T.C
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTÜTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

DİJİTAL DİNİN KURAMSALLAŞTIRILMASI: PARADİGMALAR, TERİMLER, SORULAR, KONULAR VE YÖNTEMLER

Yüksek Lisans Tezi

HİLAL GÖKBAYRAK

İSTANBUL, 2021

T.C
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTÜTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

DİJİTAL DİNİN KURAMSALLAŞTIRILMASI: PARADİGMALAR, TERİMLER, SORULAR, KONULAR VE YÖNTEMLER

Yüksek Lisans Tezi

HİLAL GÖKBAYRAK

Danışman: DOÇ. DR. ŞEVKİ IŞIKLI

İSTANBUL, 2021

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Hilal Gökbayrak

Anabilim Dalı : Gazetecilik

Bilim Dalı : Bilişim

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Şevki Işıklı

Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – 2021

Anahtar Kelimeler : Dijitalleşme, Din, Dijital Din, Sanal Din, Dijital Kültür, Dini Mobil Uygulamalar, Sanallaşma Teorisi

ÖZET

DİJİTAL DİNİN KURAMSALLAŞTIRILMASI: PARADİGMALAR, TERİMLER, SORULAR, KONULAR VE YÖNTEMLER

Bu tez, dijitalleşme sürecini göz önünde bulundurarak dijital din olgusunu teorik bir çerçeveye oturtmaya çalışmaktadır. Bir teori; tüm araştırmayı ve bilim yapma tarzını belirleyen mantıksal ön kabuller olan paradigma, terimler, araştırma soruları, konuları, araştırma yöntem ve tekniklerini içerir. Dijital din olgusu, yaklaşık çeyrek asırlık kısa bir geçmişe sahiptir ve bu yüzden araştırmacılar için ortak bir dijital din teorisi henüz oluşturulabilmiş değildir. Bu tezde dijital din olgusu, dijital beşeri bilimlerin yeni bir disiplini olarak tanımlanmaktadır.

Dijital çağ; bilgisayar, mobil cihazlar, internet gibi dijital iletişim teknolojilerinin işlevlerindeki artışla toplumsal hayatın tüm boyutlarında hızlı ve derin bir dijitalleşme sürecini beraberinde getirmiştir. İletişim teknolojisinin ulaştığı düzey ve ortaya çıkardığı sonuçlar göz önüne alındığında dijitalleşmenin, muhafazakarlığın kaynağı ve koruyucusu olarak görülen dini dahi dönüştürdüğü müşahede edilmektedir. Dijitalleşme, geleneksel din tasarımında radikal değişimlere yol açmış, dinden dijital dine geçiş durumunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Geleneksel din tasarımı, dini pratikler ve örgütlenme biçimleri internet sonrası dönemin sanal platformlarında yeni boyutlar kazanmıştır. Yeni medya ve mobil uygulamalar dinin inanç, ibadet, cemaat vb. unsurları üzerindeki yerleşik dindarlık anlayışlarını önemli ölçüde etkilemiştir. Mevcut çalışmalar; dinin medyadaki görünümü, dini içerikli mobil uygulamalar, sosyal medya ve din ilişkisi gibi konular üzerine odaklanmış, dinin dijital görünümlerini parça parça ele alıp tasvir eden tekil çalışmalardır. Henüz üzerinde uzlaşılmamış, terim ve sorunları tespit edilmemiş, araştırma paradigması geliştirilmemiş emekleme aşamasındaki bir entelektüel alandır. Analitik yaklaşıma dayalı bu araştırmada dijital din, dijital beşeri bilimlere ait sosyo-teknik-dijital olgu olarak tanımlanmakta; dijital din terminolojisi, sorunları, dijital beşeri bilim paradigması ve araştırma teknikleri tasvir edilmektedir. Böylece "dijital din" araştırmaları için teorik bir çerçeve sunulmaktadır.

Bilgisayarın hayatımıza girmesi ve kağıt kalemin dijitalleşmesiyle veriler 0 ve 1'lerden oluşmaya başlamış, telefonun internetle buluşmasıyla da mekana olan bağımlılığımız sonlanmış, istediğimiz yer ve zamanda iletişim kurup bilgiye ulaşabilir hale gelinmiştir. Yeni

iletişim teknolojilerinin ve yeni medya araçlarının din üzerindeki etkisini anlamak dini geleneğe biraz alışılmadık bir bakış açısıyla bakılmasını gerektirmektedir.

Sözlü kültürle başladığı yolculuğunda otoritesini yazının ve özellikle matbaanın icadı ile kısmen de olsa yazılı kültüre teslim eden dini metinler; radyonun ve devamında televizyonun evlerimize girmesi ile sesini ve görüntüsünü bize ulaştırmayı başarmış, internetle beraber ceplerimizdeki mobil uygulamalarda yerini almıştır. Bu cihazların yaygınlaşması ve içeriğindeki uygulamaların çeşitliliği dinin öğretilmesinde ve inanç temelli mesajların yayılmasında dijital platformların kullanışlılığını artırmıştır. Dijital rüzgarın etkisiyle görülmeye başlayan nesiller arası kopuş, dini değerlerin yeni nesillere nasıl aktarılacağına dair endişeleri beraberinde getirmiş, bu sorun pek çok araştırma ve makaleye konu olmuştur.

Dijitalleşme bir süreçtir ve bu süreçte dinî terminoloji ve pratikleri de etkilemiştir. Web 3.0 teknolojisinin bireysel ve toplumsal hayata getirdiği "etkileşim" olgusu dinin, iletişim ve medya alanında her geçen gün daha fazla yer bulmasını sağlamış, yeni medyada algı ve temsil biçimini birçok açıdan etkileyerek yeni ve tartışmaya açık sonuçlar ortaya koymuştur. Kullanıcı odaklı din olgusunun gelişmesiyle aşama aşama siber uzama taşınan dini söylem, dijital din olgusu ile yeniden yorumlanmış, yeni iletişim teknolojilerinin dini tecrübe ve alışkanlıkların içine bu denli nüfuz etmesi çeşitli kaygılara yol açarak dinin geleneksel yapısını bozmakla eleştirilmiştir.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname	: Hilal Gökbayrak
Field	: Journalism
Programme	: Information Technology
Supervisor	: Assoc. Prof. Dr. Şevki Işıklı
Degree Awarded and Date	: Master – 2021
Keywords	: Digitalization, Religion, Digital Religion, Virtual Religion, Digital Culture, Religious Mobile Applications, Virtualization Theory

ABSTRACT

THE THEORIZATION OF DIGITAL RELIGION: PARADIGMS, TERMS, QUESTİONS, TOPİCS AND METHODS

This thesis tries to place the digital religion phenomenon in a theoretical framework by considering the digitalization process. A theory; It includes the paradigm, terms, research questions, topics, research methods and techniques, which are the logical presuppositions that determine the whole research and the way of doing science. The phenomenon of digital religion has a short history of nearly a quarter of a century, so a common digital theory of religion for researchers has yet to be established. In this thesis, the phenomenon of digital religion is defined as a new discipline of digital humanities.

The digital age; With the increase in the functions of digital communication technologies such as computers, mobile devices and the Internet, a rapid and deep digitalization process has been brought about in all dimensions of social life. Considering the level reached by communication technology and its results, it is seen that digitalization transforms even religion, which is seen as the source and protector of conservatism. Digitalization has led to radical changes in traditional religious design, leading to a transition from religion to digital religion.

Traditional religious design, religious practices and forms of organization have gained new dimensions in the virtual platforms of the post-Internet era. New media and mobile applications have significantly affected the established understanding of religiosity on the religious, worship, community and similar elements of religion. Current studies; These are singular works that focus on issues such as the appearance of religion in the media, religious content mobile applications, social media and the relationship between religion, and take over and depict the digital aspects of religion piece by piece. It is an intellectual field in its infancy that has not yet been agreed, terms and problems have not been identified, and a research paradigm has not been developed. In this research based on analytical approach, digital religion is defined as the socio-technical-digital phenomenon of digital humanities; digital religion terminology, problems, digital humanities paradigm and research techniques are depicted. Thus, a theoretical framework for "digital religion" research is presented.

With the introduction of the computer into our lives and the digitalization of the pen and paper, the data started to consist of 0 and 1, our dependence on the place ended with the connection of the phone with the internet, and we became able to communicate and access information whenever and wherever we wanted. Understanding the impact of new communication technologies and new media tools on religion requires looking at religious tradition from a somewhat unconventional perspective.

Religious texts that gave their authority to the written culture, even partially, with the invention of writing and especially printing; With the introduction of the radio and subsequently the television into our homes, it succeeded in conveying its voice and image to us, and it took its place in mobile applications in our pockets with the Internet. The widespread use of these devices and the variety of applications in their content have increased the usefulness of digital platforms in teaching religion and spreading faith-based messages. The disconnection between generations, which started to be seen with the effect of the digital wind, brought concerns about how religious values will be transferred to the new generations, and this problem has been the subject of many researches and articles.

Digitalization is a process and religious terminology and practices have also been influenced during this process. The phenomenon of "interaction" brought by Web 3.0 technology to individual and social life has enabled religion to find more place in the field of communication and media day by day, and by influencing many aspects of perception and representation in new media, it has revealed new and controversial results. Religious discourse, which gradually moved to cyberspace with the development of the user-oriented phenomenon of religion, was reinterpreted with the phenomenon of digital religion, and the penetration of new communication technologies into religious experiences and habits has been criticized for disrupting the traditional structure of religion by causing various concerns.

ÖNSÖZ

Bir ilahiyatçı olarak dinlerin siber uzamdaki anlam dünyasını araştırmak isteği ve merakıyla başlayan bu serüvenimde çalışmanın konusunun belirlenmesinden, son halini almasına kadar her aşamasını titizlikle inceleyerek bilgi ve deneyimleri ile araştırmama yön veren değerli danışman hocam Doç. Dr. Şevki Işıklı' ya ve ilkokuldan bugüne kadar eğitim hayatım boyunca üzerimde emekleri olan bütün öğretmenlerime teşekkürü bir borç bilirim.

Bana daima inanıp destekleyen, bugünlere gelmemde her türlü fedakarlıkta bulunan, haklarını asla ödeyemeyeceğim sevgili annem ve babama, varlıkları ve destekleri ile güç bulduğum canım kardeşlerime, dünya ve ahiret hazinelerim Süleyman Yusuf ve İbrahim Agah'a bu stresli ve yoğun süreçte yardım ve destekleriyle hep yanımda olup beni yüreklendirdikleri için şükran ve minnetlerimi sunarım.

Yapmış olduğum bu akademik çalışmayı varlıkları ile her zaman en önemli motivasyon kaynağım olan canım aileme ithaf ediyorum.

Hilal GÖKBAYRAK

İstanbul, 2021

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ..... 4

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU..... 5

2. ARAŞTIRMANIN AMACI..... 6

3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ..... 7

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ..... 8

BİRİNCİ BÖLÜM: DİJİTAL KÜLTÜR..... 9

1.1 KÜLTÜR KAVRAMI..... 9

1.2 GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE KÜLTÜREL DEĞİŞİM..... 11

1.3 DİJİTALLEŞME SÜREÇLERİNİN KÜLTÜRE YANSIMALARI..... 13

1.4 DİJİTAL KÜLTÜR KAVRAMI VE TANIMI..... 14

1.5 DİJİTAL KÜLTÜRÜN ARAÇLARI..... 16

1.5.1 Kitle İletişim Araçları..... 16

1.5.2 İnternet ve Yeni Medya..... 18

1.6 DİJİTAL KÜLTÜRÜN BİREYLERİ: DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER..... 21

1.7 DİJİTAL KÜLTÜRÜN BİREYLERİN GÜNLÜK YAŞAMLARINDA ETKİ ALANLARI..... 26

1.7.1 Bilgi Toplumu ve E- Devlet..... 27

1.7.2 Dönüşen Ticaret Anlatışı: E-Ticaret..... 29

1.7.3 Eğitimin Dönüşümü Uzaktan Eğitimi..... 30

1.7.4 Dijitalleşen Sanat..... 31

İKİNCİ BÖLÜM: GELENEKSEL DİN TEORİSİ..... 33

2.1 DİN TANIMLARI..... 35

2.1.1 Din Kelimesinin Tanımları..... 36

2.1.2 Sosyolojik Din Tanımları..... 37

2.2 DİNİN TOPLUMSAL İŞLEVİ..... 39

2.3 DİN VE KÜLTÜR 41
2.4 DİN VE İLETİŞİM 43
2.4.1 İletişim Modellerine Göre Dini İletişim 44
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: DİNİN DİGİTAL GÖRÜNÜMLERİ 48
3.1 DİGİTAL DİN TEORİSİNE GİRİŞ 48
3.2 DİJİTAL DİN: KAVRAMSAL VE KURUMSAL ÇERÇEVE 50
3.3 DİJİTAL DİNLE İLGİLİ GÜNCEL ÇALIŞMALAR 53
3.3.1 Siber Uzamda Dini Bilginin İmkanı ve Otantikliği 59
3.3.2 Siber Uzamda Dini Otorite 60
3.3.3 Siber Uzamda Dini Ritüel 62
3.3.4 Siber Uzamda Dini Örgütlenmeler 64
3.3.5 Siber Uzamda Dini Kimlik 64
3.4 İLETİŞİM TEKNOLOJİSİNİN DİNİN YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 66
3.4.1 Kitle İletişim Araçları ve Din İlişkisi 67
3.4.2 İnternet ve Din İlişkisi 68
3.4.3 Sosyal Medya ve Din İlişkisi 70
3.4.4 Dijital Din ve Mobil Uygulamalar 72
3.5 DİJİTAL DİNİN YAN ETKİLERİ 77
3.5.1 Dini Otoritenin Zayıflaması 79
3.5.2 Kutsalın Tahribi 83
3.5.3 Dini Bilgide Dezenformasyon 83
3.5.4 Mahremiyet ve Riya Kavramlarında Anlam Kayması ve Medyatik Vaizler 84
3.6 GELENEKSEL DİN VE DİJİTAL DİN OLGUSUNUN KARŞILAŞTIRILMASI 86
4. SONUÇ 95
5. KAYNAKÇA 100

