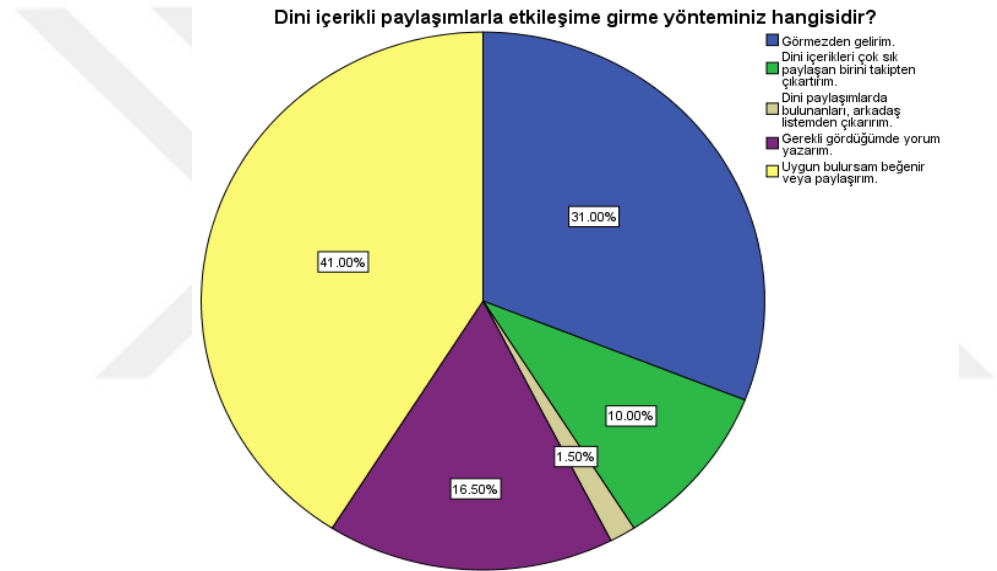
9. Grafik: Paylaşımda bulunanlara karşı tepki durumları

Anketimizin ilk sorusunda yüksek oranda almış olduğumuz “dini paylaşımda bulunmuyorum” cevabına karşıt olarak bu soruda en az alınan cevabın “asla okumam” oluşu, bireylerin yaptıkları paylaşımların içeriklerini tanımlama konusunda farkındalık sahibi olmadıklarının ispatı niteliği taşımaktadır. Çünkü bireyler günümüzde bu paylaşımları o kadar olağanlaştırmış ve maneviyatından uzaklaştırarak günlük hayatlarının bir parçası haline getirmişlerdir ki paylaşımlarının içeriğinin dini olduğunu dahi fark etmemektedirler. Bu sebeple bu sonuç doğrultusunda bireyler hiç paylaşımda bulunmadıklarını söyleseler de bu tarz paylaşımlar ile nadiren de olsa etkileşime

girmektedirler. Genelde okurum ve nadiren okurum cevaplarının da katılımcıların yarısına tekabül ettiği göz önüne alındığında katılımcıların her ne kadar dini içerikli paylaşımlarda bulunmasalar da bulunmadığını ifade eden kişilerin de yüksek oranda çoğunluğu bu içerikleri okumaktadır.

Soru 10: Dini içerikli paylaşımlarla etkileşime girme yönteminiz hangisidir?

Genel olarak yüksek oranda bu paylaşımlara karşı olumsuz yaklaşım bildiren katılımcıların, bu soru ile birlikte paylaşımlara karşı tepki verip vermedikleri anlaşılmaya çalışıldı.



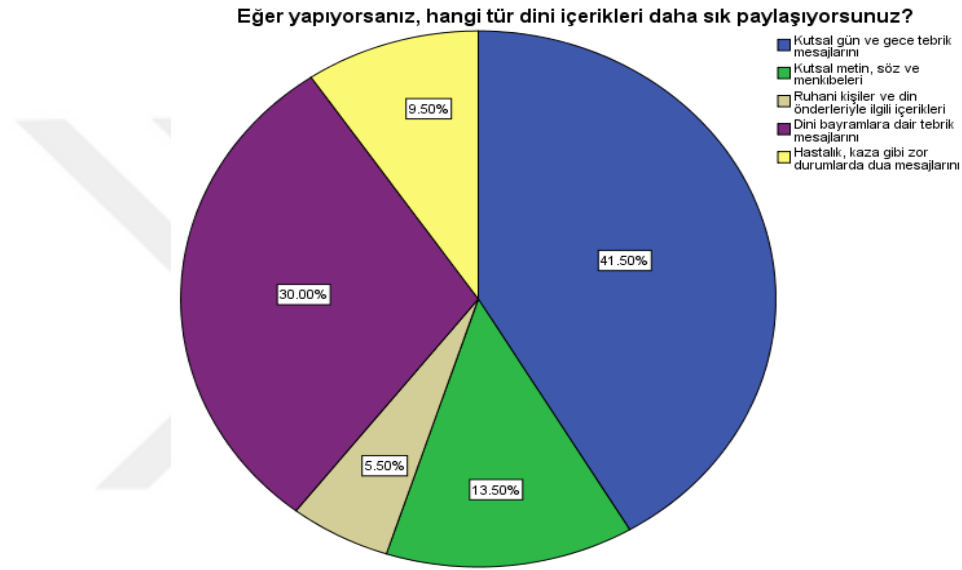
10. Grafik: Paylaşımlarla etkileşime girme yöntemleri

Bu soru ile katılımcıların karşılaştıkları dini paylaşımlar ile nasıl etkileşime girdiklerini anlamaya çalıştık. Katılımcıların yüksek oranda beğendikleri takdirde iletiyi yeniden paylaştıklarını veya yorum yaptıklarını belirttiğini görüyoruz. Yani gönderi hakkında düşünüp, görüş bildirdiğini anlamaktayız. Yüzde 10'luk dilim ise dini içerikli paylaşımlarda çok sık bulunan kişiyi takipten çıkardığını belirtmiştir. Bu cevabı veren kişilerin yine katılımcılar arasında bulunan ateist veya deist insanlarca oluştuğunu söylememiz mümkündür. Anketimizin ilk sorusunda alınan hayır cevaplarının ardından bu soru ile katılımcıların yarısına yakın bir oranın beğendiği takdirde bu paylaşımları kendisinin de paylaşabileceği görülmüştür. Çok az bir kesim bu paylaşımları yapanları arkadaşlık listesinden çıkaracağını söylemiştir. Bu kesimin bir önceki soruda asla okumam diyen katılımcılar ile aynı kişiler olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yine bu

kişilerin dini görüş olarak ateist veya deist oldukları da tahmin edilmektedir. Bu veriler doğrultusunda cevaplar arasında tutarlılık sağlandığı görülmektedir.

Soru 11: Eğer yapıyorsanız, hangi tür dini içerikleri daha sık paylaşıyorsunuz?

Katılımcıların paylaşımda bulundukları takdirde, içerik olarak hangi türü tercih ettikleri sorgulandı.



11. Grafik: Paylaşım içerik türleri

Ankette bulunan bu soru beşinci soru ile paralel olarak hazırlanmıştır. Beşinci soruda dini paylaşımda bulunmayı tetikleyen en önemli sebebin halk oylamaları ve seçimler olduğu belirtilmişti. Ancak hangi tür dini içerikleri daha sık paylaşıyorsunuz sorusuna verilen en çok cevap ise 41,5 oranı ile kutsal gün ve gece tebrik mesajları olmuştur. Yüzde 30 oranında ise dini bayramlara dair tebrik mesajları cevabı alınmıştır. Bu durumda yüzde 71,5’lik oranda dini gün, gece ve bayramların paylaşımlara sebebiyet verdiğini görmekteyiz. Bu oran kişi sayısı olarak 143 kişiye tekabül etmektedir.

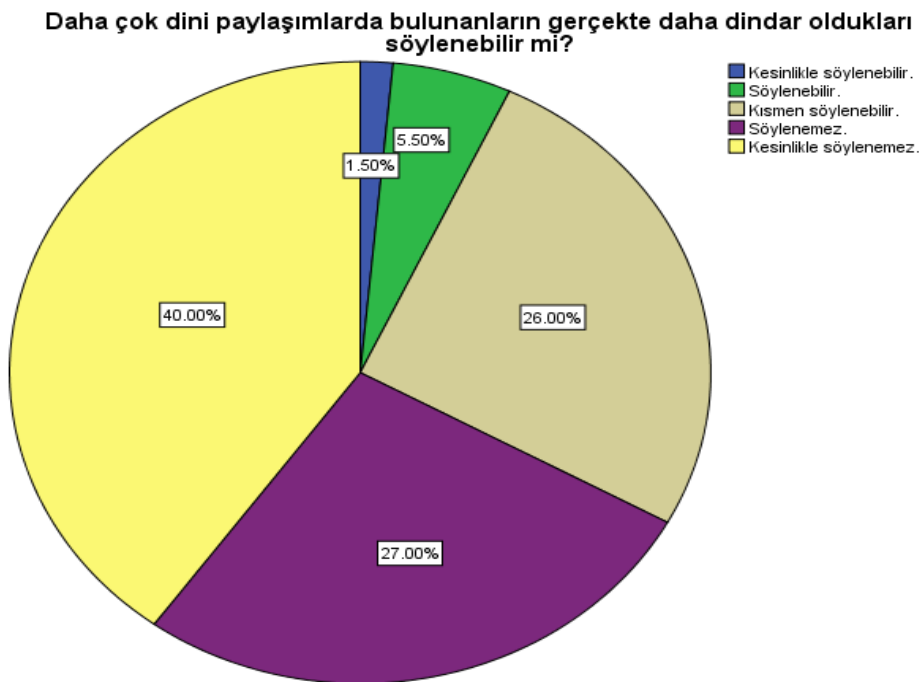
Ancak anketimizin başında dini paylaşım yaptığını söyleyen 67 kişi bulunmaktadır. Böylece kişilerin yaptığı paylaşımın dini içerikli olduğunun farkında olmadığı görüşümüz bu soruya erilen cevaplar doğrultusunda da desteklenmektedir. Cevapları

incelediğimiz dini önder veya ruhani kişi söylemlerinin etkisinin paylaşım oranlarında çok da fazla etkili olmadığını göstermektedir.

Yüzde 9,5’lik kesim paylaşımlarında hastalık, kaza gibi zor durumlarda dua mesajlarının etkili olduğunu söylemektedir. Bu durumun da insanların zor durumda kaldıklarında inanç sistemlerinin arkasına saklanmaları ihtiyacından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Çünkü bilindiği gibi özellikle İslam dinine mensup insanlarda kadercilik anlayışı oldukça güçlüdür. Böyle durumlarda da ellerinden bir şey gelmeyeceğini düşündüklerinde dua edip, tevekkül ederler. Bu durumda da içsel dışavurumlarını kitlelere bildirmek için sosyal medyayı kullanmaktadırlar.

Soru 12: Daha çok dini paylaşımlarda bulunanların gerçekte de daha dindar oldukları söylenebilir mi?