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1……46
Şekil 3.1……82
Şekil 3.2……91

RESİM LİSTESİ

Resim 3.1……82

TABLO LİSTESİ

Tablo 3.1……92

KISALTMALAR

vb. **:** Ve benzeri

vd. **:** Ve diğeri/-leri

USENET : User's Network

ARPANET **:** Advanced Research Projects Agency Network

TDK **:** Türk Dil Kurumu

BİT : Bilgi ve iletişim teknolojileri

ark. : Arkadaşları

yy. **:** Yüzyıl

GİRİŞ

Kültürün seyri, kitle iletişim araçlarındaki değişim ve gelişimin seyriyle orantılıdır. Her yeni teknoloji bir sonraki kuşağa aktarılmak istenen kültürü öngörülmesi güç bir şekilde dönüşüme uğratmıştır. Ses, yazı ve görüntüyü birleştirerek kullanıcılara zaman ve mekan sınırı olmayan bir iletişim imkanı sunan internet teknolojisinin kullanımının yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan sanal ağların sunduğu etkileşimli ortam, aktif bir içerik üreticisine dönüşen küresel köyün bilgi toplumunun dijital yerlileri tarafından hızla kabul görmüş, günlük hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelerek geleneksel toplum yapısında da önemli değişimler meydana getirmiştir.

Sözlü kültürle başlayan iletişim dijital kültürle siber uzama taşınırken hızla yaşanan dijitalleşme dini iletişimin de yeni bir anlam ve içerik kazanmasına sebep olmuştur. Gelişen ve değişen yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla dini bilginin daha geniş kitlelere ulaşması sağlanmış, geleneksel dinin kendine has unsurları sanal ibadethaneler, sanal fetva, sanal günah çıkarma, sanal hac vb. yeni isimler altında dindar kullanıcılar için yeni fırsatlar sunmuş, dünyanın herhangi bir yerindeki farklı inanç ve kültürlerden kullanıcılarla sosyal ağlar üzerinde bir araya gelerek ortak idealler etrafında oluşturulan sanal dini cemaatlerle yeni sosyalleşme ortamlarının ortaya çıkmasına imkan sağlanmıştır.

Mesajlarını iletebilmek için her çağın teknolojik imkânlarından yararlanan din olgusu, dijital kültüre aşama aşama eklemlenerek siber uzamda kendine yer edinmeyi başarmıştır. Dindar kullanıcıların dinî hayatlarını kolaylaştırıp zenginleştiren mobil uygulamalar da dini ritüeller için yeni bir alan olarak görülmüştür.

Dinin sanallaşarak siber uzamda yayılışını ve çevrimiçi pratiğe dökülmesi sürecini ifade eden "dijital din" olgusu ile ilgili çalışmaların, yeni iletişim teknolojileri ve yeni medyanın geleneksel dini değer ve pratikleri ne yönde etkilediği ile ilgili araştırmaların özellikle ülkemiz özelinde sayısının yetersiz olması, akademik anlamda ortak bir dijital din teorisinin oluşturulamamış olması gibi sebepler bizi henüz emekleme aşamasında olan bu entelektüel alana katkı sağlamak adına motive etmiştir.

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu çalışma internette dinin yer alış boyutlarını, internetin dini mesajların iletilmesinde kullanılmasını, internetin dini iletişimde sunduğu fırsatları, dine ilişkin siber uzamdaki sürecin nasıl geliştiğini, dinlerin bu düzlemde nasıl temsil edildiklerini, dini toplulukların internet ortamını nasıl ve hangi amaçlarla kullandıklarını, geleneksel cemaatlerle sanal cemaatler arasındaki ayrım ve benzerlikleri, dinin ritüel boyutunun siber uzamdaki yansımalarını, online-offline uzamlarda dini kimlik ve dini otorite sorunsalını, dini sosyalleşmede kitle iletişim araçlarının etkisini, dini bilgide yaşanan dezenformasyonu ve güven problemini, denetimsiz ve korunmasız din kaygısını, dijital dine yönelik gelenekselci eleştirileri, dijital dinin yol açtığı tehdit algısını, dijital dine karşı koruyucu refleksleri ve dijitalleşen dinin yan etkilerini konu edinmektedir. Bu çalışmada çevrimiçi din ritüellerinin fıkhi bağlayıcılığına, konu çerçevesindeki kelami tartışmalara değinilmemiştir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu tezin ana amacı, dijitalleşme sürecini göz önünde bulundurarak dijital din olgusunu teorik bir çerçeveye oturtmaktır. Bir teori, tüm araştırmayı ve bilim yapma tarzını belirleyen mantıksal ön kabuller olan paradigma, terimler, araştırma soruları, konuları, araştırma yöntem ve tekniklerini içerir. Dijital din olgusu, yaklaşık çeyrek asırlık kısa bir geçmişe sahiptir ve bu yüzden araştırmacılar için ortak bir dijital din teorisi henüz oluşturulabilmiş değildir.

Dini ifade biçimlerimiz yeni teknolojik araçların imkânları çerçevesinde şekillenmektedir. İnternet kullanımının artması ve dini içeriklerin sanal ortamla buluşması sürecinde, din olgusunu ifade etmek için "siber din", "sanal din", "çevrimiçi din (online religion)" gibi kavramlar ortaya çıkmıştır.

Mobil uygulamalar, farklı dini inanç ve geleneklere sahip kullanıcılar tarafından dini içerik oluşturma ve dini içeriklere erişim bakımından yoğun olarak kullanılmaktadır. Araştırmalar, mobil cihazların dinin siber uzayda yer edinmesi ve kendini dijital din olarak yeniden üretmesindeki rolüne atıf yapmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı dijital teknolojiyle simbiyotik yaşamın ve birlikte mevcudiyetin koşullarını büyük olasılıkla gerçekleştirmiş sonraki-insanın inanç ve ibadete karşı tutumunu öngörme girişimlerine ilişkin dijital din araştırmalarını analiz etmektir.

Dinin siber uzamda görünümlerinin tarihselliği ele alınarak günümüzde geldiği nokta ve gelecekte öngörülen değişim ve dönüşüm sürecinin tartışılarak ele alınması da bu çalışmanın amaçlarından biridir. Bu noktada siber uzayda dinî söylem hatta dini pratiklerin yeniden üretilmesinin analizi de önem taşımaktadır.

Din olgusunun siber uzamda var oluşunu ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, içinde bulunduğumuz dijital çağın modern iletişim teknolojilerinin bireysel ve toplumsal alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdiğinin yanı sıra sanallaşan cemaatleriyle, sanal ritüelleriyle, ibadet teknolojisiyle dinsel dönüşümün kaçınılmaz parçası kıldığını somut örneklerle ortaya koymayı hedeflemektedir.

3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

21. yüzyıl kullanıcılarını nasıl bir geleceğin beklediği konusunda sosyo-teknik-dijital olguların felsefi analizlerine ihtiyaç artmıştır. Yeni medya ortamlarının çeşitliliği ve dijitalleşmenin hızı ile bunların dinle etkileşiminin artması, siber uzayda dinî söylem hatta dini pratiklerin yeniden üretilmesini sağlamıştır. Yazı ve matbaanın icadının düşünsel etkileri gibi, teknolojikleşmenin de benzer bir etkiyle dini dönüştürmesi kaçınılmaz olmuştur.

Yükseköğretim Kurulu'nun Ulusal Tez Merkez'inde yapılan incelemeler neticesinde Türkiye'de Sosyal Bilimler Enstitüsü kapsamında dijitalleşen din / sanal din /çevrimiçi din kavramları üzerinde duran mevcut çalışmalar; dinin medyadaki görünümü, dini içerikli mobil uygulamalar, sosyal medya ve din ilişkisi gibi konular üzerine odaklanmış, dinin dijital görünümlerini parça parça ele alıp tasvir eden tekil çalışmalardır. Henüz üzerinde uzlaşılmamış, terim ve sorunları tespit edilmemiş, araştırma paradigması geliştirilmemiş emekleme aşamasındaki bir entelektüel alanda yapılan analitik yaklaşıma dayalı bu araştırmada dijital din, dijital beşeri bilimlere ait sosyo-teknik-dijital olgu olarak tanımlanmakta; dijital din terminolojisi, sorunları, dijital beşeri bilim paradigması ve araştırma teknikleri tasvir edilmektedir. Böylece "dijital din" araştırmaları için teorik bir çerçeve sunulmaktadır.

Araştırmaların ülkemiz akademik çalışmaları kapsamında yetersiz olması, bütünlükçü bir çalışmanın yapılmamış olması da bu çalışmanın önemini artırmaktadır. Mantıksal bir bütünlükle ele alınacak olan dijitalleşen din olgusu bundan sonra yapılacak çalışmalar için bir basamak nispetinde olacak ve literatüre entelektüel bir değer katacaktır. Bu alan üzerinde daha pek çok çalışma yapılacağı kuvvetle muhtemeldir. Bizim yapacağımız bu çalışma, bundan sonra konuya ilişkin yapılacak benzeri araştırmalar için bir kaynak oluşturması açısından da önem kazanmaktadır. Konuyu din ve iletişim açısından ele alarak hazırlanan bu çalışma interdisipliner bir alana denk düştüğünden birçok disiplin için kaynaklık edecek bir özellik taşımaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Kaçınılmaz olarak çok yönlü bir okuma ve değerlendirmeyi gerekli kılan bu çalışmada geleneksel cemaatlerden siber uzamdaki dini örgütlenmelere, dini bilgide dezenformasyondan medyatik vaizlere kadar birçok kavramı irdeleyerek dinin uğradığı tüm tarihsel uğraklardan sonra günümüzdeki çevrimiçi modeline nasıl evirildiği anlaşılmaya çalışılacaktır. Bu tezde dijital dinle ilgili güncel çalışmalar kapsamlı incelenerek sanal din/ çevrimiçi din/ dijitalleşen din kavramlarının ortaya çıkış süreci ve bu süreçte dini ve dindarlığı ne ölçüde etkilediği etraflıca ele alınacaktır. Konu çerçevesinde sorun tartışıldıktan sonra dinin tekno-kültüre katılımının mümkün olup olmayacağı noktasında yorumlamalar yapılacak, literatür taraması ile de desteklenen nitel bir yöntem olan gömülü teori (teori temellendirme) yöntemi kullanılacaktır.

Gömülü teori yönteminin kurucuları olan Strauss ve Glaser'in (1967) karmaşık sosyal davranışı araştırmak için bir yöntem olarak geliştirdikleri çalışmaları Strauss ve Corbin (1998) ve Charmaz (2002) tarafından genişletilmiş, zamanla nitel araştırmaya eklenmiştir. Doğrudan doğruya veriden teoriler, kavramlar, hipotezler geliştiren bir metot olan gömülü teorinin asıl maksat, kavramsal sınıflar arasındaki bağlantıları tespit etmek ve bunların hangi kuramsal ilişkilerle şekillendiğini ve dönüştüğünü keşfederek gerçeklere dayalı teori geliştirmektir (Charmaz, 2002).

Gömülü teoride, incelenen olgu ya da olayı araştırmacı kendi sosyal dünyası içinde açıklayabilmeyi amaçlar. Kavramlar arasındaki ilişkiler araştırılırken planlanmış aşamalardan faydalanan araştırmacı sosyal yaşamı kuramsal olarak hissetmenin kendisinin bir süreç olduğunu varsayarak insanların davranışlarını ve inançlarını anlamaya çalışır. Gömülü teoride gömülü halde bulunan esas kategori gömü aranırcasına titizlikle ve özenle incelenir, gözlemlenen davranışların sebeplerini aydınlatan ve anlamlandıran teoriler geliştirilir.

Her araştırmada olduğu gibi araştırmacı gömülü yöntemi kullanırken çalıştığı alan hakkında kendi ön bilgi araştırmalarını yaptıktan sonra verilerin güvenli olup olmadığını sorgulamalı ve önyargılı olmadığından emin olmalıdır. Biz de bu çalışmamızda teorik duyarlılıkla verilerin toplanması, çözümlenmesi ve araştırmanın tutarlı bir şekilde yürütülebilmesi için mevcut kavram ve yapıları karşılaştırmalı bir şekilde incelemeye çalıştık.

BİRİNCİ BÖLÜM: DİJİTAL KÜLTÜR

1.1 KÜLTÜR KAVRAMI

Kültür kavramı, birçok dilde anlamına ilişkin karmaşa ve belirsizlik olan, tartışmalı, geniş kullanımlı, kendisini oluşturan unsurların çeşitliliği göz önüne alındığında açıklanması zor bir kavramdır (Karslı, 2016: 38). Bilimsel araştırmalarda sıklıkla karşılaştığımız kavramlardan biri olan kültüre dair bugüne kadar Bennet, Taylor, Young, Thurmvald, Sapir, Kohen gibi ünlü antropolog kültür tarihçileri tarafından farklı tanımlar yapılmıştır. Kroeber ve Kluckhohn (1952) farklı disiplinlere bağlı olarak, kültür için yüz altmış dört farklı tanımdan bahsederler.

Edward Tylor'a (1958) göre kültür; insanların sahip olduğu ahlak, sanat, gelenekler ve inançlar gibi alışkanlıklarını kapsar. Türk sosyolojisinin önemli isimlerinden Ziya Gökalp'e (1975) göre kültür "Bir milletin dinî, ahlaki, akli, estetik, lisani, iktisadi ve fennî hayatlarının ahenkli bir bütünüdür." Bir diğer antropolog olan Malinowski'ye (1931) göre kültür; önceki nesilden kalıt yapıntılar, teknik süreçler, fikirler ve değerlerdir.

Her toplumun kendine has bir kültürü vardır. Kültür; varlığını ve canlılığını eğitim, din, dil, sanat, mimari, spor, edebiyat, film, müzik, hukuk, örf ve adetler, kılık kıyafet, ahlaki değer yargıları gibi çeşitli vasıtalarla nesilden nesile aktararak sürdürür. Tarihsel ve toplumsal gelişme sürecinde maddi ve manevi değerler bütünü olarak tanımlanan kültür, zaman içerisinde anlam ve içerik yönünden değişikliğe uğramış, post modern dönemle birlikte bu değişiklikler daha da görünür bir hal almıştır (Alimoğlu, 2010: 57).

Kültür doğadan bağımsız bir şey değildir. Yaşanılan çevre, kültürü etkiler. Bulaç'a (1991) göre kültür, insanın tabiatla geliştirdiği ilişkide bilgiyi yeniden üretmesidir. Yani bir insanın vahiy temeline dayalı bilgi kaynağından hareketle tabiatla girdiği ilişkilerinde ortaya koyduğu yeni bilgi türü onun kültürüdür (Al, 2019: 7). Toplumsal miras olarak devraldığı bu bilgi türüne her kuşak maddi ve manevi katkılar yaparak sonraki nesle aktarır. Birikimle seyreden bu süreçte toplumsallaşma neticesinde öğrenilerek hayat bulan kültür, hem insanları içinde bulunduğu coğrafya şartlarının etkisiyle pasif ve alıcı, üretime katılmaları ile etkin ve aktif olarak biçimlendirir hem de insanlar tarafından biçimlendirilme özelliği ile değişkenlik gösterir (Askeroğlu, 2017:3). Bir önceki kuşağın tercih ve tecrübelerinden miras alınan kültür, bilinçli şekilde seçen ve tecrübelerinin muhasebesini yapanlar tarafından üretilmeye devam eder (Erdoğan, 2004: 7-19).

Kültür, insan odaklıdır. Dilimizde medeniyet ve çağdaşlık yerine kullanılsa da, hepsinin ortak noktası insana dayanıp, insandan neşet etmesidir (Karslı, 2016: 39). Bu denli insana bağımlı bir kavramın stabil olması beklenemez. İnsan hayatının bütün yönlerini tarihsel bir derinlik içinde kapsayan kültür (Yıldız, 2018: 175); sahip olduğu birikimle toplumlarda dönüştürücü ve bilgilendirici rol oynar (Yalçınkaya, 2016: 596). Kültürü oluşturan öğeler yer ve zamana göre değişim ve gelişim gösterir. Güvenç, kültürü şöyle tarif eder: "Kültür; öğrenilir, süreklidir, idealleştirilmiş kurallar sistemidir, toplumsaldır, ihtiyaçları karşılayıcıdır, bütünleştiricidir, değişir" (1994: 101-104). İnsan değişirse toplum değişir, toplum değişirse kültür değişir. Kültürü değişen bir toplumun dili, düşüncesi, töresi, göreneği değişir (Akarsu, 1998: 88-89).

1.2 GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE KÜLTÜREL DEĞİŞİM

Bir nesne ya da durumun zaman içinde aynı kalmaması, yeniden yapılanması ya da ortadan kaldırılarak yerine yenisinin getirilmesi, gelişmesi, büyümesi gibi anlamlara gelen değişim, kültürel değerlerde çözülme, bozulma, toparlanma veya düzelme şeklinde görülmektedir. Yaşam alanımız olan dünyamız da aynı şekilde pek çok etkene bağlı olarak devamlı bir değişim hâlindedir (Çevik, 2014: 114). Bu değişim ve dönüşüm sürecinde kültür, canlı bir organizma gibi bazen durup beklemiş bazen de duruma ayak uydurmuştur (Durmaz, 2018: 198). Gelişme yönüne bağlı olarak çeşitlenen değişim, dinamik bir öze sahip olan bu yapıyı teknolojik ilerlemeler ışığında etkisi altına almayı başarmış, her kültür değişen şartlara ve ihtiyaçlara cevap vermek durumunda kalmıştır (Yazıcı, 2013: 1491).

Kültürel unsurlarda gözlenen değişim ve dönüşümün ardına düşmek, halkın zaman içerisinde belirlemiş olduğu yolun doğrultusunu çizmek gibidir (Boyraz, 2009: 87). Bu yol halkın sahip çıktığı geleneğin değişerek korunmasına ya da zayıflayarak zaman içinde kaybolmasına bağlı olarak büyük oranda işleve vurgu yapar (Çevik, 2014: 115). Yaşatılması ve sürdürülmesi, yaşanılan zamana uygunluğuna ve toplumsal ilişkilere katkıda bulunur olmasına; yani işlevselliğine bağlıdır (Sever, 2010: 82).

Bir kültürde işlevselliğini yitiren değerler ya yeni şartlar altında yeniden şekillenip biçim değiştirmiş ya da zaman içinde varlığı yitirip tümüyle terk edilmiştir. Söz konusu kültür unsurları, yeni ve daha pratik seçeneklerle karşılaştıklarında yerlerini bu alternatiflere bırakarak başka bir kültür unsuruna dönüşmüştür (Çevik, 2016: 111). Örneğin sözlü kültürün köklü yapılarından biri olan bilmece geleneği yerini yazılı kültür ortamında bulmacaya, elektronik kültürde televizyonun bilgi yarışmalarına bırakmış, günümüzde ise akıllı telefonların mobil uygulamalarında yer bulmuştur.

Her insan, içinde bulunduğu toplumun temel unsur ve bileşenlerinden yoğrulan bilgiler ile varsıllaşır (Bulduk, 2016: 41). Tarihte insan odaklı anlama ve anlatma serüveninin iki ana öğesi bulunur: sözlü kültür ve yazılı kültür. Tarihsel süreç sözlü kültürle başlar. Söz en güçlü araçtır ve bütün kültürlerin temelidir. Sözlü kültürü sürdürülebilir kılan dil söz odaklıdır. İnsanların tarih boyunca konuştukları dillerden büyük bir kısmı yazı ile buluşamamış, kimi özünü yitirerek başka dillere asimile olurken kimisi tamamen kaybolmuş, sadece yüz altı tanesi edebiyat üretebilecek derecede yazıya bağlanabilmiştir (Akkaya ve Polat, 2018: 89-91).

Dil, insanların düşünce biçimi geliştirip aktarmalarını sağlayan bir aracı rolü üstlenir (Bulduk, 2016: 31). Dilin söze dayalı bir iletişim aracı olması, sözlü kültür ortamının oluşup gelişmesinde hareket noktası olmuştur (Çevik, 2016: 111). İnanç ve değerler dünyasında yaşayan insan için dil; bilgi, tecrübe ve birikimlerin aktarımını ve öğretimini sağlayarak toplum hayatının ilerlemesine ve kurumsallaşmasına öncülük etmiştir (Yıldırım, 2000: 333).

Her toplumun kendine özgü bir kültür dili vardır. Bu nedenle toplumun yapısında gerçekleşen her türlü kültürel, ekonomik ya da sosyal değişim dil üzerinde etkisini gösterir (Güneş, 2013: 77). Dil, aynı dili konuşan insanların ortak anlaşma zeminini oluşturur. Dili kullanırken bu zemine ve bunların ilişkiler düzenine riayet etme zarureti vardır. İletişimin başarısı da buna bağlıdır (Cebeci, 2011: 135).

Bir toplumun değerleri ve dünya görüşleri sözlü gelenekle dile gelir. Yaşanan tecrübelerin biriktirilerek sonraki nesillere aktarılması; sözlü anlatım geleneği ve yazılı aktarım yöntemi olmak üzere iki mecra üzerinden yürütülmüştür (Akkaya ve Polat, 2018: 91). Söz, zihinden bağımsız değildir; sözden yazıya geçişte insan zihninde yaşanan değişim yazının gücünden kaynaklıdır. Yazı, sözün görselleştirilmiş ve zamana karşı direnç kazanmış bir türevidir (Küçükyılmaz, 2016: 184). Yazı, insanların hayatında önce el yazması, sonra taş basması ve en son da matbaa ile yer edinmiştir (Koçak, 2005: 277).

Yazının vazgeçilmezliği bilim ile arasındaki sıkı dokudan kaynaklanmaktadır. Yazı, sözlü kültürden elektronik kültür ortamına geçişin temel basamağıdır (Çevik, 2016: 113). Dil, yazı ile kaydedilmiş olan metne sabitlenir ve canlılığını, mitolojik özelliğini yitirir (Medin, 2017: 364). Bir ulus okumaya başladığında, bir zamanlar tüm halkın malı olan şey, artık sadece ümmîlere kalır ve eğer bir antika meraklısı çıkıp derlemezse yavaş yavaş kaybolup gider (Görkem, 2009: 420). Günümüz dünyasında sözlü kültür ürünleri, bir yandan teknolojinin getirdiği hızlı içerik tüketimi yüzünden etkisini yitirirken, diğer yandan da teknolojik imkânları kullanarak kendine yeni bir varlık alanı oluşturmaya çalışmaktadır (Kızıldağ, 2018: 200).

Yazının devreye girmesiyle, sözlü kültürdeki duyma merkezli iletişim yerini görme merkezli iletişime bırakmış, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle de düşünme ve anlatım biçimi, görsel-işitsel medyaların iletişim şekli üzerinden biçimlenmeye başlamıştır (Medin, 2017: 366). Elektronik kültür ortamı da sözlü ve yazılı kültür ortamlarını kullanarak kendine özgü uygulamalarını geliştirirken hem sözlü kültür hem de yazılı kültür yeni formlara dönüşerek varlığını korumaya devam etmiştir (Çevik, 2016: 115).

Yazının insan bilincini en çok değiştiren tekil buluş, imal edilmiş bir ürün olduğunu vurgulayan Walter Ong (1999), aynı zamanda zihni zayıflatacağı yönündeki düşüncesi ile adeta yeni medya ortamlarında görülen, tüm hafızanın emanet edildiği cihazları haber vermektedir. Pek çok işlemin akılda tutulmaya gerek kalmaksızın aynı mekanı paylaşmadan, bir tuşa basarak halledilebildiği günümüz dijital ortamında kullanıcılar yerlerinden kalkmadan farklı iletişim yöntemleriyle yaşamlarını sürdürmektedir.