Yapılan paylaşımların yaşam dünyası ile ilişkisi olup olmadığını anlamak amacıyla soruldu.



12. Grafik: Paylaşımda bulunanlar hakkındaki dindar olma görüşleri

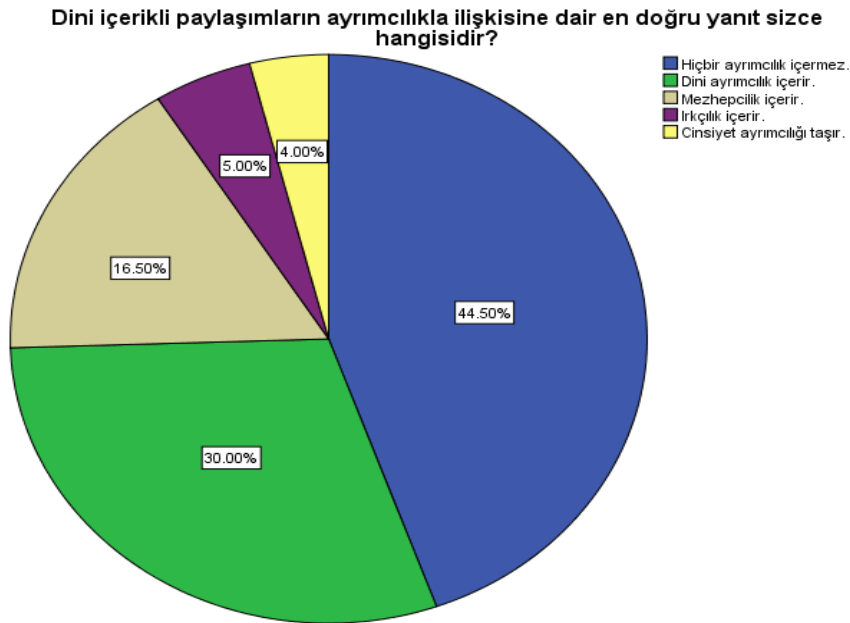
Anketimizde bulunan bu soru üçüncü soru ile benzerlik içerisindedir. Bu soruda dini paylaşımda bulunanlar hakkında dindar oldukları görüşü olup olmadığı anlaşılmaya

çalışılmıştır. Soruya verilen cevap ilginç bir şekilde yüzde 40 oranında ‘kesinlikle söylenemez’ olmuştur. İlginç olan ise şudur ki; üçüncü soruda katılımcıların yüzde 17,5’lik kesiminin muhafazakârlığın göstergesi olarak dini paylaşımları görmesidir.

Yine 21 ve yüzde 14,5’lik kısım paylaşımlar hakkında olumlu görüş bildirmiştir. Ancak bu soruda sadece yüzde 33’lük kesim olumlu yanıt vermiştir. Böylelikle iki sorunun cevaplarını karşılaştırdığımızda kişilerin aslında genel olarak bu paylaşımlarda bulunan kişiler hakkında dindarlık görüşü beslemediğini söylememiz mümkündür. Ancak detaylara girilmeye çalışılıp irdelendiğinde kişilerin görüşlerini değiştirip, egemen güçlerin etkisi ve yaşam, güç, statü kaygıları doğrultusunda farklı düşünceler lanse ettikleri görülmektedir.

Soru 13: Dini içerikli paylaşımların ayrımcılıkla ilişkisine dair en doğru yanıt sizce hangisidir?

Bu soruda dini paylaşımların ayrımcılık unsuru içerip içermediği saptanmıştır.



13. Grafik: Paylaşımların ayrımcılık ile ilişkisi

Bilindiği gibi din kavramının hem bütünleştirici hem de ayrıştırıcı etkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda bakıldığında dini görüş, düşünce ve sembollerin paylaşımında özgürlükçü bir ortam sunulması birleştirici bir güç oluştursa da

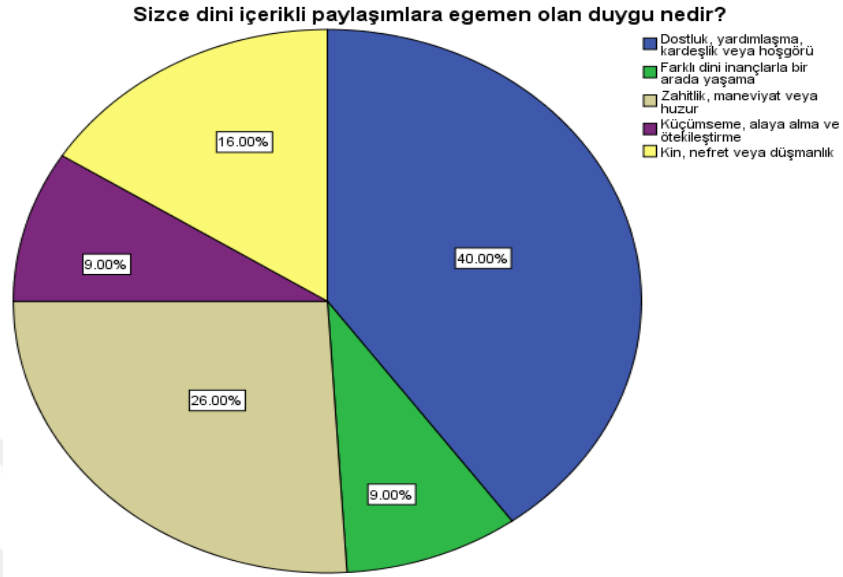
ayrımcılığa da sebebiyet verebilecek sonuçlar doğurabilir niteliktedir. Anket içerisine eklediğimiz bu soruda kişilerin bu paylaşımlar ile ayrımcılık duygusu arasında bir bağlantı kurup kurmadıklarını anlamaya çalıştık. Yüzde 44,5 oranında hiçbir ayrım içermediği görüşü bulunmaktadır. Yine tam karşıt olarak yakın oranda dini ayrımcılık içerdiği cevabı alınmıştır. Yüzde 16,5 oranında mezhepçilik içerdiği görüşü vardır. Bu noktada bir sorun daha karşımıza çıkmaktadır. Dünya üzerinde dinler savaşı olduğu kadar, mezhep sorunu da yer almaktadır. Bireyler aynı din bünyesinde birleşseler de mezhepler konusunda oldukça ters düşmekte hatta ülkeler arasında iç karışıklık veya çatışmalar doğuran bir konu hâline gelmektedir. Özellikle de İslam dini bünyesinde mezhep çatışması yoğun olarak görülmektedir. Bu noktada bu soruya verilen cevaplar daha farklı bir önem arz etmektedir.

Toplamda yüzde 51,5'lik kısım bu paylaşımların dini içerikli bir ayrıma sebebiyet verdiğini belirtmiştir. Yüzde 5'lik kısım da bu paylaşımların ayrıca cinsiyetçi bir ayrımcılık içerdiğini söyler. İslam dini hakkındaki diğer bir tartışma unsuru kadın-erkek ilişkileri ve konumu üzerinedir. Özellikle kadının toplumdaki ve ailedeki konumu sık sık güncel tartışma konusu hâline gelmekte, çoğu zaman bazı kesimlerce İslam dünyasında kadına gereken önemin verilmediği, aksine kadının aşağılandığı görüşü dile getirilmektedir.

Tüm bu durumların sonucu olarak aslında toplamda yüzde 56,5'lik kısmın paylaşımların ayrımcılık yaptığını düşündüğünü söylemek mümkündür.

Soru 14: Sizce dini içerikli paylaşımlara egemen olan duygu nedir?

Bu soruda bireylerin paylaşımlarının temelinde yatan duygu durumu ve amaç öğrenilmiştir.



14. Grafik: Paylaşımlara egemen olan duygular

Dini paylaşımlara egemen olan duygu ne diye sorduğumuzda ise katılımcıların yüzde 40'ı dostluk, yardımlaşma, kardeşlik ve hoşgörü cevabını tercih etmiştir. Din kavramının bütünleştirici etkisi bu oranla desteklenmektedir. Yine yüzde 26'lık kesim ise zahitlik, maneviyat ve huzur demiştir. Daha önce verilen cevaplarda da katılımcılar yüksek oranda paylaşımlar aracılığıyla manevi olarak iyi hissettiklerini söylemişlerdir. Bu doğrultuda sosyal medyadaki dini içerikli paylaşımların kişiler üzerinde manevi olarak iyi duygu ve düşünceler oluşturduğu kanaatine varmamız yanlış olmayacaktır. Ancak küçümsemeyecek orandaki bir kesimin verdiği cevaba da dikkat çekmek gerekmektedir.

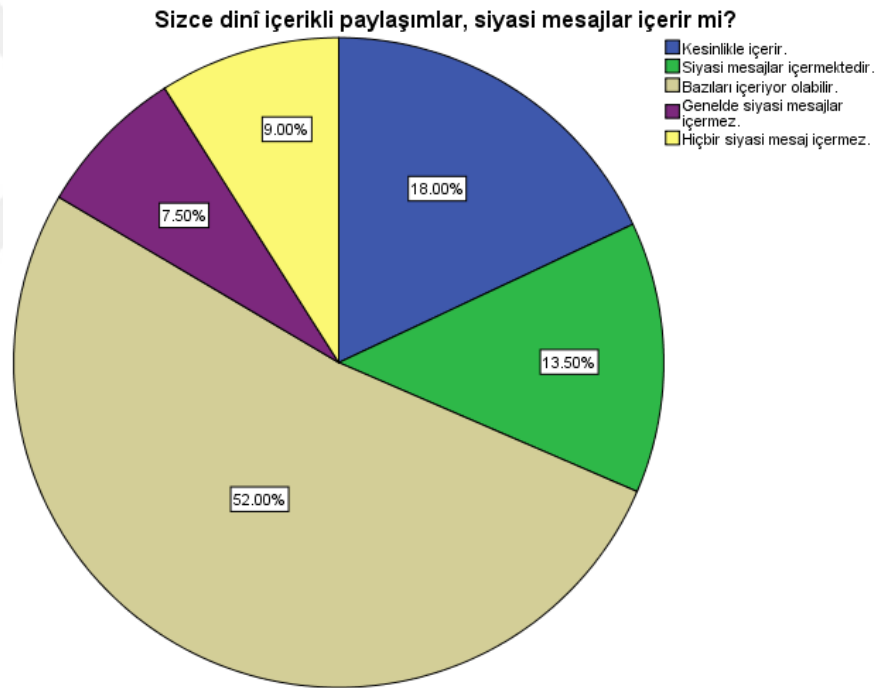
Katılımcıların yüzde 16'sı yani 32 kişisi bu paylaşımların kin, nefret veya düşmanlık duygular içerdiğini söylemektedir. Bir önceki soruda yer alan ayrım içerip içermediği konusundaki analizi, bu soru ile geçerliliğini kanıtlamıştır. Bir diğer değinilmesi gereken cevap ise yüzde 9 oranındaki 'farklı dini inançlar ile bir arada yaşama' seçeneğidir.