Yazı, sözlü kelimeyi görsel mekana yerleştirmiştir. Hem matbaa hem de bilgisayar bu anlamda yazının açtığı yolda ilerleyerek dinamik sesi, suskun mekana indirmeyi başarmıştır (Çevik, 2016:113). Ong'a göre sözlü anlatımın elektronik dönüşümü, kelimenin yazıdan matbaaya uzanan mekân bağlarını kuvvetlendirmiştir. Çekilen filmler ve televizyon programları ile halk inanç ve uygulamalarından beslenen efsane, masal, destan gibi sözlü anlatı türleri elektronik kültür ortamına aktarılmış, teknolojinin getirdiği görsellik, geleneksel anlatım ortamını ve çekiciliğini daraltmıştır (Kızıldağ, 2018: 199). Sözlü kültürdeki yerel topluluğa yönelik olan hitabet elektronik kültürle başka bir boyuta taşınmış ve görsel-işitsel teknolojinin dolayımından geçerek küresel köyün kitlesine yönelik üretilmeye başlanmıştır (Medin, 2017: 366).

Doğası gereği sürekli değişim gösteren kültürün seyri, toplumsal araçlarla aktarılıp iletilmesi sebebiyle iletişimin seyriyle orantılıdır. Günümüzün iletişim teknolojileri (bilgisayar, internet, cep telefonu), her türlü elektronik cihazı içeren (radyo, kasetçalar, televizyon) elektronik kültür ortamını başka bir boyuta taşımıştır. Tek yönlü ve sabitleşmiş, sınırlı düzeyde geribildirimi olan bir iletişim şekli ile interaktif hâle gelebilen günümüz teknolojisini aynı elektronik kültür dairesinde ele almak tartışmalı bir husustur (Çevik, 2016: 111). Biz de çalışmamızda günümüz teknolojisini ifade eden dönemi dijital kültür ortamı olarak ele alacağız.

1.3 DİJİTALLEŞME SÜREÇLERİNİN KÜLTÜRE YANSIMALARI

Organik bir yapıya sahip olan kültür; geçirgen, dinamik ve döngüseldir, teknoloji ile iç içedir. Bu nedenle hayatın her alanında hissedilen teknolojik gelişmeler kültürü direkt olarak etkilemektedir. Yazının ve matbaanın icadı bilginin saklanması, yayılması ve bilgiye erişilmesi noktasında tarihteki önemli dönüm noktalarıdır. 1969 yılında ARPANET, 1989 yılında World Wide Web'in ve 1993 yılında ilk internet tarayıcısının icadı bilginin kaderini değiştirmiştir (Bozkurt, 2014: 513). Bilgiye erişimin ve elde edilen bilginin işlenme hızının

büyük bir artış gösterdiği çağımızda kültürel değerlerde de önemli değişimler gerçekleşmektedir.

Güney (2017: 213) teknolojiyi, insani bir amacı yerine getiren bir araç ve bir kültürün elinde bulunan aletler ve mühendislik uygulamaları toplamı olarak tanımlar. Teknolojinin durdurulamaz gelişimi sayesinde donanım maliyetlerinin düşmesi, depolama cihazlarının kullanımında artış, fiber optik kablolar, dünyamızı çevreleyen uydular ve Web'in dev bir veritabanına dönüşmesi ile gözle görülür bir boyuta ulaşan değişimle gelen yeni vasıtalar sayesinde kültürün ifade gücü de artmış (Akgül, 2017: 196), 2000'li yıllarla birlikte yeni buluşların üretim yapısını tamamıyla değiştiren Dördüncü Sanayi Devrimi (Endüstri 4.0), dijital dönüşüm sürecini başlatmıştır (Yankın, 2019: 1).

Kuruluşların iş yapış süreçlerine bilişim sektörünün entegre olması ile ortaya çıkmaya başlayan dijitalleşme, kurumların tüm paydaşlarıyla olan ilişkilerine yönelik köklü bir anlayış değişikliğidir (Çeber, 2019: 130). Yaşamı, sanatı, medyayı, zaman ve mekân kavramlarının anlamlarını da etkileyen dijitalleşme, toplumun alışılagelmiş değer yargılarını değişime uğratmış öyle ki kullanıcılar yeni sosyal değerleri özümseyemeden bambaşka davranış paketleri ile karşılaşır olmuştur. Örneğin geçmişte insanların yaşamını idame ettirebilmek için yaptıkları tüketim bugün kendi kişisel haz, eğlence ve mutluluk duygularını tatmin edebilmek için alışveriş çılgınlığına dönüşmüştür.

Dünyayı dijital ekranlarının arkasından izleyen kültür endüstrisinin en büyük müşteri kitlesini oluşturan günümüz gençleri (dijital yerliler), sosyal medyanın da büyük etkisiyle teknolojinin hâkim olduğu güçler tarafından şekillendirilmektedir. Bu durumda elbette geleneksel kültürün yabancı kültürler karşısında direnci zayıflamaktadır (Yazıcı, 2013: 1491).

1.4 DİJİTAL KÜLTÜR KAVRAMI VE TANIMI

Bilim ve teknolojideki gelişmeler toplumsal hareketliliği geçmişte hiç olmadığı kadar hızlandırmıştır. Gelinen noktada toplumsallık dijital formda yeniden üretilmektedir (Haberli, 2019: 308). İçinde bulunduğumuz çağın karakteristik özelliği olan bilginin süratli bir biçimde yaşamı etkileyerek getirmiş olduğu yenilikleri analiz edebilmek için literatüre kazandırılan kavramlardan biri de "dijital" kavramıdır. Latincede parmak, Fransızcada ise dokunulan veya parmakla sayılan anlamına gelen bu kavram bilişim teknolojilerinin üzerine temel oluşturduğu sayısallaştırma mantığını ifade eder ve bilginin elektronik sistemde ikili sayı formuna dönüştürülmesini anlatır (Çeber, 2019: 130).

Dijital dünyada bilgiler 0'lar ve 1'ler dizisi olarak ifade edilir ve farklı kombinasyonlar ile mevcut bilgimizin oluşturulmasına sağlar (Ballı, 2020: 2). Bu büyülü dünyanın insanlara sunduğu hızlı ve etkili iletişim dijitalleşmenin önemini artırmaktadır. Dijitalleşme; özellikle internetin yaygınlaşmasıyla beraber pek çok alanda dijital mecraların kullanılmasını zorunlu kılmış, yüz yüze iletişim giderek azalmış, insanların yaşam pratikleri ve iletişim alışkanlıkları önemli ölçüde değişime uğramıştır. Analogdan dijitale geçiş yapan ya da dijitalde üretilmiş farklı yapılardaki nesnelerin birbirleri içinde geçişken olmasının (Yengin, 2012: 352) sonucu olarak zaman ve mekândan tecrit edilmiş kimlikler bedenden kopuk olarak nesneleşmeye, birer göstergeye dönüşmeye başlamıştır (Güzel,2016: 96).

Dijitalleşme denildiğinde akla gelen ilk şey, internet tabanlı medya formlarıdır. Ancak dijitalleşme, internetten daha kapsamlıdır. İnternet, dijital cihazları birbirine bağlayan bir teknolojidir. Örneğin; bilgisayar, televizyon, tablet vb. mobil cihazlar dijitaldir ama internet onları bütünleştirip işlevsel kılar. Bilgisayar veya tabletten oyun oynama, telefonla kısa mesaj gönderme gibi durumlar teknik olarak internetin parçası değildir ancak dijitalleşmenin önemli bir ayağı olan mikroçipler ve uydular tarafından sağlanmaktadır (Haberli, 2019: 308).

Bilgisayar tabanlı yeni iletişim teknolojileri sayesinde bilginin iletimi ve yayılması konusunda yaşanan hız (Hülür ve Bekiroğlu, 2016: 146), uzayda uydular, yeryüzünde fiber optikler aracılığı ile dolaşan bilginin hacmi ve akışındaki büyüme, interaktivitenin artışı gibi birçok yenilikle beraber (Ekinci, 2016: 290) bilgiye erişmek, bilgiyi saklamak, kullanmak ve yaymak için yeni yaklaşımlara ihtiyaç duyulmuştur (Bozkurt, 2014: 520).

Günümüzde kültür kavramına kazandırılan yeni anlamlar, kitle iletişim araçlarını, küreselleşmeyi ve etkileşimi kapsar. Değişen içeriklerin altyapısı, yaşanan kültürün oluşturduğu davranış ve uygulamalarla kendi konumunu oluşturmasına neden olan dijital kültür kavramını geliştirmiştir (Ballı, 2020: 4). İnternetle iletişim elektronikleşmiş; enformasyon dijitalleşmiş ve bu yeni kavram siber kültür (Lévy, 2001), bilgi kültürü, ara yüz kültürü (Johnson, 1997), internet kültürü (Zittrain, 2014), siber toplumun sanal kültürü (Jones,1997) gibi farklı ifadelerle literatüre dahil olmuştur.

Dijital sistemler ve onun kurallarının hüküm sürdüğü ve dijital terminoloji tarafından yapılanan paylaşımlarla özetlenebilen dijital kültür insanların sonsuz bir iletişim imkanı bulduğu çağımızın yapısını tanımlamaktadır (Tutar, 2019: 493). Dijk (2016), dijital kültürü bilgisayar, cep telefonu, internet ve diğer dijital medya araçlarını kullanan kişilerin gerçekleştirdiği uygulamalar olarak tanımlamakta ve dijital kültürün kullanıcı üretme, önceden programlama ve yaratıcılık, görselleştirme parçalanma, yeniden birleştirme,

hızlanma ve nicelleşme gibi özellikleri olduğunu ifade etmektedir. Dijk bu özellikleri dijitalleşmenin analog kaynakların bitler ve baytlara teknik olarak bölünmesine imkan vermesi, multimedya sayesinde kullanıcıların kendi kreatif sanatsal çalışmalarını ortaya koyabilmeleri, hızlı bilgisayarlar, hızlı modemler, hızlı programlar ile hız kelimesinin anahtar kelimeye dönüşmesi, ekranların tüm iletişim için etkin hale gelmesi şeklinde açıklamaktadır. Tüm bu süreçlerin yansıması olarak insanların günlük yaşantısını da etkisi altına alan dijital kültür, kendini yenileyen, karmaşık bir yapıdadır (Askeroğlu, 2017: 82).

1.5 DİJİTAL KÜLTÜRÜN ARAÇLARI

1.5.1 Kitle İletişim Araçları

Günümüz insanının ışık ve gölgeye göre hayatı anlamlandırma çabası, Plato'nun mağara metaforundaki gibi gölgeleri takip etme izleniminden farklı bir boyuta evirilmiş, bilgi ve teknolojiye sahip post modern insan, ideal dünyayı tanıyıp, Platon gibi etrafını aydınlatmak istemiştir (Sirer, 2019: 481). Yaşanan bu süreçte yeniden üretim, iletişim-etkileşim-dijitalleşme üçlüsü tabanında gerçekleşmektedir (Gezginci ve Işıklı, 2018: 114).

Kültürün aktarımı sürecinde iletişim önemli bir rol oynamakta, iletişimin seyri, kültürün seyrinde de büyük oranda belirleyici olmaktadır. Bu belirleyicilik, özellikle kültürün değişim süreçlerinde ortaya çıkar (Çevik, 2016: 109). İletişim, hem insanların sosyalleşmesine katkısıyla bugününe şekil verir hem de geçmişi ile kurduğu bağ ile toplumsal mirası yeni nesillere aktarma işlevi görür. Böylelikle toplumsal tarihin oluşmasını ve toplumdaki geleneklerle kültürel kimliğin korunmasını sağlar (Furat, 2009: 47).

İnsanın sözle başlayan kendini ifade etme çabasının yansımaları olan ilkel mağara resimleri ve yazının icadı iletişim ve kayıt altına alma ihtiyacını doğurmuştur. İletişimi anlayabilmek ve toplumsal değişimi yorumlayabilmek için Postman, iletişim sürecini 4 aşamaya ayırır:

- **i.** M.Ö 4. yüzyılda yazının icadı
- **ii.** 15. yüzyılda matbaanın kullanımı
- **iii.** 19. yüzyılda kitle iletişim araçlarının icadı
- **iv.** 20. yüzyılda internetin icadı

20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başlarında meydana gelen bazı olaylar ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin yarattığı imkânlar bu tabloya yeni değişkenlerin eklenmesine sebep olmuştur (Bozkurt, 2014: 512).

İletişim ortamı, teknolojik gelişmelerle şekillenen kitle iletişim araçlarıyla her an güncellenmekte (Yengin, 2012: 352), yeni sosyal ağlar yeni kültür ve yeni beğenilerle şekillenmektedir (Sirer, 2019:489). Postman'a (1990: 19) göre kültür; sözün eseri olmakla birlikte, resimden hiyeroglife, alfabeden televizyona kadar her iletişim aracıyla yeni baştan yaratılmakta, her araç (medium) düşünceye ve duyarlılığa yeni bir yönelim kazandırarak benzersiz bir söylem tarzının ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Ona göre bir toplumda kullanılan iletişim araçları o toplumun entelektüel meşguliyetlerinin şekillenmesinde etkin rol oynamaktadır.

Sözlü ve yazılı kültür formlarını değiştirip dönüştürerek içinde eriten ve yenileyen elektronik kültür, günümüzün gelişmiş teknolojileri ile kendine özgü pratikler geliştirerek apayrı bir boyuta taşınmıştır (Durmaz,2018: 199). İnsanlığın iletişim odaklı seyrinde mağara resimlerinin, kuşların, ateşin ve dumanın, ulakların, mektupların, telefon, telgraf, radyo ve televizyonun ciddi bir önemi varken internetin icat edilmesi tüm iletişim dünyasında bir devrim etkisi yaratmış (Anar, 2019: 26), söz konusu süreç, iletişim kavramının çehresini birçok yönden değiştirmiştir (Fidan ve Rençber, 2019: 220).

Çağlar boyunca bilginin belli otoriteler tarafından kontrol edildiği; bilgiye erişim için akademik çalışmalar, okullar, kütüphaneler vb. ihtiyaç duyulduğu analog sistem, bilgi ve iletişim teknolojileri ve dijital ağların ortaya çıkmasıyla dijitalleşmiş, dağıtık bir yapıya bürünerek onu arayan herkesin erişebileceği bir duruma yükselmiştir (Bozkurt, 2014: 521).

Kitle iletişimi; bilgi, haber veya fikirlerin çeşitli araçlar vasıtasıyla insanlara dağıtılıp ulaştırılmasıdır. Bu süreçte genellikle uzman kişiler belli merkezlerden farklı amaçlarla mesajlar oluşturur ve bunları amaca uygun araçlarla kitlelere ulaştırır (Karaca, 2016: 633). Kitle iletişiminde iletişimi sağlayan tek bir kişi değil, organize olmuş bir gruptur. Alıcı, iletişimi sağlayan tarafından tanınmayacak kadar büyük, heterojen ve anonimdir. Kamusal ve hızlı bir yapıya sahip olan kitle iletişimi, alıcısı tarafından kısa bir şekilde tüketilmeye yöneliktir (Furat, 2009: 42). Her alanda topluma mesaj ulaştırma ve bu yolla yön verme imkânı sağlayan kitle iletişim araçları (Certel, 2008: 158), sosyal örgütlenmeyi güçlendirip kamuoyu oluşturmakta, toplumun değer yargıları, davranış kalıpları kısaca kültürüne dair ne varsa sonraki kuşaklara ulaştırılmasında temel taşıyıcısı olarak etkin bir rol oynamaktadır.

Tutum değişikliği araçları olarak da tanımlayabileceğimiz kitle iletişim araçları "mesajı ileten/kaynak" ve "alıcı/ hedef kitle" arasında "aracı" konumundadır ve kültürü besleyici bir işleve sahiptir. Kitle iletişim araçlarındaki hızlı gelişim, eğlenme, öğrenme ve bilgilenmedeki geleneksel yaklaşımları etkilemekte, toplumlar eğitim kurumlarını yeni duruma göre ayarlamaya çalışmakta, yeni alışkanlıklar ve yeni okuryazarlıkların ortaya çıkardığı problemlerle boğuşmaktadırlar (Arslan, 2016: 9). Bugün radyo, gazete ve televizyon kanalları gibi medya organları dijital platformları yoğun bir şekilde kullanmakta, tüketiciye anlık iletilerle istenilen yer ve zamanda ulaşabilmektedirler (Karaca, 2016: 643).

Mağara resimlerinin, dumanın, taş tabletler, abideler veya ulakların iletişime aracılık ettiği bir toplum ile mektupların, telgraf veya telefonun kullanıldığı bir toplumun hem büyüklük hem de ilişkiler açısından aynı olması beklenemez. İletişim araçlarının sabit veya sınırlı olduğu bir yerde, toplumsal yapı da küçük ve sabit kalır. İletişim araçlarının gelişmesiyle coğrafi sınırların ortadan kalkması, insanların yeryüzüne yayılması, zamanın hızlanarak zaman ve mekân bütünlüğünün parçalanması sayesinde (Bağce, 2014: 8) çok farklı değerlere ve yaşama biçimlerine sahip kişilerle kolay bir biçimde bağlantı kurabilmekte, iletişim ve etkileşim fırsatı bulmaktadır (Koç, 2008: 49).

1.5.2 İnternet ve Yeni Medya

Toplumsal değişmeye tesirleri ve önemine binaen matbaanın icadı bir milat olarak değerlendirilmiş, matbaa öncesi ve sonrası ayrımı yapılmış, radyo icat edildiğinde ise Marconi öncesi ve sonrası ayrımı ortaya atılmış ve yaşadığımız çağı önceki dönemlerden ayırmak için, internet öncesi ve sonrası şeklinde tanımlamalar yapılmıştır (Akgül, 2017: 192). İnternetin ses, yazı ve görüntüyü bir araya getiren yapısı, gazete, radyo ve televizyonun üstünlüklerini tek çatı altında toplaması, onu diğer geleneksel medyaya göre daha etkin kılmış, güçlü bir enformasyon sunumu gerçekleştirmesini sağlamıştır. Küreselleşmenin etkisiyle diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla toplumun geneline daha hızlı bir şekilde yayılan internetin sanal iletişimle toplumlar arasında yakınlaşmak ve ortak ilgiler oluşturmak, farklı yaşam koşullarında yaşayanlarla yakınlaşma sağlamak gibi toplumsal hayata dönük pek çok etkisi olmuştur (Vardi, 2012: 93).

Her yeni teknoloji bir sonraki nesile taşınacak olan kültürü, inançları, değerleri ve ilişki biçimini hiç ummadığımız biçimde değişime uğratabilir (Değer, 2020). İnternetin yaygınlaşması ile hayatımıza giren yeni medya kavramı da bunlardan biridir. Kullanıcıların yaşamlarında yeni bir kültürün gelişmesinde, karşılıklı bir biçimde bilginin elde edilip işlenmesinde ve aktarılmasında etkileşime olanak sağlayan yeni medya geleneksel medya

araçlarından farklı olarak sayısal televizyon, dijital radyo, İnternet, GSM, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD, interaktif CD, iki katmanlı DVD, Blue-Ray teknolojisi ve mobil sistemler gibi sayısal teknolojilerin tümünü kapsar ve oyun konsolları, tabletler, bloglar, sosyal medya gibi yeni iletişim teknolojilerini içermektedir (Öztürk, 2019: 446). Toplumsal ve kültürel olguların şekillenip biçim almasında önemli bir araç duruma gelen yeni medya ortamları, çoklu ortam özelliği ile geleneksel medyanın gösterdiği monolog yapıyı ortadan kaldırıp kesintisiz bir iletişim sağlayarak alternatif bir medya aracına dönüşmektedir (Çambay, 2015: 241).

Geleneksel medyanın maliyetli olması ve dijital uçurumun yavaş yavaş ortadan kalkıp internetin yaygınlaşmasıyla medya sektöründe yer alan kuruluşlar teker teker yeni medyaya yönelmiş (Kırık ve Beştaş, 2019: 133), geleneksel medyanın tekelinde olan bilgiyi geniş kitlelere yayabilme gücü zayıflamış, bilgi ve enformasyonun üretilmesinde herhangi bir otorite veya profesyonele olan ihtiyaç azalmış (Haberli, 2019: 308), kullanıcılar; yeni bir paradigma süreci içinde, yatırım gerektirmeyen, kurumsal yayın politikaları olmayan, tamamen kendi tercihleri ile gerçekleştirdikleri, eşik bekçilerinden muaf, multi etkileşimli yayınlar yapabilir olmuşlardır (Şahin, 2016: 51).

Yeni iletişim teknolojileriyle yaşanan gelişmeler, televizyonculuk alanında da yeni tipte yayıncılık anlayışının doğmasına zemin hazırlamış, mobil cihazların kullanım biçimleri televizyonculuk pratikleri ile dijital dönüşümleri bir araya getirerek yeni formatların popülerleşmesine sağlamıştır (Kabaş, 2019: 325). Dijital teknolojinin televizyon yayıncılığında kullanılmaya başlanması ve devam eden süreçte internet ve telekomünikasyon teknolojileri sektörlerinin yakınsaması; televizyon yayıncılığını ekranı olan her yere taşıyarak, yeni medyanın bir ürünü haline getirmiştir (Dönmez ve Kırık, 2019: 151). 2010-2020 yılları arasını kapsayan ve Web 3.0 diye adlandırılan dönemde, yeni iletişim ortamları ile ortaya çıkan dijital ve mobil yayıncılıkla etkileşim sayesinde alıcı, kaynak durumuna, izleyiciler, pasif modelden aktif modele geçmiştir (Sirer, 2019: 488). Kullanıcıların bu yeni ortamda eş zamansız olarak hem birbirleriyle hem de dijital teknolojiyle karşılıklı etkileşime girmesiyle iletişim şekilleri değişmiş, sosyal medya platformları şeffaf olarak görme ve görülmeyi sağlayan, bireylerin birbirlerini kolaylıkla denetleyebileceği bir alana dönüşmüştür. Sosyal medyanın temel özellikleri şunlardır (Cerrah, 2015: 15):

i. **Katılım**: Sosyal medya platformları katılım ve geribildirimi cesaretlendirir.

ii. **Açıklık**: Sosyal medya platformlarının çoğu katılımve geribildirime açıktır.

iii. **Karşılıklı konuşma**: Sosyal medya platformları karşılıklı sohbet imkanı sağlar.

iv. **Topluluk**: Herhangi bir amaçla topluluk oluşumuna izin verir.

v. **Bağlantısallık**: Başka sitelere, kaynaklara ulaşabilmek için link verir.

vi. **Medyada içerik oluşturma**: Kullanıcılar kendi düşüncelerini, tecrübelerini, fotoğraf ya da videolarını yayınlayıp paylaşabilmektedirler.

vii. **Yeni etkileyenler tabakası**: Medyanın demokratikleşmesi sayesinde kullanıcılar yeni etkileyenler tabakası olarak adlandırılabilir.

Dünyanın farklı yerlerinden birbirini tanımayan kullanıcıların hem yazılı hem görsel bir biçimde iletişim kurmaları, ortak bir sayısal ortamda buluşmaları ve sosyal medya aracılığı ile kendilerini ifade etmelerini mümkün kılan yeni medyada (Öztürk, 2019: 462) kullanıcılar zamandan ve mekândan bağımsız olarak boş vakitlerini değerlendirmekte, eğlenmekte, mesajlaşmakta, haber almakta, paylaşım yapmakta, günceli takip ederek bilgilenmekte ve kamuoyu yaratmaktadır (Sirer, 2019: 481). Anlık video, görüntü ve fikirlerin tartışıldığı kimi zaman toplumsal hareketlere ve sivil toplum örgütlerine öncülük yapan kimi zaman da ticari faaliyetlerin sürdürüldüğü bir kazanç alanı ve isteklerin duyurulduğu bu platformlarda (Gedikoğlu ve ark., 2019: 290), milyonlarca kullanıcıya sahip iletişim araçları toplumun sosyo-kültürel yapısında önemli değişimler meydana getirmektedir. Arap ülkelerinde yaşanan Arap Baharı, İspanya'daki Indiginados hareketi, ABD'de yaşanan İşgal eylemleri ve Türkiye'de Gezi Parkı Olayları sosyal platformların bilgiyi yayma ve büyük kitleleri etkileme noktasında; internetten aldığı güçle toplumları nasıl yönlendirebildiğine örnek olarak gösterilebilir (Erkilet, 2016: 92). Bu olayların gelişiminde merkezi bir konumda olan dijital medya bu gelişmelere neden olmadığı halde eylemcilere güç vermiş ve dine dayalı otoritelerde dahi otoritelerin gücünü sarsmıştır (Hülür ve Bekiroğlu, 2016: 150).

Toplumsal olayları gözlemleyip incelemek için adeta sosyal bir laboratuvar haline gelmiş olan dijital medya yani dijital ortamlar bu özelliği ile salt teknolojik bir araç olmanın ötesinde kültür inşasının gerçekleştiği, yayılıp tartışıldığı bir mekân olarak algılanır olmuştur (Haberli, 2020: 886). Alışveriş yaparken neye ihtiyaç duyduğumuzu ve neyi almaya karar verdiğimizi bilen Amazon, alışkanlıklarımızı ve tercihlerimizi takipte olan Google, fikir ve görüşlerimizden haberdar Twitter, ilişki durumumuzun tüm detaylarına sahip Facebook ve kiminle ne kadar süre konuştuğumuzu öğrenen cep telefonu operatörleri dev bir veri yaratmıştır (Sevim, 2019: 469). Bu veriler kolay, ucuz ve hızlı iletilebilir, kaydedilir ve saklanabilir olmuştur. Bu durum yeni medya için önemli fırsatlar doğurmuş, önce metinlere (Bloglar-1999), ardından imaj kullanımına dönüşmüş (Facebook-2004), daha sonra video

(YouTube-2005), ardından gerçek zamanlı metinler (Twitter-2006), sonrasında gerçek zamanlı imaj yayını (Instagram-2010, Snapchat-2011) ve nihayetinde gerçek zamanlı videolar, canlı yayınlar izleyicinin kullanıcıya dönüşmesini (Periscope-2015, YouNow-2015, Twitch-2014) sağlamıştır (Şahin, 2016: 54).