Bilindiği gibi Türkiye, Ulus devlet yapısına sahip, ağırlıklı olarak Müslüman coğrafyada yer alan ve kültürüne sahip çıkan bir millete sahiptir. Ancak milleti Müslüman çoğunluk oluştursa da, küçümsemeyecek derece diğer dini inanç mensubu insanları hatta milletleri de topraklarında barındırmaktadır.

Sınır tanımayan bir etkileşim ağı sunan sosyal medya aracılığıyla dini, dili, ırkı ne olursa olsun birçok görüş ve inanç mensubu insan birbiriyle iletişime geçmektedir. Bu ortamda kendi inanç sistemlerini ifade eden, içsel dünyalarının dışavurumlarını gerçekleştiren metin veya mesajları paylaşmaktadırlar. Bu sanal dünyada ateistlikten, seriata kadar neredeyse tüm inanç sistemlerine mensup paylaşımlar yer almaktadır. Bu da farklı dinlere inanan bireylerin birbirleriyle etkileşim hâlinde bulunmalarına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda dinin bütünleştirici etkisi burada sosyal medyanın dinleri bütünleştirici etkisi hâline bürünür.

Soru 15: Sizce dini içerikli paylaşımlar, siyasi mesajlar içerir mi?

Bu soru ile siyaset-din ilişkisi çözümlendi.



15. Grafik: Paylaşımların siyasi mesaj içerme oranları

Ankette yer alan beşinci soruda halkın paylaşımlarını tetikleyen unsur olarak neyin etken olduğu yer almaktaydı. Soru dolaylı olarak sorduğunda, katılımcılar yüzde 55’lik bir oran ile paylaşımlara etki eden unsurun seçimler ve halk oylamaları olduğunu belirtmişlerdir. Buradan da halkın günlük yaşayışlarında, simgesel kullanımlarında güç unsuru olan iktidarın etkisi olduğunu bizlere göstermekteydi.

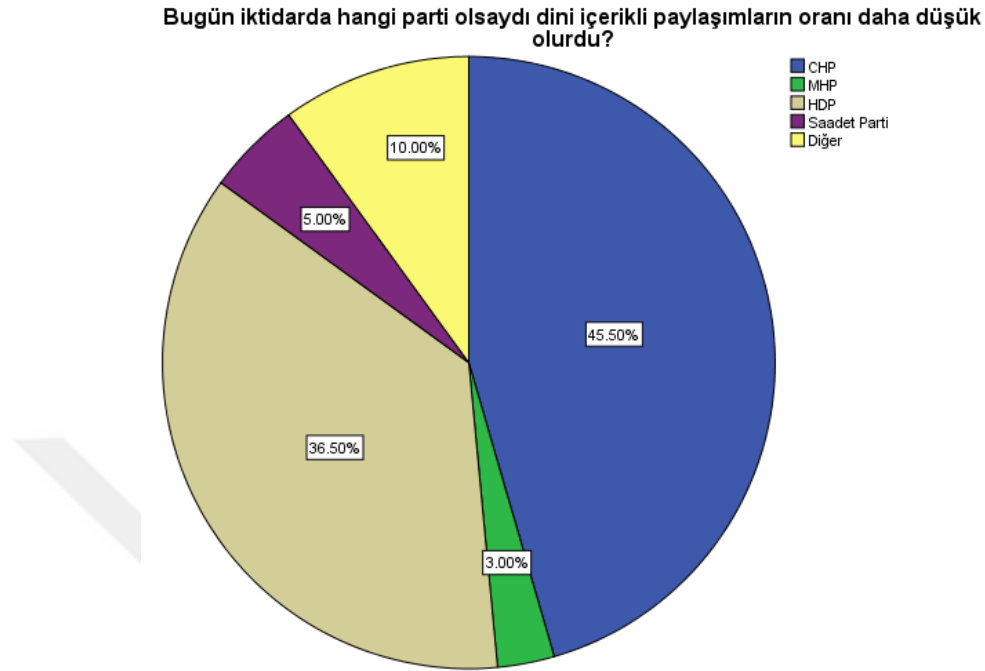
Ankette yer alan bu soru, beşinci sorunun bu cevabında yer alan gizli ayrıntıyı açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Katılımcılara yöneltilen ‘sizce dini içerikli paylaşımlar, siyasi mesajlar içerir mi?’ sorusuna yüzde 52’lik oran ile ‘bazıları içeriyor olabilir’ yanıtı verilmiştir. Yüzde 9’luk kısım hiçbir siyasi mesaj içermediğini, yüzde 7,5’lik kısım ise genelde siyasi mesajlar içermediğini belirtmiştir. Yüzde 18 oranında kesinlikle içerir, yüzde 13,5 oranında ise siyasi mesaj içerir yanıtı alınmıştır. Bu durumda genel olarak yüzde 31,5’lik kısım bu paylaşımların siyasi mesaj içerdiğini düşünmektedir.

Ancak beşinci soru irdelendiğinde yüzde 61,5’lik bir oranda paylaşımların siyasi süreçlerden ve liderlerden etkilendiği görülmektedir. Öyleyse bu hususlar göz önüne alındığında bu sorudaki yüzde 52’lik kısım ile beşinci soruda bulunan ağırlıklı kesimin aynı kişiler tarafından olduğu düşünülmektedir. Bu soruda açıkça bir siyaset-paylaşım ilişkisi sorulduğundan dolayı katılımcıların çekimser yanıt verdiklerini söylemek mümkündür.

Katılımcılar ile yapılan yüz yüze görüşmeler esnasında da direkt düşünce belirtmeleri gereken sorularda çekimser yanıt verdikleri gözlemlenmiştir.

Soru 16: Bugün iktidarda hangi parti olsaydı dini içerikli paylaşımların oranı daha düşük olurdu?

Siyasi partilerin din üzerine etkileri belirlendi.



16. Grafik: Günümüz partileri ve dini paylaşım oranı ilişkisi

Anketimiz bünyesinde yer alan en dikkat çekici ve en çok çekimserlik ve endişe yaratan sorumuz bu soru olmuştur. Özellikle siyasi çekimserliğin yaşandığı son dönemde kişilerde bu soru karşısında gerginlik oluştuğu gözlemlenmiştir. Bu soru ilk olarak okunduğunda kişilerde ‘hangi partiyi destekliyorsunuz’ sorusu algısı yaratmıştır. Ardından soruyu tekrar dikkatli bir şekilde okumaları konusunda katılımcılar uyarılmıştır.

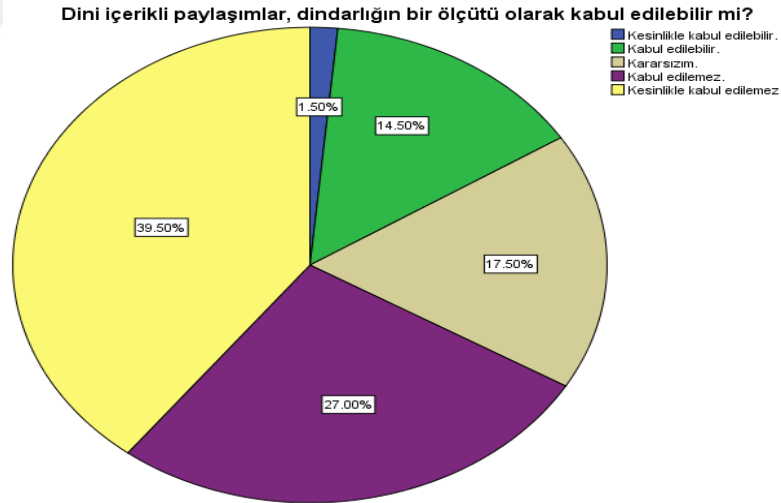
Bu soruya gelen çoğunluklu yanıt, beklenti doğrultusundadır. Katılımcılar yüzde 45,5’lik bir oran ile Cumhuriyet Halk Partisinin (CHP) iktidara gelmesi durumunda sosyal medyada yer alacak dini içerikli paylaşımların oranında azalma olacağını düşünmektedir. Hemen ardından az bir fark olan yüzde 36,5’lik oran ile Halkların Demokratik Partisi(HDP) gelmektedir. HDP ve CHP bilindiği gibi ana muhalefet partileridir. Bu doğrultuda ele alındığında şuan ki iktidar partisinin yönetimden ayrılması durumunda halk, dini inançlarını yaşama konusunda kendilerinin özgürlük alanlarının daralacağı hususunda endişe duymaktadır.

Yüzde 5’lik bir oran cevap olarak Saadet Partisi’ni tercih etmiştir. Kişilerle yapılan görüşmeler esnasında bunun sebebi olarak da Parti’nin aşırı muhafazakâr tutumu yer almaktadır. Şöyle ki Saadet Partisini tercih eden bireylerin bu cevabı tercih etme sebepleri ile CHP ve MHP yanıtını verenlerin gerekçeleri aynı değildir. CHP ve MHP yanıtını verenler, özgürlük alanlarının kısıtlanması ve dini inançlarına yeteri kadar önem ve olanak verilmeyeceği endişesi taşımaktadırlar.

Ancak Saadet Partisi seçeneğini işaretleyen katılımcılar, partinin aşırı muhafazakâr olduğunu bu sebeple de teknolojiye sıcak bakmayacaklarını ve böylelikle paylaşım sayısının düşeceğini ifade etmişlerdir. Yüzde 10’luk bir kesim ise ‘diğer’ seçeneğini tercih etmiştir. Bu seçeneğe açıklama olarak da Türkiye Komünist Partisi(TKP) ile İşçi Partisi(İP)’ni yazmışlardır.

Soru 17: Dini içerikli paylaşımlar, dindarlığın bir ölçütü olarak kabul edilebilir mi?

Dini paylaşımların simgesel mi yaşam dünyasına ait bir özellik mi taşıdığı belirlendi.



17. Grafik: Dini paylaşımların dindarlık ölçütlüğü oranları

Bu çalışmanın temel amacı sosyal medyanın bizi sözde mi dindarlaştırdığı sorusuna yanıt aramaktır. Bu soruda katılımcılara açıkça bu paylaşımların bir dindarlık ölçütü olup olmadığı hakkında görüşleri sunulmuştur. Katılımcılar yüzde 39,5 oranında kesinlikle kabul edilemeyeceği yanıtını vermişlerdir. Bu cevap anket oluşturulurken beklenen oranı karşılar niteliktedir.

Yüzde 27 oranında kabul edilemez, yüzde 17,5 oranında da kararsızım cevabı alınmıştır. Sadece 1,5'lik kısım kesinlikle dindarlık ölçütü olduğu cevabını vermiştir. Yüzde 14,5'lik oranda kabul edilebileceğini söylemiştir.

Öyleyse toplamda yüzde 66,5'lik kısım paylaşımların, dindarlık ölçütü olarak kabul edilemeyeceğini düşünmektedir. Olması beklenen orana sahiptir ve bu cevap olağan özellik taşımaktadır.

Soru 18: Dini içerikli paylaşımlar, kişinin daha dindar görünmesini sağlar mı?