We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayımladığı 2020 Türkiye İnternet Kullanımı Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri Raporuna göre Türkiye nüfusunun %74'ü İnternet kullanmakta, %92'si cep telefonundan internete erişim sağlamakta, %64'ü sosyal medya kullanmaktadır. Sosyal medya kullanıcı sayısı bir önceki yıla oranla %4,2 (2,2 milyon) artış göstermiştir. Raporda sosyal medyada geçirilen sürenin yaklaşık 3 saat olduğu, sosyal medyayı en fazla kullanan kesimin ise 25-34 yaş aralığı bireyler olduğu, Türkiye'de Facebook kullanıcı sayısının 37 milyon, Instagram kullanıcı sayısının 38 milyon, Twitter kullanıcı sayısının ise 11,8 milyon olduğu belirtilmektedir. Bu kayda değer rakamlar sosyal medya ortamlarının toplum üzerindeki etkisinin düşünülmesi açısından çarpıcıdır.

1.6 DİJİTAL KÜLTÜRÜN BİREYLERİ: DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER

İnsanların bilişim teknolojilerine sahip olmaları ve erişebilmeleri noktasında başarılı olanlar ile başarısız olan toplumlar arasında meydana gelen ayrım; dijital bölünme, sayısal uçurum, sayısal bölünme, sayısal kopma ve dijital uçurum gibi farklı kavramlarla ifade edilmektedir (Kurt vd., 2013: 6). Dijital uçurum kavramı hem bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimdeki eşitsizliği hem de İnternet kullanımı açısından farklı sosyo-ekonomik düzeylerdeki insanlar ve coğrafi alanlar arasındaki boşluğu tanımlamaktadır. Bu boşluk kuşaklar arasında da gözlemlenebilir. Yaşadığımız dijital çağda, sanal gerçekliğe aşina olan ve yabancı kalanlar arasındaki boşluk artarken, yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği gelişmeler de nesiller arasında farklılaşmaya yol açmaktadır:

> "Benzer zamansal periyotlarda doğan, iktisadi ve toplumsal hareketlerden oluşmuş veya belirli bir sosyal çevreye ait olanları belirtmek amacıyla gerçekleştirilen tanımlara kuşak adı verilmektedir" (Adıgüzel vd., 2014: 166).

Jenerasyon (kuşak); içerisinde dünyaya gelinen toplum ve o toplumun kültürel iklimi, ilgili yıl aralıklarında hüküm süren ekonomik, siyasi ve toplumsal hareketler, değer yargıları, davranış ve tutum kalıpları gibi birçok ortak yönü bulunan bir yapıyı işaret eder (Kırık ve Köyüstü,

2018: 1498). Geçmiş kuşakların/eski neslin, zamanla değişime uğrayan kültürel yapının unsurlarını kabul etme noktasında yeni nesillere göre daha dirençli olmaları, kuşakların birbirlerini anlamakta zorluk çekmelerine, düşünce ve tercihlerinde farklılıkların oluşmasına sebep olmaktadır (Ayhün, 2013: 108).

Auguste Comte'a (1974) göre sosyal ilerleme ancak bir neslin sonraki nesle aşılayacağı birikimler ile mümkündür. Belli bir zaman aralığında doğanların benzer hayat tarzı, benzer davranış kalıpları ve benzer değer yargılarının olması aynı çağ içerisinde doğmalarından kaynaklanmaktadır (Gündüz ve Pekçetaş, 2018: 91).

İlk kez Karl Mannheim'in 1928 yılında yayınladığı bir kitapta ileri sürdüğü kuşaklar kuramı, Inglehart tarafından geliştirilmiş ve William Strauss ve Neil Howe'un 1991 yılında yazdıkları "Generations: The History of America's Future" isimli kitapları ile popülerlik kazanmıştır (Arslan ve Staub, 2015: 5). Mannheim (1998) kuşakları, ortak alışkanlıkları ve kültürü paylaşan insanlar topluluğu olarak tanımlar ve kuşakların tarihsel miraslarına bağlılıklarının vazgeçilmez bir şart olduğunu söyler (Latif ve Serbest, 2014: 136).

Literatürde kuşakların sınıflandırılması yapılırken dikkate alınan yaş grupları konusunda bir fikir birliğine varılamadığı bilinmektedir. Doğum yılları esas alınarak yapılan ve en fazla kabul gören sınıflandırma şu şekildedir (Keleş, 2011: 130):

- **i.** 1925-1944 yılları arasında İkinci Dünya Savaşı'ndan önce doğanlar: Geleneksel Kuşak
- **ii.** 1945-1965 yılları arasında doğanlar: Bebek Patlaması Kuşağı
- **iii.** 1966-1979 yılları arasında doğanlar: X Kuşağı
- **iv.** 1980–1995 yılları arasında doğanlar: Y ya da Milenyum Kuşağı
- **v.** 1990'lı yılların ortalarından sonra dünyaya gelenler: Z kuşağı

Her kuşağın felsefesi, kültürü ve alışkanlıkları birbirinden farklıdır (Karabulut, 2015: 12). Bilişim kültürü içinde yaşanan sosyal değişimlerin insanlar üzerinde yarattığı etkiyi anlamlandırmak için çeşitli sınıflandırılmalar yapılmıştır. Kuşaklar arasında meydana gelen, teknolojiye uyum sağlama, teknoloji ile tanışmadaki yaş farkı, teknolojiyi takip etme gibi durumlar genç yaşlı herkesin farklı tepkiler geliştirmesine sebep olmuştur. İçinde bulunduğumuz dijital çağda bilen, bilinen ve bilişin gerçekleştiği ortama dair yaşanan değişiklikler (Bozkurt, 2014: 514), kuşaklarla ilgili yeni kavramların literatürde yerini almasına sebep olmuş, Y nesli (McCrindle, 2006), internet nesli (Oblinger ve Oblinger, 2005), yeni bin yılın öğrencileri (Pedro, 2006), teknolojik yerli (Monereo, 2004), dijital yerli

(Prensky, 2001) gibi kavramlar ortaya atılmıştır. İnsanlar arasındaki kuşak farklılıkları internetle birlikte daha belirgin hale gelmiş (Eşgi, 2013: 189), kuşaklar son yıllarda teknolojiyi kullanım özelliklerine göre kavramsallaştırılmaya başlamıştır (Kuyucu, 2017: 846).

Teknolojinin her geçen gün gelişerek hayatımıza daha fazla nüfuz etmesiyle, toplumda bu gelişimin ortasında doğanlar ve yeni duruma kendilerini hazırlamaya çalışanlardan oluşan iki ayrı grubu Prensky (2001a), insanların yaşlarındaki farklılığa göre ele alarak sayısal uçurum kavramına dayandırarak değişik bir bakış açısıyla yorumlamış (Bilgiç ve ark., 2011: 2), internetten önce dünyaya gelenleri "dijital göçmen", internetten sonra doğanları ise "dijital yerliler" (ağ nesli) olarak sınıflandırarak literatüre yeni kavramlar kazandırmıştır. Prensky (2001), yeni nesil aktörlerini tanımlarken teknolojiyle büyüyen ve teknolojiyle sonradan tanışan şeklinde bir ayrım yapmış ve ağ ortamında büyüyen çocukları ifade etmek için dijital dilin bu kuşak tarafından ana dil (native speaker) olarak konuşulmasından hareketle "dijital yerli (digital native)" olmasının uygun olduğunu düşünmüştür (Karabulut, 2015: 16).

Araştırmacılar dijital yerli tanımına alternatif olarak çeşitli isimlendirmeler kullanmışlardır. Bu nesil literatürde "Millennials" (Howe ve Strauss, 2009), "Ağ Kuşağı" (Oblinger, 2003; Tapscoot, 2009), "Dijital Yerli" (Palfrey ve Gasser, 2008; Prensky, 2001; Prensky ve Berry, 2001), "Generation Y" (Jorgensen, 2003; McCrindle, 2003; Weiler, 2005), "IM Generation" (Lenhart, 2003), "Oyun Nesli" (Carstens ve Beck, 2005), "Google Nesli/Google Generation" (Rowlands vd. , 2008) ve "i-Generation" (Rosen, 2010) olarak adlandırılan bir nesildir (Yalçın, 2017: 569).

1980 ve sonrası dünyaya gelen gençleri ifade eden "Bin Yılın Gençleri- Milenyum Kuşağı (Millennials)" kavramını ilk kez Howe ve Strauss 2000 yılında yayınladıkları "Bin Yılın Öğrencileri Yetişiyor: Gelen Harika Nesil (Millennials Rising: The Next Great Generation)" adlı kitaplarında kullanmışlardır. Pedro (2006) ise Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'nün gerçekleştirdiği bir eğitim projesi kapsamında "Yeni Binyılın Öğrencileri (New Millennium Learners-NML)" kavramını gündeme getirmiştir. "Çekirge zihin (grasshopper mind)" terimini kullanan Seymour Papert (1994) dijital yerlilerin bir konuya odaklanma konusunda zorlanmaları ve dikkat sürelerinin kısa olması sebebiyle bu tanımlamayı yapmıştır.

Dijital Yerliler; X kuşağı**,** Y kuşağı ve Z kuşağı olarak isimlendirilen nesilleri kapsar. Teknolojik gelişimlerde X kuşağının önemli katkıları olmuş ve günümüz teknolojik ürünlerinin birçoğunu bu kuşağın bireyleri geliştirmiştir. Değişim kuşağı diyebileceğimiz X kuşağının mensuplarından Amazon.com kurucusu Jeff Bezos 1964, Youtube'un kurucuları

Chad Hurley 1976, Steven Shih Chen 1978 ve Jawed Karim 1979 doğumludurlar. Twitter'ın mucidi Jack Dorsey 1976 doğumludur ve hepsi X kuşağı çocuklarıdır.

Twenge ve arkadaşlarının (2010) geliştirdiği kuşak sınıflandırmasına göre, 2000 yılı ve sonrası doğan kuşak Z kuşağıdır. "Mission and Ministry" kuruluşu kendi internet sitesinde dijital çocuklar ve ".com" çocukları ismini uygun bulduğu Z kuşağının, hayat aralığı olarak (sağlık sistemindeki teknolojik ilerleme ve farkındalık arttığı için), sosyolojik olarak (teknolojinin getirisi bağlamında) ve tarihsel olarak (deneyimledikleri olgular bakımından) diğer kuşaklardan ayrıldığını söyler (Aydın ve Başol, 2014: 4).

Dijital yerliler, hayatlarının merkezinde dijital ortamların ve yeni teknolojilerin yer aldığı, gündelik işlerini teknoloji ile yürüten 21. yüzyıl çocuklarından ve gençlerinden oluşmaktadır (Bilgiç, vd., 2011: 2). Dijital yerliler, kendilerinden önceki kuşaklardan farklı birtakım temel özelliklere sahiptirler. Örneğin Prensky (2001a) bugünün öğrencilerinin öğrenme tarzlarının farklı olduğunu ve dijital yerli olan öğrencilerin öğretmenlerinin dijital göçmenler olduğunu söylemektedir. Dijital yerliler teknolojiyi farklı bağlamlarda kullanmaktadırlar:

i. Kişisel ilgi veya eğlence,
ii. Sosyal iletişim,
iii. Günlük işler için kullanım (otobüs ya da uçak bileti satın alma vb.)
iv. Profesyonel çalışma ve üniversite/ders çalışması (Bilgiç, vd., 2011: 4).

OECD tarafından gerçekleştirilen eğitim amaçlı projede Pedro (2006), "Yeni Bin Yılın Öğrencileri" nin özelliklerini şöyle sıralamıştır:

i. Dikkat süreleri kısadır.
ii. Zihinleri sürekli konudan konuya atlar.
iii. Çoklu işlemler yapabilirler.
iv. Anında dönüt isterler.
v. Dijital araçların dilini keşfederek, yaşayarak öğrenirler.
vi. Dijital olarak sosyal çevreleri gelişmiştir.
vii. Fiziksel olarak çoğunlukla yalnızdırlar.
viii. İletişimde ve ilişkilerde sabırsızdırlar.
ix. Fantezi dünyaları gelişmiştir.
x. Oyun merkezli öğrenirler.
xi. Metin öğelerindense dijital öğeleri tercih ederler.
xii. Kağıda basılı araçlardansa dijital araçları tercih ederler.

xiii. Eğitimden beklentileri yüksektir.