Bu soru bilinçli olarak farklı bir söylem ile yeniden sorulmuştur. Amaç, kişilerin dindar görünmeye dair istemlerini öğrenmektir.



18. Grafik: Din paylaşımlar ile dindar gözükme durumu

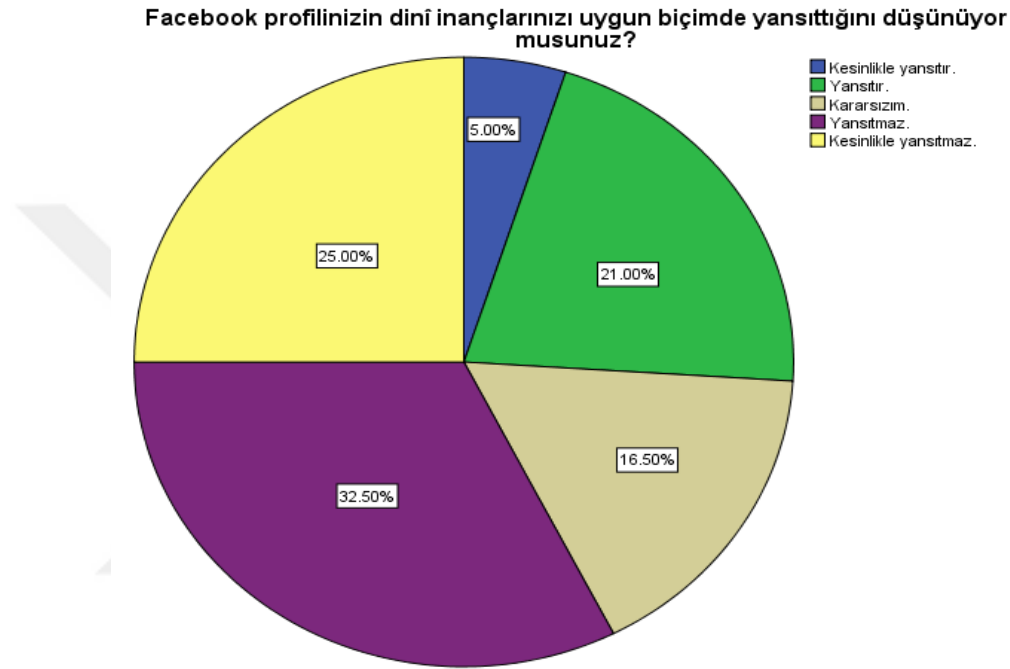
Dindarlık ölçütü olarak kabul edilmeyen paylaşımlar, bu soruda kişiyi daha dindar gösterir mi diye sorgulanmıştır. Yüzde 29,5 oranında kişileri kesinlikle dindar göstermediği görüşünü belirtmişlerdir. Yüzde 22 oranında dindar göstermediği, yüzde 19,5 oranında da emin olmadığı görüşünü işaretlemiştir.

Yüzde 22,5'lik kesim paylaşımların kişileri dindar gösterdiğini, yüzde 6,5'lik kesim ise kesinlikle dindar gösterdiğini belirtmiştir.

Bu durumda genel olarak yüzde 51,5’lik kesim dindar göstermediğini, yüzde 29’luk kesim ise dindar gösterdiğini savunmaktadır.

Soru 19: Facebook profilinizin dini inançlarınızı uygun bir biçimde yansıttığını düşünüyor musunuz?

Katılımcıların paylaşımlarında dini inanç özgürlüklerini yansıtmayı yansıtmadıkları öğrenildi.



19. Grafik: Kişisel profillerin inanç gerçekliği ilişkisi

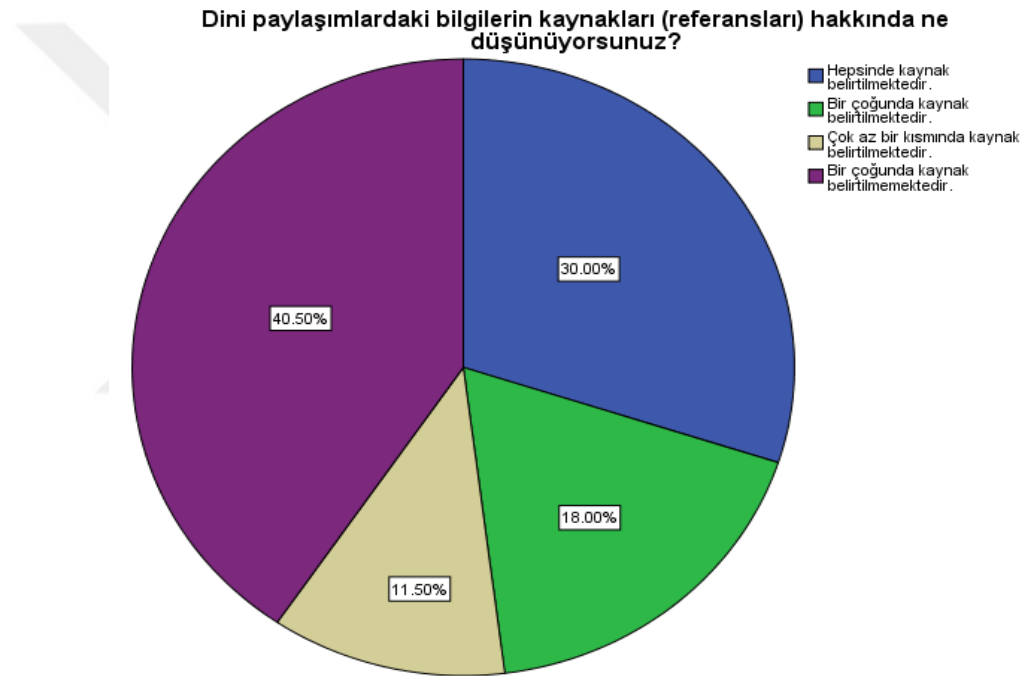
Sosyal medya, bireylere etkileşim özelliği sunması ile birlikte sınırlı alanda sınırsız özgürlüğe sahip olduğu görüşüne de inandırmaktadır. Bu doğrultuda bireyler, kendi alanlarında özgür olduklarını düşünürken, kendileri hakkında daha çok kişisel bilgi ve veri paylaşmaktadırlar. Bu durumda onlara sanal bir dünyada sanal mutluluk ve sanal bir kimlik sunmaktadır.

Bireyler kendi alanlarında görünmek istedikleri karakter ve kişiliğe uygun paylaşımlarda bulunmaktadır. Yani her şey bu sanal dünyada kendi ellerindedir. Ankette yer alan bu soruya yüzde 32,5’lik oranla yansıtmaz cevabı verilmiştir. Yüzde 25 oranında da kesinlikle yansıtmaz cevabı hemen ardından gelmektedir. Bu durumda yüzde 57 oranında yansıtmadığı görüşü hâkimdir. Sanal dünyada kişilerin sahibi olduğu alanlarda ne paylaştıklarına kendileri karar vermektedir. Ancak böyle olmasına rağmen yine de inançlarını uygun biçimde yansıtmadıklarını söylemektedirler.

Bu durumda kişilerde bilişsel çelişki olduğu söylenebilir. Kişiler kendi yaptıkları paylaşımlara dahi güven duymamakta ya da kendilerini doğru ifade edecek paylaşımlarda bulunamamaktadırlar. Yüzde 21’lik kısım yansıttığını, yüzde 5’lik oran da kesinlikle yansıttığını belirtmiştir.

Soru 20: Dini paylaşımlardaki bilgilerin kaynakları(referansları) hakkında ne düşünüyorsunuz?

Yapılan paylaşımlardaki dini tutum, düşünce, yargı ve bilgilerin resmi bir dayanağı olup olmadığı belirlendi.



20. Grafik: Dini paylaşımlarda kaynak gösterme oranları

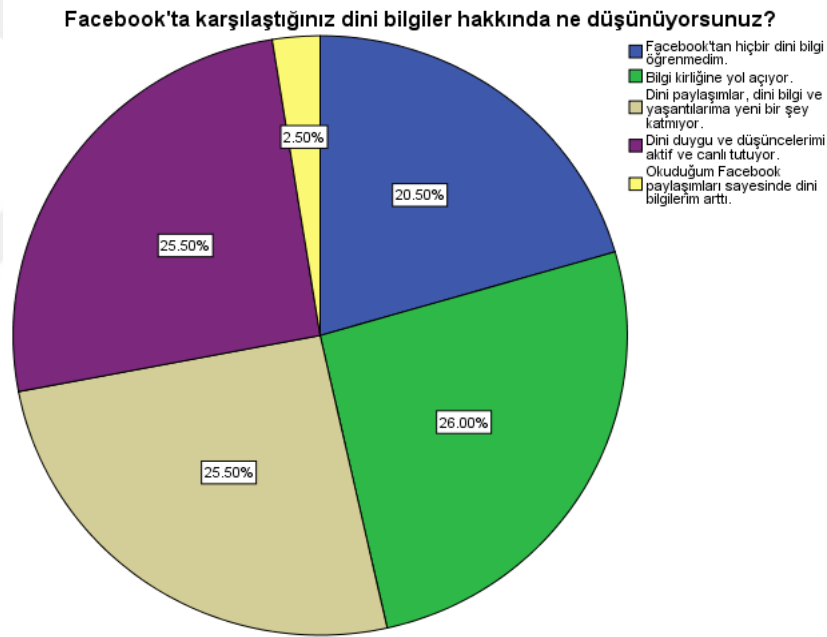
İnternet teknolojilerinde yer alan enformasyonların temel sorunsallarından biri doğruluğun teyit edilememesidir. Yer alan haberler, açıklamalar, tanımlamalar daimi olarak bir kaynak içermek zorundadır. Kaynak olmadığı takdirde doğruluğu bilinmemektedir. Ancak özellikle web 2,0 dönemi ile birlikte bu bilinmezlik durumu ortaya çıkmaktadır. Çünkü bilginin doğruluğu teyit edilememektedir. Özellikle din kavramı yoruma ve değiştirilmeye oldukça yatkın bir alandır. Bu dört büyük dinin kendine ait kutsal kitapları olmasına rağmen, inanan insanların birçoğu bizzat kitaptan

okumak yerine inanç sistemlerinin gereklerini ve kıstaslarını internet üzerinden veya çevrelerinden sözel yollarla aktarım yöntemleri doğrultusunda öğrenmektedirler.

Katılımcıların yüzde 40,5'lik kesimi paylaşımlarda kaynak belirtilmediği yanıtını vermiştir. Yüzde 18'i birçoğunda kaynak belirtildiğini, yüzde 11,5'i ise çok az bir kısmında kaynak belirtildiği cevabını vermiştir. Yüzde 30'luk kısım ise bütün paylaşımlarda kaynak belirtildiğini işaretlemiştir.

Soru 21: Facebook'ta Karşılaştığınız Dini Bilgiler Hakkında Ne Düşünüyorsunuz?

Bu Soruda Da Yineleme Yapılmıştır. Bu Konuda Bireylerin Genel Görüşleri Yeniden Sorgulandı.