Dijital ortamlarda bilgiyi kendi kendilerine araştırıp bulmayı ve hiç tanımadıkları insanlarla bu bilgiyi paylaşmayı tercih eden **dijital yerli öğrenenlerin** bazı özellikleri şunlardır:

i. Bilgiye çabuk ulaşmak isterler.
ii. Bir yazıyı baştan sona okumak yerine kapsül halinde okumayı tercih ederler.
iii. Bilişsel yapıları sıralı değil paraleldir.
iv. Aynı anda pek çok işi yapmak isterler.
v. Yaşayarak, keşfederek öğrenmek isterler (Bilgiç ve ark., 2011: 4).

Dijital yerliler için bilgiye erişimde; hız, görsellik ve eğlence ön plandadır; hızlı bir şekilde erişim sağladıkları verinin görselliği zengin, kısa, paket veriler olmasını isterler, daha çok oyun ve eğlence içerikli sayfalarda zaman geçirmeye severler, uzun süre aynı konuya odaklanmada zorluk çekerler (Eşgi, 2013: 183).

Prensky (2001), teknoloji ve ürünleriyle ergenlik sonrası dönemde tanışmış olanlar için **dijital göçmen** kavramını kullanır; teknoloji tabanlı öğrenmede güçlüklerle karşılaşabilen, teknoloji okuryazarlığı dijital yerlilere oranla daha düşük düzeydeki insanları dijital göçmenler olarak tanımlamaktadır (Karabulut, 2015: 12). Dijital dünyada kendi yolunu bulmaya çalışan dijital göçmenler; yüz yüze iletişimi önceleyen, dijital yerliler gibi sanal gerçekliğe aşina olmayan, sonradan uyum sağlamaya çalışan bir nesildir (Eşgi, 2013: 182). Web çağından önce dünyaya gelen dijital göçmenler Prensky'e (2001a) göre dijital medya araçlarını kullanırken zorlanırlar, grafik yerine doğrusal okumayı seçerler, bilgiye ulaşırken önce basılı kaynaklara, sonra internete bakarlar, bir programın nasıl kullanılacağını öğrenmek için kullanım kılavuzunu okurlar (Tonta, 2009: 745).

Dijital göçmenler, geçmiş alışkanlıklarının etkisiyle dijital dili öğrenmeye çalışırken bu dili aksanlı olarak konuşurlar. Prensky, bu durumu **dijital göçmen aksanı** olarak adlandırır. Dijital göçmenlerin bir belge üzerinde düzeltme yapmak için çıktısını alarak okuyup çizerek düzeltmek istemeleri dijital göçmen aksanına güzel bir örnek olarak gösterilebilir (Kürkçü, 2015: 2).

Dijital göçmenlerin teknolojiyi kullanım amaçları genellikle belli bir ihtiyaçtan dolayıdır. Ancak son zamanlarda bilgi edinmenin dışında eğlence, sohbet etme gibi amaçlara teknolojiden faydalanmaya başlamışlardır. Yine de dijital göçmenlerin öncelikleri bu kültürün getirdiği araçlardan faydalanmaktır. En temel fark teknolojinin dijital yerlilerin hayatında günlük yaşamlarının doğal bir parçası olmasıdır (Kürkçü, 2015: 1).

Dijital göçmenlerin bilgi arama, kullanma yöntemleri de dijital yerlilerin yöntemlerinden farklıdır. Dijital göçmenler bilgi ve hizmetlere erişmek için taştan tuğladan örülmüş kütüphaneleri kullanmayı tercih ederken, dijital yerliler kütüphanelere kendi sosyalleştikleri, öğrendikleri ya da ders çalıştıkları ortamlarda ihtiyaç duydukları yer ve zamanda erişim sağlamayı isterler (Tonta, 2009: 760). Dijital göçmenler arasında, çocuğu ile aynı dili konuşmak onu daha iyi anlamak isteyen anne ve babalar, en az dijital yerli öğrenciler kadar teknoloji kullanmak zorunda kalan öğretmenler, dijital dünyayı işi ya da mesleği gereği takip etmek zorunda olanlar vardır (Kurt vd., 2013: 8). Dijital medya araçlarını ikinci kaynak olarak kullanan dijital göçmenler ile dijital ortamların içine doğan dijital yerlilerin haber alma kaynakları ve alışkanlıkları da farklılık göstermektedir. Dijital göçmenler haber kaynağı olarak basılı gazeteleri tercih ederken, dijital medya araçlarıyla büyüyen dijital yerliler internet gazeteciliği ve sosyal medyadan yararlanarak güncel gelişmelerden anında haberdar olmak isterler (Kürkçü, 2015: 2).

1.7 DİJİTAL KÜLTÜRÜN BİREYLERİN GÜNLÜK YAŞAMLARINDA ETKİ ALANLARI

Dijital teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkmaya başlayan ve internetin yaygınlaşması ile etkisi daha fazla hissedilir hale gelen dijital kültür, geleneksel toplum yapısında önemli değişimler meydana getirmektedir. Teknoloji kullanımının yaygınlaşmasıyla dijital kültürün yansımaları kullanıcıların hem gündelik yaşamlarında yaptıkları tercihlerde (iletişim tarzı, alışveriş, iş yaşamı, haber alma, eğitim öğretim vb.) hem de kurumsal alanda sıkça rastlanmaktadır. Kullanıcılar internet bağlantısının olduğu her yerde raporları dosyalayabilme, toplantılara katılabilme, tasarıları düzenleyebilme yani pratik bir şekilde uzaktan iş ile ilgili görevleri tamamlayabilme imkanına sahiptirler (Adıgüzel vd., 2014: 177). Dijital kültürün kullanıcıların hayatlarına interaktif iletişim imkanı kazandırmasıyla kullanıcılar, kendi özgün fikirlerini bu ortamda sunma, var olan metinler üzerine kendi eklentilerini yapma, kendi videolarını çekip yayınlatma, fotoğrafları kolajlayabilme, üzerinde oynama ve yeni görseller elde etme, blog ve mikroblog aracılığıyla var olan haberleri paylaşma ve bunlara kendi düşüncelerini yansıtma gibi sonsuz fırsatlar elde etmişlerdir (Askeroğlu, 2017: 85).

Dijital bir ekosistemle kullanıcıların yaşamını kuşatarak dijitalleşen toplumsal yaşam formu, kullanıcıların gündelik yaşamına nüfuz ederek her alanda değişiklik ve çeşitlilik yaratmıştır (Tutar, 2019: 513). Artık siyasi söylemler bile sosyal medya üzerinden dağılırken ticaret yeni bir şekil almış, insanlar evlerinden çıkmadan alışveriş yapabilme kolaylığını yakalamıştır.

Müzik, tiyatro gibi sanat yapıtlarına salona gitmeden sanal ortamlarda canlı performans olarak ulaşılabilir olmuştur. Literatür bloglara ve web sitelerine taşınmış, dijital kütüphaneler ortaya çıkmış, herkesin okuryazar olabileceği ve fikirlerini herkesle paylaşabileceği bir ortam oluşmuş, kitleler arası ortak zevk ve paylaşımların hâkim olduğu bu siber uzam kullanıcılarına yeni bir kültür anlayışı sunmuştur (Ballı, 2020: 5).

Bilgisayarlar ilk üretildiklerinde bir oda büyüklüğündeydi. Bugün ise mikro elektronik teknolojisi sayesinde ceplerimize sığabilecek durumdadır. Dijitalleşme sürecinin en etkin aracı olan bu cihazlar internet kullanımının ucuzlayıp yaygınlaşması ile bilginin işlenmesi ve kullanılmasını kolaylaştırıp hızlandırmış, bilgiyi, sanatı ve kültürleri evrenselleştirmede olağanüstü yeteneklerle donatılmıştır (Çokokumuş, 2012: 52) İnternet ve bilgisayar teknolojisindeki bu durdurulamaz gelişim literatüre hipermedya, sanal gerçeklik, çoklu ortam ve dijital dil gibi yeni kavramlar kazandırmıştır. Bunlardan biri de dijital bilgi çağının yaklaşımlarını temsil eden ve elektronik kavramının kısaltılmış hali olan "e" kavramı olmuştur (Bozkurt, 2014: 521).

1.7.1 Bilgi Toplumu ve E- Devlet

Hız ve değişim rüzgarının eşlik ettiği yeni iletişim teknolojileri, insanlığa bir yeni medeniyet, bir enformasyon devrimi ve beraberinde yeni bir toplum yapısı vaat etmektedir (Akgül, 2017: 193). Bilginin toplumun her alanında hâkim değer olduğu ve gücü temsil ettiği bu yeni toplum tipi; bilginin toplumun teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal tüm alanlarında kullanılmasının yol açtığı değişim ve gelişimi anlatan çok boyutlu bir olgudur. Bu toplumsal olgunun ortaya çıkmasında bilgiyi hâkim kılmaya aracılık eden başlıca unsur bilgi ve iletişim teknolojileridir. Sanayi toplumlarında makine ve sermayenin yeri ve önemini, bilgi toplumu diye adlandırılan bu yeni toplumda bilişim teknolojileri ile bilgi ve veri blokları almaktadır yani sanayi toplumunun sermayesi neyse bilgi toplumunda da bilgi odur (Yeşilorman ve Koç, 2014: 118).

Sözlü kültür, yazılı kültür ve elektronik kültür olarak adlandırdığımız süreçlerin en belirgin özelliği bilginin zamanla daha hızlı ve daha ucuz biçimde dağıtılmasıdır. Bilgi, 21. yüzyıl dünyasında önemli bir misyon edinerek değişimin ve küreselleşmenin hızlandırıcılarından birisi olmuştur. (Bozkurt, 2014: 515). Modern toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilmek için neredeyse her alana yayılmış ve kendini sürekli yenileyen bir olgu olarak değerlendirilen dijital kültür, bilgiye ulaşabilirlikte zaman ve mekândan bağımsızlığıyla bilgi toplumuna dönüşme noktasında başat rol oynamıştır (Güzel, 2016: 83).

1970'li yıllara gelindiğinde kapitalizmin girdiği krizden çıkmaya çalışırken örgütlü yapıdan örgütsüz küresel bir ekonomik modele doğru açılım kazanması, toplum teorisyenlerinin yeni dönemin üretim alanında yaşanan bu değişimleri farklı kavramsallaştırmalarla tanımlamaya çalışmalarına sebep olmuştur (Tutar, 2019: 492). Peter F. Drucker'ın "Bilgi Toplumu", Castells'in "Ağ Toplumu", Daniel Bell'in "Sanayi-Sonrası Toplum", Alvin Toffler'in "Üçüncü Dalga", Masuda'nın "Enformasyon Toplumu" şeklinde adlandırdıkları bu yeni toplum yaşam biçimleri ile önceki toplumlardan köklü biçimde ayrılan bir oluşumdur (Işıklı, 2014: 94).

Ekonomik, sosyal-kültürel ve siyasal açıdan çok boyutlu bir oluşum olan bilgi toplumu; üçlü sacayağı olan toplum-bilgi-teknoloji üzerinden gelişen sosyal dönüşüm projesi olarak değerlendirilebilir. Bu projede değişim, başta teknolojik alanlarda olmak üzere, toplumsal yapının tüm unsurlarında görülür ve topyekûn bir değişim sürecini kapsar (Yeşilorman ve Koç, 2014: 128).

Çağların ilkel çağ, sanayi çağı, bilgi çağı olarak adlandırılmasında her çağın sosyal ve ekonomik koşulları temel faktör olarak göz önüne alınmaktadır. Sanayi çağı olarak isimlendirilen sanayi devriminin yaşandığı toplumlarda buhar makinesinin yaptığı etkinin benzerini, bilgi toplumunda bilişim teknolojisinin temelini oluşturan bilgisayarlar yapmış, bu önemli buluş iletişim ve bilişim dünyasının temelini oluşturmuştur (Karabulut, 2015: 13). Dijital bir ekosistem olarak tanımlanabilecek bu yeni yapıda iletişim teknolojileri ile girilen etkileşim sonucunda kullanıcıların yaşamları doğal ekosistemlerinden sanal ekosistemlere doğru akmış, kurulan yeni sistemde kendi istekleri ile kültürel değerlerin alımlanması sürecinde değer ve norm dizgeleri aşama aşama farklılaşmıştır (Tutar, 2019: 493).

Bilgi toplumunda her alanda internet kullanımı oldukça yaygındır. Bu toplumlarda modernleşmeyle beraber devlet sisteminin dinamikleşme çabası içerisine girilmesinin bir sonucu olarak karşımıza "e-devlet" sistemi çıkmaktadır. Geleneksel devlet yapısının yetersiz kalmasından doğan ihtiyaçlar ve kamu hizmetlerinin şeffaflık felsefesi ile hareket etmesi gerekliliğinin farkına varılması gibi etkenler bu değişim sürecinde önemli bir oynamaktadır (Askeroğlu, 2017: 16).