21. Grafik: Paylaşılan dini bilgiler hakkındaki genel görüşler

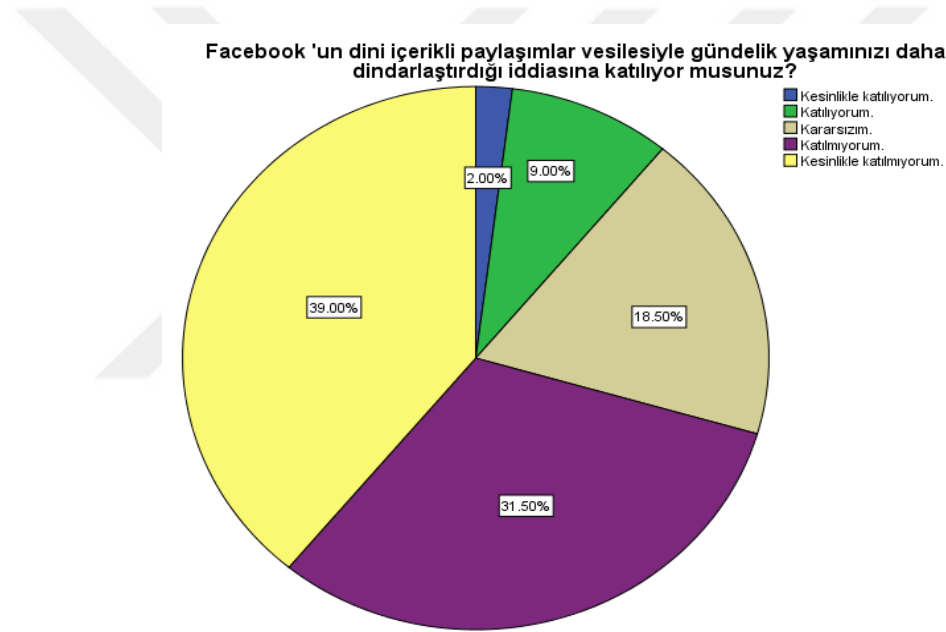
Kullanıcılar, Facebook ağı üzerinde karşılaştıkları dini bilgiler hakkında yüzde 26 oranında bilgi kirliliğine yol açtığı yönünde cevap vermişlerdir. Ancak cevapların oranları birbirlerine oldukça yakındır. Yüzde 25,5 oranında dini, duygu ve düşüncelerini aktif ve canlı tuttuğu cevabı, yüzde 25,5 oranında da dini paylaşımların dini bilgi ve yaşantılarına yeni bir şey katmadığını söylemişlerdir. Yüzde 20,5'lik oran da

Facebook'tan hiçbir dini bilgi öğrenmediğini belirtmiştir. Sadece yüzde 2,5'lik kesimi Facebook'tan okuduğu paylaşımlar doğrultusunda dini bilgilerinin arttığını ifade etmiştir. Bu durumda genel olarak yüzde 72'lik bir oran ile Facebook üzerinden yapılan dini paylaşımların kişilerin bilgi birikimlerine herhangi bir katkısının bulunmadığı görülmüştür.

Öyleyse yapılan bu paylaşımlar bilgilendirme amacından çok daha farklı göstergeler taşımaktadır.

Soru 22: Facebook'un dini içerikli paylaşımlar vesilesiyle gündelik yaşamınızı daha dindarlaştırdığını iddiasına katılıyor musunuz?

Dini paylaşımda bulunmanın manevi hayata katkısı incelendi.



22. Grafik: Paylaşımların gündelik hayata etkisi

Bu soru çerçevesinde de katılımcıların gündelik yaşamlarını bu paylaşımlarla dindar hâle getirip getirmediği öğrenilmek istenmiştir. Yüzde 39 oranında kesinlikle katılmıyorum yanıtı alınmıştır. Yüzde 31,5 oranında katılmıyorum, yüzde 18,5 oranında kararsızım yanıtının olduğu bu soruda; yüzde 9 katılıyorum, yüzde 2 oranında kesinlikle katılıyorum cevapları da tercih bulmuştur.

Sonuç olarak bu paylaşımların kişilerin dindarlık özelliği ile kesinlikle ilişkili olmadığı görülmektedir. Yüksek oranda bir kesimin toplumun geneliyle uyumlu görünmek adına dini paylaşımda bulunduğunu belirtmesi üzerine, ilerleyen sorularda

yine büyük çoğunluğun bu paylaşımlarda bulunmanın gündelik yaşam dindarlığına hiçbir etkisi olmadığı anlaşılmaktadır.

Böylece bu sonuç doğrultusunda insanların sadece semiyolojik olarak bu paylaşımlarda bulunduğu aslında tercih ve düşünce yapılarının değişim göstermediği görülmektedir.

Soru 23: Hangi tür dini içerikli paylaşımlar ilginizi daha çok çekiyor?

Kullanıcıların algıları saptanmaya çalışılmıştır.

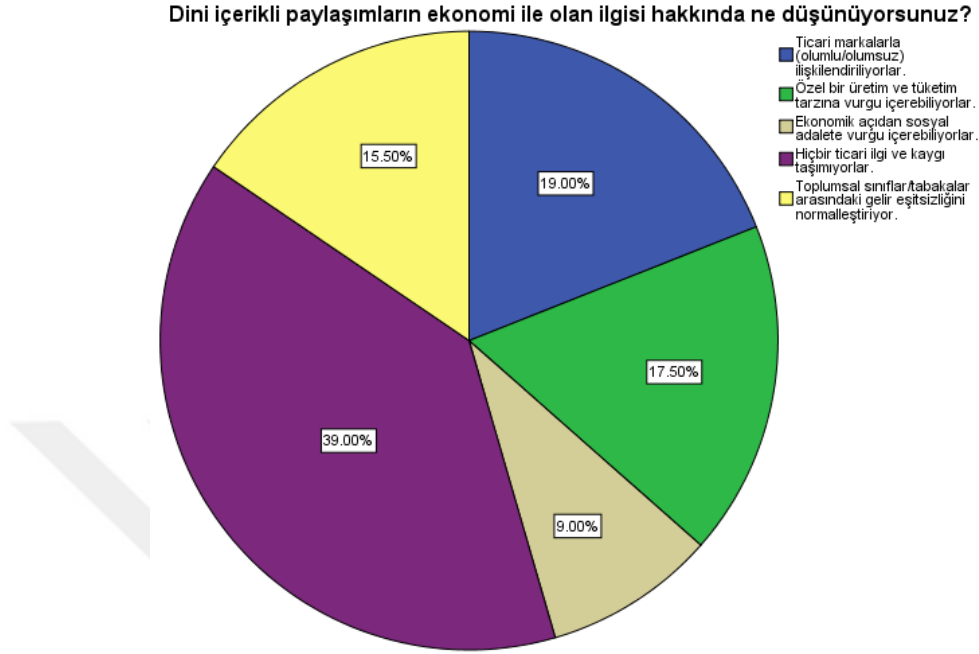


23. Grafik: ilgi çeken dini paylaşım türleri

Bireylerin 11. Sorudaki sık paylaşım yaptıkları içerikler ile bu soruya verdikleri cevap birbirini destekler niteliktedir. Katılımcıların en sık paylaşım yaptığı içerikler dini gün ve geceler ile kutsal mekânlara dair görsel ve yazıların olduğu metinler olmuştur. Bu soru ile birlikte kullanıcıların dini ritüelleri uyguladığı kesinlik kazanarak yine “toplumun geneli ile uyumlu görünmek amacıyla paylaşımda bulunulması” savı da desteklenmiştir.

Soru 24: Dini içerikli paylaşımların ekonomi ile olan ilgisi hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bu soruda iktidar, din ve ekonomi bağlamı incelendi.



24. Grafik: Dini paylaşımların ekonomi ile olan ilişkisine dair görüşler

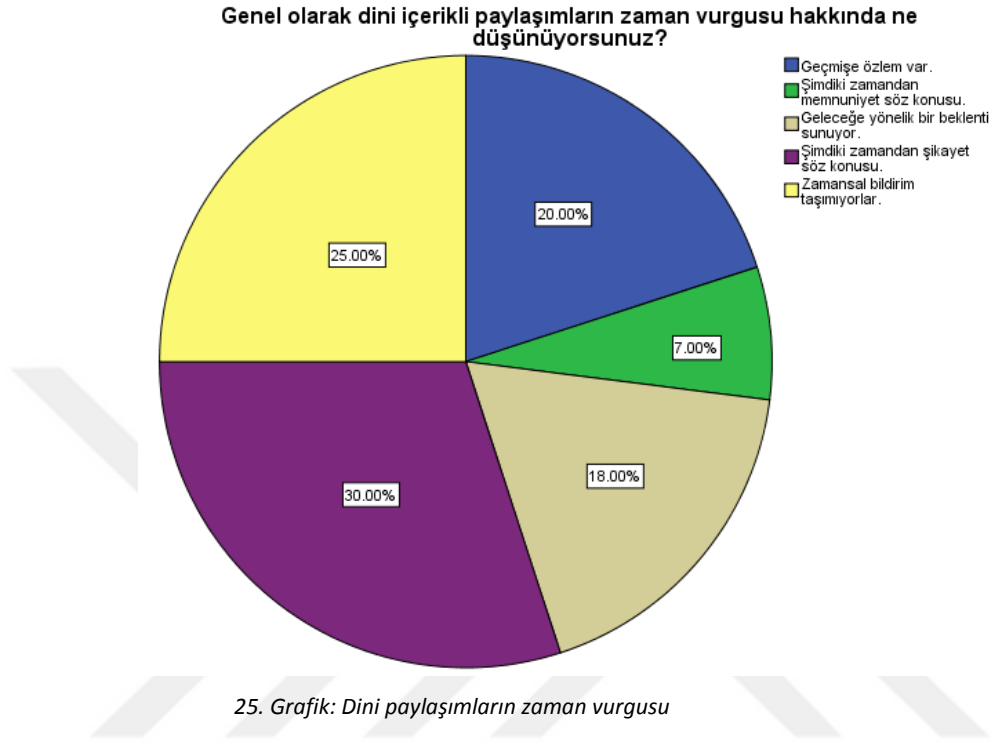
Ankette yer alan sorularda direkt olarak ekonomi, inanış biçimi ve siyasi görüş hakkında sorduğumuz sorularda kişilerin soru hakkındaki gerçek düşüncelerini yansıtmada çekimser cevap vermiş olduklarını görmekteyiz. Çünkü anket içerisinde yer alan paylaşımları tetikleyici unsur sorusuna seçimler ve halk oylamalarının yüksek oranda etki ettiği görüldü.

Siyasetin ekonomi ile olan bağlantısı ve toplumdan dışlanmama, suskunluk sarmalına dahil olma gibi durumların asıl sebebinin insanoğlunun temel ihtiyaçlarını ve hayatta kalma mücadelesi olduğu bilinmektedir.

Bu sebeple de kişi aslında kendi bilinç üstünde bu gerçeğin farkına varamasa da günlük yaşamda yaptığı davranışların genelinde yüksek oranda maddi kaygı gütmektedir.

Soru 25: Genel olarak dini içerikli paylaşımların zaman vurgusu hakkında ne düşünüyorsunuz?

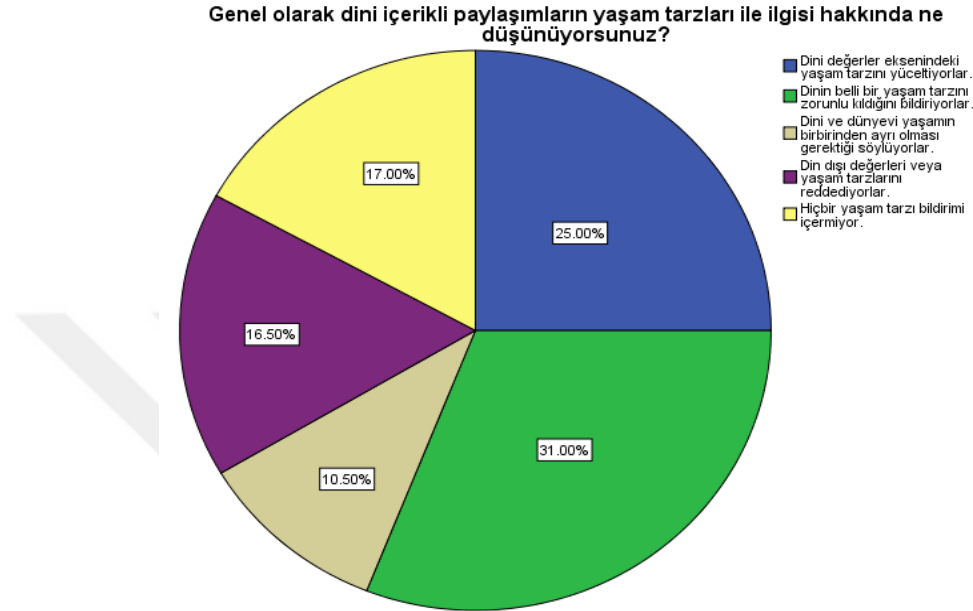
Sanal dünyada yapılan paylaşımların, zaman ve mekân ilişkisi incelendi.



Bu soru ile bireylerin paylaşımlarda herhangi bir zaman belirlenimi olup olmadığı ölçülmek istenmiştir. Çıkan sonuçlar doğrultusunda katılımcıların içerisinde bulundukları zamandan şikâyet ettikleri ve hoşnutsuz oldukları görülmüştür. Diğer bir yandan da katılımcılar yine yüksek oranda paylaşımların zamansal bildirim taşımadığını belirtmişlerdir.

Soru 26: Genel olarak dini içerikli paylaşımların yaşam tarzları ile ilgisi hakkında ne düşünüyorsunuz?

Daha önceki sorularla ilişkili olarak, soru yapısı değiştirilerek sistem dünyası ve yaşam dünyası bağlamları öğrenildi.

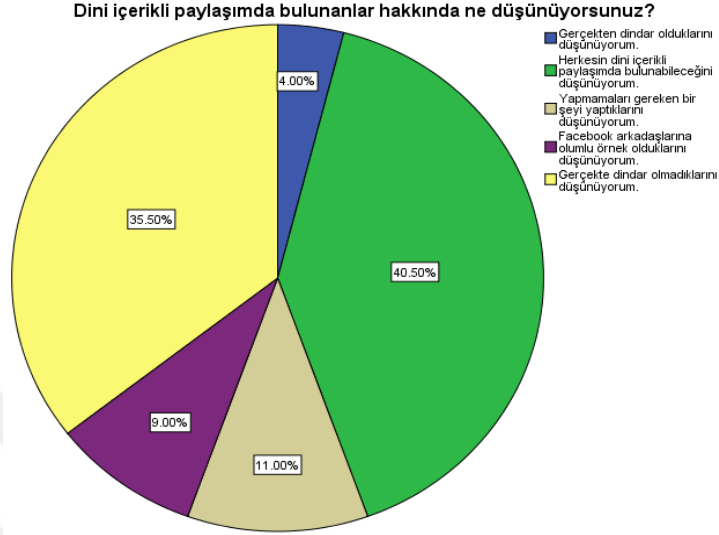


26.Grafik: Dini içerikli paylaşımların yaşam tarzı ile ilişkisi

Toplum içindeki sınıfsal farklılıkların ve statülerin önyargı, davranış ve tutumları oluşturduğu bilinmektedir. Din kavramının bize bir kimlik kazandırdığı görüşü bu soru ile netlik kazanmıştır. Dini paylaşımlarda bulunmak, kişinin kendi bünyesinde yaratmak istediği dış görünüşün inşa taşlarından biridir. Bu sebeple dinin belirli bir yaşam tarzını zorunlu kıldığı görüşünün yüksek oranda alınmış olması diğer cevaplar ile tutarlılık göstermektedir. Ardından gelen en çok görüş ise dini eksenindeki yaşam tarzını yüceltmesidir. Bu durumda oluşan bir sosyal kategorizasyon hali mevcuttur. Bu durum, belirli sınıfsal farklılıklara yol açmaktadır. Ancak sadece dini paylaşımların yaratmış olduğu algı süreci ele alındığında kimlik oluşturma özelliği doğrultusunda belirli şart ve koşulları sunduğu bu oranlar ile kesinlik kazanmıştır. Çok az bir kesimin laiklik düşüncesi taşıdığı da görülmüştür. Sadece yüzde 10.50'lik bir kesim din ve dünyevi işlerin birbirinden ayrılması gerektiğini düşünmektedir. Bu oranın azlığı da bizlere artık din kavramının ne kadar günlük işler, ekonomi, siyaset, iletişim gibi hayatın her alanına işlediğini göstermektedir.

Soru 27: Dini içerikli paylaşımda bulunanlar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Katılımcıların konu üzerine yoğun düşünme süreçlerinin ardından yeniden bu paylaşımda bulunan diğer bireyler hakkındaki düşünceleri öğrenildi.



27. Grafik: Dini paylaşım yapanlar hakkındaki genel düşünceler

Ankette yer alan son soru genel olarak dini içerikli paylaşımda bulunan kişiler hakkındaki görüşü öğrenmek amaçlı hazırlanmıştır. Bireyler kendilerinin yapmış olduğu davranışlar hakkında görüş bildirirken çekimser davranmakta hatta çoğu zaman kendileri yaptıklarından dolayı olumlu görüş bildirmektedirler. Ancak aynı davranış bir başka öteki birey üzerinden sorulduğunda aynı davranış hakkında çok farklı görüşler bildirdikleri görülmüştür. Yüksek oranda herkesin dini içerikli paylaşımda bulunabileceğini söyleyen katılımcıların bu yüksek oranı, daha önce almış olduğumuz cevaplardan “dini yaşama özgürlüğü” görüşünü destekler niteliktedir. İnsanlar belirli bir konuda baskı gördüklerinde psikolojik olarak ona erişme istemi duyarlar. Tam da bu noktaya kurumsal bir yapı olan dinin yaşanma istemini koyabiliriz.

Diğer yandan en çok tercih edilen cevap olan “gerçek hayatta dindar olduklarını düşünmüyorum” görüşü ise yine daha önceki sorularımız almış olduğumuz bu paylaşımların riyakarlık yarattığı savı ile örtüşmektedir.

4.2. TARTIŞMALAR

Sosyal medya bizi sözde dindarlaştırarak, aslında dinin vecibelerinden uzaklaştırmaktadır. Sosyal medya platformlarında yer alan bilgi ve metinlerin doğruluğu teyit edilemediğinden ve çoğu kez kaynak gösterilmeden paylaşılması bilgi kirliliğine yol açarak, yanlış algılar oluşturmaktadır. Hatta bu yanlış algılamalar sonucu olarak ortaya çıkan yanlış bilgiler, kişi hayatına doğru olmayan ancak doğru gibi görünen davranışlar olarak yansıyabilmektedir.

Dinin dijital hâle gelmesi ile birlikte din kutsallığını yitirmektedir. İnsanların dini vecibe ve kuralları okuyup, öğrenip, içselleştirmesi gerekirken, dijitalleşen din kavramını oluşturan akıllı telefon uygulamaları veya küçük el aletleri, icatları nedeniyle insanlar okumak ve öğrenip, içselleştirmek yerine bu dış takviye edici unsurları kullanmayı tercih etmektedir. Bu sebeple günümüzde din kavramının da kültür endüstrisine dâhil olduğunu söylemek mümkündür. Bilindiği gibi sanayi devrimi sonrasında kültür-sanat ürünlerinin endüstriyel hale gelmesi ile birlikte, bu ürünlerin öznelliğini ve değerini yitirdiği söylemleri ortaya çıkmıştır. Gelişen teknolojinin her geçen gün başka bir alanı sarması ile birlikte sürekli dönüşüm geçirmeye başlayan toplumlar, temel yapı taşlarını da yeniden üretmek zorunda kalmıştır.

Din kavramı kültürü oluşturan birimlerdenidir. Böylece dinin kültür endüstrisine dâhil olmasıyla sırf bu yüzden bile değerinde yitirme yaşayacağı muhtemel göstergelerdendir.

Bireyler, paylaşımları kendi yaptıkları zaman bu konuda olumlu görüş bildirmekte, ancak bu paylaşımları başkalarında gördükleri zaman bunun riyakârlık göstergesi olduğunu söylemektedirler. Bu da yine insanoğlunun kendisi savunma mekanizmasına bağlı gelişen bir durumdur.

Genel olarak bu paylaşımlarda görülen şudur ki, insanlar bu paylaşımları sadece toplum ile uyumlu görünmek amacıyla, bir kimlik edinme çabası doğrultusunda kullanmaktadır.

Dinin sosyal medya üzerinden örgütlenme oluşturmaları sosyolog Weber'in cemiyet kavramını destekler niteliktedir. Weber de görüşlerinde dinin sosyalleşme özelliğini olduğunu belirtmiştir. Böylelikle Weber'in cemiyet tanımlaması günümüzde de geçerliliğini sürdürmektedir.

Freud'un tabuları, anket çalışmasına katılan katılımcıların dini paylaşımları olağanlaştırması sonucu ile geçerliliğini sürdürmektedir.

Durkheim dinin birleştirici işlevi olduğunu söylemiştir. Anket sonuçları ele alındığında toplumun geneli ile bir bütün görünmek amacıyla paylaşımda bulunanların yüksek oranda olması bize bu söylemin doğruluğunu kanıtlar niteliktedir.

Karl Marx'ın söylemlerindeki uyuşturucu etkisi konusunda ise toplumun bazı durumları dogmatik alımlama durumlarını örnek gösterebiliriz. Anket çalışmasına dahil olan katılımcılarla yapılan bire bir görüşmelerdeki gözlemlere göre, bireyler çıkmaza girdikleri süreçlerde sorgulamaktan vazgeçerek, dogmatik olarak olayları veya kuralları kabul ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durumu objektif olarak ele alırsak dogmatik alımlama süreçlerinin uyuşturucu bir etki yarattığını söyleyebiliriz.

Din kavramının medya ve özellikle de sosyal medya içerisinde kapsamlı olarak yer alması sonucu toplumda yanlış bilincin oluşmasını engellemek amacıyla alanında uzman kişiler yetiştirilmelidir. Bu kişilerin ilahiyat alanına hâkim olduğu kadar iletişim bilimlerine de akademik olarak hâkim olması da gerekmektedir. Özellikle sosyal medyada yer alan görseller için semiyolojiye, yazılı metinler için söylem ve içerik analizine hâkim olarak, dini unsurların bu metinlere doğru yerleştirilmesi konusunda rehber görevi görmeleri gerekmektedir. Bu konuda iletişim ve ilahiyat fakülteleri birleşerek ortak çalışmalar yürütmeli özellikle de bu çalışmalar akademinin haricinde halk nezdinde de belediye çalışmaları ile desteklenmelidir.

5. SONUÇ

Din kavramı toplumların ve insan yaşamının gelenek, görenek, gündelik yaşam, örf-adetler, doğum, düğün, ölüm gibi her alanına müdahale ederek, onlara hayatları boyunca belirli bir çerçeve sunar. Din olgusuna inanan veya inanmayan herkes dinin ritüellerine ve kurallarına bir şekilde müdahil olmakta ve etkileşime girmektedir. Din olgusu genel olarak dogmatik yani sorgulanamayan özelliği taşımaktadır. Kişi bu sorgulamayı kendi bünyesinde gerçekleştirse de bunu çoğu zaman dışa vuramamakta bazen de sorgulamayı kenara bırakarak kabullenme durumunu tercih etmektedir. Bu durumun temel sebepleri arasında toplumdan dışlanma korkusu gelmektedir. Suskunluk sarmalına zorunlu entegre olan birey belirli bir süre sonra tercih çarpıtmasına uğrayarak, toplumun kendisine dayattığı kural ve ritüeller hakkında tercih çarpıtması yaşayarak içselleştirmeye başlamaktadır.

Toplum yapısını inşa eden ticari ilişkiler, statüler ve manevi duygular, hayata dair kavramları, bakış açılarını ve kişi davranışlarını da aynı zamanda inşa etmekte çoğuz kez de yapı bozumuna uğratmaktadır. Maddiyat odaklı yeniden inşa edilen toplum, zamanla teknolojik gelişmelere bağlı hâle gelmiştir. Başlarda insanın uzantısı olan teknoloji zamanla kendi üreticisini kendine esir ederek, teknolojinin uzantısı insan durumunu ortaya çıkarmıştır. Özellikle iletişimin ticarileşmesi, iletişim kavramının ekonomi ve siyaset kavramları ile bir bütün hâline gelmesi sosyal psikoloji ve iletişim sosyolojisi alanlarını meydana getirmiştir. Hızla değişen ve gelişen teknoloji insanlara her türlü olanağı sunmuş ve zamanla insanlar hayatta her istediklerine kolayca ulaşabilme imkânı sağladıklarından dolayı birçok önemli kavram ve olayı önemsizleştirmeye başlamış bir nevi asimilasyona uğratmıştır. Çünkü temelde insanın kendisi asimile olmaya başlamıştır. Ona bu yapı bozumuna sokan iletişim teknolojileridir. Bu durumun tabii sonucu olarak da insanın bağlı olduğu manevi kurumlar, inanç sistemi, yaşam felsefeleri ve yaşayış şekilleri de yeniden düzenlenmeye maruz kalmıştır.

Web 2,0 dönemine geçiş yapılması ile birlikte topluma etkileşim olanağı sunuldu. Şöyle ki, bireyler internette olan görsel, yazılı, işitsel metinlere müdahale hakkına kavuşmuşlardır. İçeriklerini değiştirebilecekleri hiper metinler sayesinde kendilerini nesne konumundan özne konumuna geçiren bireyler, bu sınırsız gibi gözüken etkileşim ortamını git gide kendilerini ifade eden, topluma sunan, takındıkları maskenin görünür kılındığı birer platform hâline getirerek, sosyal medya adı verilen

kişisel bloglarda, sayfalarda kendilerini ifade etmeye başlamışlardır. İnsanların hızlıca giren bu hareketli ortamlar , onların yaşam ve kendilerini ifade şekillerine de etki etmiş, hatta toplum ve ahlak kurallarını yeniden yapılandırmıştır. Özel hayatın gizliliği, kişilerin mahrem alanı olan evleri, görüştükleri arkadaşları, eşleri, çocukları, günlük yiyip-içme alışkanlıkları, gezilen, görülen yerler, özel günler gibi insan hayatının olağan ve özel yaşamları bu sosyal platformlara taşınmaya başlamıştır. Bireyler iç dünyalarının dışavurumunu da bu ortamlara aktararak, adeta birer günlük hâline getirmişlerdir. Günlük siyasi olaylar, dini inançları, yaşayış şekli, çevreleriyle olan ilişkileri, ikili ilişkileri, ekonomi, yerel, genel ve dünya genelindeki seçimler hakkında bilgi sahibi olup olmadığı sorgulanmaksızın, herhangi bir filtreleme ve denetim sürecine tabii tutulmadan bu ortamlarda fikir üretebilmektedir.

Siyasetin, din ve iletişim alanlarıyla iç içe olması, toplumun yaşayış ve dışavurum şekillerini de etkisi altına almıştır. Özellikle ülkemizin son on yedi yıllık geçmişine bakıldığında dini inançların daha çok dışavurum gerçekleştirdiğini görmekteyiz. Toplumun yeme-içme anlarından en mahrem alanlarına kadar paylaşma ihtiyacı duyar hâle geldiği, hastanelerde “internet bağımlılığı” tedavi birimlerinin oluşturulduğu ve sosyal medyadan canlı yayınlar aracılığıyla yayın yaparak intihar girişimlerinin gerçekleştirildiği dönemde, dini inançların da ne derece değiştiğini ve din kavramının bu durumdan nasıl etkilendiğini sorgulamak amacıyla uygulanmış olan anket sonuçları beklentiyi karşılar nitelikte olmuştur.

“Dini paylaşımlarda bulunuyor musunuz?” sorusuna ilk olarak verilen yüksek orandaki “hayır” cevabı beklentinin aksine bir sonuç olmuştur. Ancak ilerleyen sorularda şaşırtıcı bir sonuç ortaya çıkarak, bireylerin aslında dini içerikli paylaşımlarla oldukça sık karşılaştığını ve gerektiği durumlarda toplumun geneliyle uyumlu görünmeye çalışmak amacıyla paylaşımda bulunduğu ortaya çıkmıştır. Diğer bir en önemli tespit ise katılımcıların “dini paylaşım” algılarıdır. Örneğin katılımcılar bayram tebriği, Cuma mesajı, ayet paylaşımı, kandil mesajı, camii, hac ziyareti fotoğrafları gibi metinleri dini paylaşım olarak nitelendirmemektedir. Bunları da göz önüne aldığımızda paylaşım oranı artacaktır. Bireylerin dini paylaşımdan algıladıklarının cemaat, tarikat gibi oluşumlar hakkında ve fetva benzeri yazılar olduğu görülmüştür.

Katılımcıların çoğu bu paylaşımları inandıkları dini belli etmek için yaptığı saptanmıştır. Din insanlar için kendilerini tanımlamakta kullandıkları en önemli kaynaklardan birisidir. Din olgusu bireylere kimlik kazandırmaktadır. Özellikle son

yıllarda iktidar ve din ilişkisinin bir arada gerçekleşmesi, iktidarın din kavramına yakın bir duruş sergilemesi toplumun dini inançlarını daha rahat yaşama ortamına kavuşmasını sağlamıştır. Bu sebeple karşımıza iki sonuç ortaya çıkmaktadır. İlki İktidar, etkileşim ve web kavramlarının birleşimiyle birlikte insanların sahip olduğu bu özgürlük ortamında bastırılmış duyguların ortaya çıkmasıdır. Son dönem iktidarın öncesindeki süreçlerde insanların rahatça dışa vurumlarını gerçekleştiremediği dini duygularını ifade etme ve açıkça yaşama istemleridir. Diğer ise iktidara, din aracılığıyla yakınlaşma düşüncesidir. Siyaset beraberinde güç ve ekonomi kavramlarını da getirmektedir. Maslow'un temel ihtiyaçlar hiyerarşisinde bahsettiği gibi bireylerin öncelikli olarak fizyolojik ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Ancak bu karşılandıktan sonra birey, hayatındaki diğer evrelere geçiş yapabilmektedir. Bu sebeple kişiler özellikle de ekonomik kaygıları sonucunda siyaset ile yakın ilişkiler kurmak isterler. Tüm bu şartlar ele alındığında dini paylaşımların yüksek oluşu rasyonel bir beklentidir.

İnternetin doğuşundan önce(2000'li yıllardan önce) insanların interneti çok yetkin kullanmadıkları dönemde dini sembollerini dışa vurmak, toplumsallaştırmak, kamusal alanlarda ifade etmek pek mümkün değildi. İktidarın değişmesi ve beraberinde inanç sistemi ile etkileşimi toplumun yeni tanıştıkları sosyal medya ortamında da bunu açığa vurmasını sağlamıştır. Bireyler her ne kadar kendileri paylaşımda bulunmasalar da bu tarz paylaşımların bireysel hak ve özgürlük olduğunu düşünmektedirler.

Katılımcıların bu tür paylaşımları dini inanlarını rahatça açığa vurmak için gerekli gördüğünü söylemesine rağmen, ilerleyen sorularda bu paylaşımlar hakkında riyakarlık ve gösterişe yol açtığını düşünmeleri de ikilem yaratmaktadır. Dini paylaşımda bulunan kişileri samimi bulmadıklarını belirten katılımcılar, bu kişilerin dini yozlaştırdığını da belirtmişlerdir. Hatta bu paylaşımların dinin özü ile bağdaşmadığını düşünen katılımcılar da bulunmaktadır.

Diğer bir ilgi çeken saptama bu tarz paylaşımların Facebook'a manevi bir hava kattığı görüşüdür. Entelektüel bir bakış açısına sahip olan bu görüşe, "Gâvur İcadı" olan bu ağın İslam dini ile örtünmesi şeklinde açıklama getirmemiz mümkündür. Dijital maneviyatın Facebook tarafından taşındığı düşünülmektedir.

Katılımcılara insanların neden dini paylaşımda bulunduklarını sorduğumuzda, siyasi ve güncel dini tartışmaların etkili olduğunu belirtmişlerdir. Sakin bir siyasi gündem olduğunda paylaşımların daha az, genel seçim zamanları gibi kritik karar alma

süreçlerinde ise din faktörünün etkisi ortaya çıkarak bu paylaşımların sıklığını etkilediğini düşünmektedir. Öyleyse katılımcıların kanaati doğrultusunda, Facebook'ta dini içerikli paylaşımlara siyasetin bulaştığını söyleyebiliriz. İnsanlar karar verirken dini bir referans olarak kullanarak hareket etmektedirler.

Facebook'ta hayır ve sevap işlerinin paylaşılması konusunda görüş bildirmelerini istediğimizde ise, çoğunluğun bu durumun riyakârlık göstergesi olduğunu ve samimiyet içermediğini belirtmişlerdir. Bu kesim ile paylaşım yapan kişilerin riyakâr olduğunu söyleyen katılımcı kitlesinin aynı olduğu görülmüştür. Ancak bu soruda beklenmeyen tepki yüksek oranda bu paylaşımların iyiliği arttıracığını düşünenlerin olmasıdır.

Katılımcıların bu paylaşımlarla çok sık veya ara sıra karşılaştığı görülmüştür. Çok az bir kesim hiç karşılaşmadığını belirtmiştir. Bu kesiminde ateist, deist gibi görüşe sahip kişilerin oluşturduğu bilinmektedir. Bu kişiler dini içerikli paylaşımlarda bulunanları çoğu kez listelerinden çıkardıklarını da belirtmişlerdir. Dini içerikli paylaşımlarla karşılaşma sıklığının oldukça fazla olduğu görülmüş ve bu metinlerle etkileşimleri sorulduğunda da genelde okuduğunu belirten katılımcı oranının da yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durumda her ne kadar bu paylaşımların ve paylaşan kişilerin hakkında riyakâr ve samimiysiz gibi tutumlar geliştirdikleri görölse de katılımcılar yine de bu paylaşımları okumaktadırlar. Hiç okuyup, paylaşmayan kişilerin bile bu paylaşımları okuduğu da diğer bir saptamadır.

Dini paylaşımlara en az teşvik eden unsurun dini kutsal, günler ve geceler olduğunu söylemelerine rağmen, paylaşanların en çok hangi içerikli paylaşımlarda bulunursunuz sorusuna ise kutsal gün ve geceler mesajlarını söylemeleri diğer dikkat çekici bir husustur. Bu durumda her hafta bir kutsal gün veya gece olduğundan dolayı bireylerin bunu normalleştirmiş olabileceği de ihtimaller arasındadır. Bireyler dini gün ve geceler olduğu sürece bu tarz paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu da beklentiye uygun bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Katılımcılara bu paylaşımların dindarlık göstergesi olup olmadığı sorulduğunda, çoğunluk olarak kesinlikle hayır görüşünü belirtmişlerdir. Kişilerin şahısları adına neden bu paylaşımları yapıyorsunuz sorusuna ise iyilik ve güzelliği yaymak amacıyla olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda şöyle bir urum ortaya çıkmaktadır. Bireyler söz konusu kendi davranışları olduğu zaman olumsuz bir yargı

barındırmamaktadır. Ancak aynı davranışı bir başkasının yaptığındaki görüşlerini sorduğumuzda ise görüşlerini daha rahat bir biçimde sunmaktadırlar.

Birey sosyal medya hesabı açtığı zaman yüzde 90 bir dini paylaşım ile karşılaşarak onunla etkileşim hâline girmektedir. Facebook kişilerin öz benliklerine zarar veren bir teknolojidir. Bu duruma örnek olabilecek tepki ise bireylerin zaman zaman ben bir süreliğine Facebook hesabımı kapatıyorum diyerek bu platformdan kendilerini uzak tutmak istemeleridir.

Dini paylaşımların yaygınlaşmasının yanı sıra, dini gruplarda yayılım yollarını değiştirmeye başlamışlardır. Artık dini tebliğ ve örgütlenmelerini sosyal medya üzerinden gerçekleştiren dini oluşumların sayısı giderek artmaktadır. Daha çok insana daha kısa sürede ulaşma imkanı tanıyan bu platformlar olumlu etkileri var gibi görünse de zaman içerisinde kurumsal din yapısına zarar vermektedir. İnsanlar özel hayatlarını sürekli olarak sistem dünyasına sunma ihtiyacı hissetmeye başlamışlardır. Hatta yaşam dünyalarını sadece sistem dünyasına sunmak amacıyla inşa eder hâle gelmişlerdir. Bu durumda geline son noktada insanlar toplumun önemli yapı taşlarından biri olan din olgusunu kendi içlerinde aslında kendileri de farkında olmadan sırf toplumun geneli ile uyumlu görünmek adına yeniden algılama sürecine girmişlerdir. Bu süreç içerisinde din olgusu sosyal medyada gösterge bilimsel özellik kazanmış, işlevsellik özelliğinden uzaklaşmıştır. İnsanlar her ne kadar bu paylaşımları desteklemediklerini söyleseler de toplumda yer edinmek amacıyla suskunluk sarmalına dâhil olarak, öteki olmamak adına paylaşımda bulunmaktadır. Ayrıca bireyler din olgusunun tam olarak ne anlama geldiğini bilmemekte, çoğu kez sosyal medyada karşılaştığı metinlerin kaynağını araştırmadan alımlama sürecine dâhil etmektedir.

Sosyal medya, din olgusunu olumsuz etkileyerek dinin asıl işlevlerinden uzak bir yaşam çerçevesi oluşturmaktadır. Örgütlenme ve yayılma gibi konularda avantaj sağlamasına rağmen toplumun genelinin kurumsal dinin kapsamından çıkmasına ve dini yanlış algılamasına zemin hazırlamaktadır. Özellikle yeni nesil için tehdit oluşturmaktadır. Çünkü kaynağı belli olmayan metinlerle karşı karşıya kalan ergenlik çağındaki gençler dini yanlış algılayabilir ya da oradan öğrendiği kurallar çerçevesinde yanlış yaşayabilir. Ayrıca bu platformda yapılan paylaşımlar aracılığıyla manevi olarak kendini iyi hisseden bireylerin zaman içerisinde gerçek yaşamda asıl yükümlülüğü olan ibadetlerden uzaklaşması söz konusu olabilir. Sürekli olarak yaptığı eylemleri, hayır işlerini ve ibadetlerini sosyal medyada paylaşan bireyler zamanla dinin asıl amacı ve hedefinden saparak bu davranışlarını sadece dış dünyaya sunmak ve göstermek

amacıyla yapar hâle gelebilmektedir. Bu durumu tetikleyen temel faktörlerden biri de sosyal medyanın popülerlik, takipçi sayısı ve beğeni sayısı gibi olanaklar sunmasıdır. Hayır işlerini bu platformdan sergileyen bireyler zamanla bu davranışları Allah için değil de paylaşım ve beğeni sayısını, takipçi sayısını arttırmak amacıyla yapar hâle gelme tehdidi ile karşı karşıya kalacaklardır.

Sonuç olarak sosyal medya din olgusunu yozlaştırarak, sözde dindarlık durumu oluşturmakta ve dinin gerekliliğini kendi istemleri doğrultusunda değiştirmektedir. Bu durumu da insanlara sadece göstergesel ve topluma uyum sağlamak amacıyla sunmaktadır. Yani bu paylaşımların fazlalığı sonucunda toplumumuzun daha muhafazakâr veya dine daha yakın bir durum içerisinde olduğunu söylememiz mümkün değildir. Dini paylaşım oranları ve fazlalığı muhafazakârlığın göstergesi olmamaktadır.

Son yıllarda sosyal medya ile eşzamanlı olarak hayatımıza giren dijital din kavramı da, din olgusunun algılanışını ve yansıtılmasını oldukça etkilemiştir. Çok sayıda uygulama ile sıkça karşımıza çıkan dini unsurların zamanla kutsallığını yitirmeye başladığı görülmüştür. Özellikle pazarlama sektörünün de etkisi ile “duaları bilen seccade”, “ezan ve namaz vakitlerini söyleyen uygulamalar”, “kıble bulucu uygulamalar”, “tesbih çeken küçük el aletleri”, “dini bilgi yarışmaları” gibi dışarıdan bakıldığında insan yaşamını kolaylaştırmaktadır. Ancak dini, kutsallıktan uzaklaştıran bu gelişmeler, toplumsal bağlamda din olgusunu insan yaşamı için olağanlaştırarak, gerçek hakikatinden soyutlamaktadır.

6. KAYNAKÇA

- Arslantürk, Z. (1998). *Kutsalın Dönüşü ve Yeni Toplum Arayışları*. İstanbul: Ayışığı Kitapları.
- Berger, & Peter, L. (1993). *Dinin Sosyal Gerçekliği*. (A. Coşkun, Çev.) İstanbul: İnsan Yayınları.
- Campbell, H. (2014). *There's a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications*. *Mobile Media & Communication*. İngiltere: Edinburg University.
- Çarkoğlu Ali, T. B. (2006). *Değişen Türkiye'de Din, Toplum ve Siyaset*. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Cengil, M. (1996). Yüksek Lisans Tezi. *Kur'an-ı Kerim'deki Nefs Kavramına Psikolojik Açidan Bir Yaklaşım*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Curley, R. (2010). *The Britannica Guide to Inventions that Changed the Modern*. New York: Britannica Educational Publishing.
- Freyer, H. (1964). *Din Sosyolojisi*. (T. Kalpsüz, Çev.) Ankara: AÜİFY.
- Günay, Ü. (1998). *Din Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Haberli, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 118-134.
- Haberli, M. (2013). Dinlerin İnternet Ortamındaki Temsili ve Dağılımı. *The Journal of Academic Social Science Studies(JASSS)*, 1(6), 859-873.
- Haldun, N. (2014). Tarikat ve Cemaatlerin Alternatif Medya Stratejileri. *Medya ve Din*. içinde İstanbul: Köprü Kitapları.
- İnuğur, M. N. (1993). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Işıklı Şevki, K. M. (2016). *Bilişim Devrimi* (Cilt 1.). Ankara: Birleşik Yayınevi.
- Keskin, Y. M. (2004). Din ve Toplum İlişkileri Üzerine Bir Genelleme. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*(2), 7-21.
- Köse, P., & Ayten, D. A. (2015). *Din Psikolojisi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Kösemihal, N. Ş. (1971). *Durkheim Sosyolojisi*. İstanbul.
- Mardin, Ş. (1995). *Din ve İdeoloji*. İstanbul: İnsan Yayınları.

- Menekşe, Ö. (2015). DİNİN DİJİTALLEŞMESİ VE MOBİL UYGULAMALAR . B. Ö. Mete Çamdereli içinde, *Dijitalleşen Din* (s. 175-222). İstanbul: Köprü Yayınları.
- Rheingold, H. (1998). *The Virtual Community*. New York.
- Işıklı Şevki, Gamze Gezginci (2017). Web 2.0 Dışıl Us'u Yeniden İnşa Edebilir mi? 3. *Toplumsal Cinsiyet Adaleti Kongresi* (s. 7). İstanbul: KADEM.
- Vardi, R. (2012). *İnternet ve İslam*. İstanbul: Akademi Titiz Yayınları.
- Wash, J. (1995). *Din Sosyolojisi*. (Ü. Günay, Çev.) İstnbul: MUİFVY.
- Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Newtworking. *International Journal of Urban and Regional Research*(25), 228.