Akçakaya (2017: 9) e-devleti; devletin, vatandaş, devlet çalışanları, devlet kurumları ve özel sektör ile elektronik olarak bağlantılı olmasıyla oluşan, zaman, emek ve maddi tasarruf yapılmasını sağlayarak verimliliği ve etkinliği arttıran organizasyonel bir sistem olarak tanımlar. Bu sistemin çalışmaları sayesinde vatandaş pasif konumdan çıkmakta, aktif katılım sağlamakta ve bilgiyi vatandaşla paylaşan şeffaf bir yönetim yapılanması amaçlanmaktadır.

Kamu yönetiminin gerek kendi içerisinde gerekse paydaşlarına yönelik hizmet sunumundaki dönüşümünün ifadesi olan e-devletin asıl hedefi vatandaşların yaşam standartlarının iyileştirilmesidir. Bu maksatla kamu hizmetlerini yaygın ve daha kolay erişebilir hale getirmek, vatandaşların istek ve eğilimlerini hizmet üretim ve yönetim sürecinde daha etkin değerlendirebilmek, katılımcı yurttaşlığın önünü açıp teşvik etmek ve devlet kurumlarının daha rasyonel ve verimli çalışmasını sağlamak amaç edinilmiştir. E-devlet sisteminin sağlayacağı faydaları şu şekilde özetleyebiliriz (Demir, 2018: 4):

- Hız, verimlilik ve kalite artışını sağlamak
- Takip ve erişim kolaylığı sunmak
- 7/24 saat kesintisiz hizmet vermek
- Hizmetin daha ucuz sağlanması
- Kurumlar arası bilgi paylaşımını kolaylaştırıp hızlandırmak
- Bürokratik süreçlerin basitleştirilmesi
- Zaman tasarrufu sağlanması
- Şeffaflığı artırma
- Maliyetlerin düşürülmesi
- Kırtasiyeciliği azaltma
- Her yerden işlem yapabilme kolaylığı
- Kamuya olan güvenin artırılması

1.7.2 Dönüşen Ticaret Anlatışı: E-Ticaret

Bilginin, bilgi toplumunun ekonomisinde belirleyici faktör olması, mal-para ilişkisini, bilgi-para şekline dönüştürmüştür. Stratejik kaynak haline gelen bilgiyi üretmek ve hizmete dönüştürmek, teknolojik gelişme ve değişimlerin olmazsa olmazıdır. Kültürel açıdan bu değişim ve gelişimler için teknoloji ve bilginin üretim tekniklerinin geliştirilmesi ve bilginin toplumsal yapı içerisindeki kültürel değerinin yüceltilmesi amaçlanmaktadır (Karabulut, 2015: 14).

Dijital kültürün kullanıcılar üzerinde yarattığı etki sonucu oluşan yeni tüketim alışkanlıkları sosyal medya ortamlarının sağladığı avantajla birlikte yeni medya araçlarının birer ticari platforma dönüşmesini sağlamış ve bu ticari platformlar **e-ticaret** kavramıyla ifade edilmiştir. Hem üreticiler hem de tüketiciler için önemli bir gelişme olan e-ticaret için tüm dijital ortamlar, telefon, televizyon, GSM operatörleri gibi birçok araç hizmet vermektedir. Hem

kurumsal işletmeler hem de internet kullanıcıları için ciddi fırsatlar barındıran elektronik ticaret aracılara ihtiyaç duymadan direkt satış imkanı ile müşterilerin de ürün tasarım ve satış süreçlerine katkı sağlaması gibi pek çok açıdan önem arz etmektedir.

Dijital ekonomide; bilgilerin muhafaza edilmesi ve analizi, veri madenciliği, verilerin işlenmesi ve yorumlanması, veri akışı için kullanılan güvenlik kameraları, çağrı merkezi kayıtları, sosyal medya durumları, müşterilerin talepleri gibi konular firmaların gelirlerinde artış ve büyümeleri için önemli rol oynamaktadır.

Tüketiciler arasında sosyal medyadan ürün inceleme ve satın alma eğilimi giderek arttığından şirketler de sosyal medyayı, marka bilinirliklerinin arttırılması ve sahip oldukları ürünlerin ön plana çıkarılması için kullanmaktadırlar. Türkiye'de faaliyet gösteren 3,1 milyon işletmenin %55'i Facebook, Instagram, Whatsapp gibi sosyal platformları kullanmaktadır (TÜSİAD E-Ticaret Raporu – 2019).

Dünyada e-ticaret hacmi büyüme trendini sürdürmektedir. 2020 yılı dünya e-ticaret hacmi 4,3 trilyon dolar iken Türkiye'nin 2020'nin ilk 6 ayında e-ticaret hacmi 91 milyar 700 milyon olarak gerçekleşmiş, bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 64 artış göstermiştir (E-Ticaret Bilgi Platformu, 2020). Bu veriler 2020'de yaşanan pandeminin de büyük etkisi ile e-ticaretin alternatif bir ticaret metodu olmanın ötesinde giderek daha fazla gündelik yaşamın ve alışverişin parçası olduğunu gösterir niteliktedir.

1.7.3 Eğitimin Dönüşümü Uzaktan Eğitimi

Sözlü kültürde yeni bir şey öğrenebilmek için yüz yüze iletişim zorunlu iken dijital ortamlarda bu durum uzaktan eğitim adıyla bambaşka boyutlara taşınmıştır. Bilgi teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişimin sağladığı imkanlarla uzaktan eğitim, küresel iletişim ağı üzerinden kolaylıkla uygulanabilir hale gelmiştir. Uzaktan eğitim; farklı yerlerde bulunan öğrenme grupları, kaynaklar ve eğitmenleri internet, açık yayınlar, geniş bant hatları, fiber optik, uydu veya kablosuz iletişim cihazları üzerinden tek yönlü ve çift yönlü iletim araçları ve uygulamalar gibi telekomünikasyon sistemleriyle bir araya getirerek bilgilerin sunulduğu, iletişim ve etkileşimin kurulduğu eğitim-öğretim sistemidir.

Son yıllarda mobil cihazların ucuzlaması ve kullanım oranının artması, mobil cihaz teknolojisinde yaşanan teknolojik gelişmeler, her yerden ve her zaman bilgiye erişim imkânı sunması vb. imkanlar mobil öğrenme kavramını ön plana çıkartmıştır (Gökbulut, 2021: 163). Her zaman ve her yerde kesintisiz, esnek ve etkileşimli bir öğrenme olanağı sunan mobil cihazların eğitimdeki kullanım alanı her geçen gün genişlemektedir. Bu cihazlar sayesinde

öğrenciler istedikleri yer ve zamanda öğretim materyallerine erişebilmekte ve bu içerikleri durdurma, tekrarlama, paylaşma gibi müdahalelerde bulunabilmekte, etkileşimli ders işlenmesine imkân sağlayan canlı sınıf uygulaması ile aktif bir ortam elde edebilmektedirler.

Coronavirüs pandemisi nedeniyle pek çok ülke yüz yüze eğitim öğretim uygulamalarına ara vermek zorunda kalmış, örgün eğitim uygulamalarının yürütülemediği için, yeniden şekillenen eğitim hayatında uzaktan eğitim uygulamalarının önemi daha fazla hissedilir olmuş, yaşanan salgından 63 milyon öğretmen ve 1,5 milyar öğrenci etkilenmiştir. Türkiye'de eğitimi kesintiye uğrayan öğrencilerin sayısı yaklaşık 25 milyon öğrenciyi bulmuştur (UNESCO, 2020). Tüm dünyada, pandemi nedeniyle internet kullanımında ciddi artış olmuştur. Son üç aylık dönemin verileri karşılaştırıldığında geçen döneme göre mobil veri kullanımı %5,7 artış gösterirken, sabit geniş bant kullanımı yaklaşık %20 artış göstermiştir (BTK, 2020). "We Are Social ve Hootsuite" ortaklığıyla yayınlanan "Digital 2021" isimli kapsamlı rapora göre mobil kullanıcılar Ocak 2020'den bu yana yüzde 1,8 (93 milyon) artarken, toplam mobil bağlantı sayısı 72 milyon (yüzde 0,9) artarak 2021'in başında 8,02 milyara ulaşmıştır.

Dijital kültürün bir yansıması olan sosyal paylaşım platformları günümüzde yalnızca sosyalleşmek ve iletişim kurmak amacıyla değil, eğitim öğretim amacıyla da kullanılmaktadır. Facebook, Twitter, Flickr, Youtube ve Instagram üzerinden paylaşılan ders videoları, sosyal medya platformlarının online ders imkanı sunması, materyal ve kaynak paylaşımı, ders gruplarının oluşturulabilmesi gibi imkanlar eğitim sisteminin bu teknolojileri kullanabilmesi açısından oldukça faydalıdır.

1.7.4 Dijitalleşen Sanat

Dijital teknolojilerin ucuzlaması ve erişimin kolaylaşması, fiziksel engellerin ortadan kalkması vb. pek çok etken kullanıcıların sanatsal yaşamında da önemli değişiklikler yaşanmasına sebep olmuştur. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde, günümüz sanatçıları internet üzerinden sergi açarak, zaman ve ulaşım sınırlamasından kurtulmakta ve belirli bir mekana sığdırılan izleyici sayısı yerine tüm küresel köye sunum yapabilmektedir. İnternet teknolojisi sanatsal eğitimlere ve sanat aktivitelerine katılımı da kolaylaştırmış, uzaktan eğitim sayesinde sanatseverler hayran oldukları sanatçılardan oturdukları yerde eğitim alabilme, performans izleyebilme fırsatını yakalamıştır. Sanatçılar aynı zamanda müzelerin sanal platformlarda eserlerinin sergilenmesini ve bu sergilerin görüntülenmesini sağlayabilmişlerdir. Lev Manovich'in (2003) belirttiği gibi bu çağın gerçek kültürel

yaratıcıları ressamlar, film yapımcıları ya da kurgu yazarları değil, ara yüz tasarımcıları, yazılımcılar, bilgisayar oyunu tasarımcıları, Dj'lerdir (Ballı, 2020: 37).

Dijital sanat icra edenler internet, ağ bağlantıları, GPS teknolojileri, veri tabanları, özgün yazılımlar, sanal gerçeklik, sanal ortamlar, yapay yaşam ve organizmalar, robotlar, bedene takılan başlıklar, protezler, makine uzantıları vb. birçok yeniliği sanat eserlerinde kullanmaktadırlar. Bu nedenle hipermetinsel anlatılar ve oyunlar, yapay zeka, veri görüntüleme ve haritalama vb. dijital sanat eseri olarak kabul edilmektedir (Çokokumuş, 2012: 54).

Dijital sanat eserlerini oluştururken dijital teknolojilerden yararlanıldığı için sanatçıların ürettikleri eserlerin biricik olma durumu ortadan kalkmakta, nesneler sanallaştırılmakta ve çoğaltılabilmekte, bunun da ötesinde eserlerin yeniden üretimi kolayca gerçekleştirilmektedir. Üstelik eseri yeniden üretenler profesyonel olmayan kullanıcılar olabilmektedir. Var olan bir videonun üzerine yeni bir video çekmek, sesleri ile oynamak, fotoğrafları yeni biçimlerde sunmak hatta ünlü eserlerin reprodüksiyonlarını yapıp duvarlarına asmak bu kullanıcılar için hiç de zor değildir (Askeroğlu, 2017: 273).

İKİNCİ BÖLÜM: GELENEKSEL DİN TEORİSİ

İnsanlıkla ilgili manevi olguların en ilkeli olan din olgusu, insanın kendi öz varlığı hakkındaki şuurla birlikte ortaya çıkan ve gelişen soruların da en ilkelidir (Birand, 1961: 15). Dinler tarihçilerinin, antropologların, etnologların ve sosyologların yaptıkları bilimsel araştırmalara göre, mevcut evrensel bir fenomen olan hiçbir doktrin insanlar üzerinde din kadar etkili olamamıştır (Yüksel, 2012: 107). Eski çağlardan beri daima merak konusu olan "din, sadece kendine soru sorabilen bir varlık için cehaletinin derinliklerinin farkına varan, korkunun şaşkınlığına, muhayyilenin efsanesine veya imanın genelleştirilmesine kendini teslim eden bir aklın tezahürüdür" (Chevalıer, 1987: 92).

18. yüzyılda insanı, toplumu, kültürü ve dini sosyal, kültürel ve tarihsel bağlamında inceleme eğiliminde bir artış gözlenmiştir. İtalyan filozofu G. Vico (1668-1774), antik Yunan dininin, önce ateş gibi birtakım tabiat kuvvetlerinin ilahlaştırılması sonra evlilik gibi kurumların kutsallaştırılması ve nihayetinde insanların tanrılaştırılması şeklinde birbirini izleyen dönemlerden geçerek bir gelişme gösterdiğini (Günay, 2002: 3), aydınlanmanın önemli ismi John Locke (1632-1704) ise dinin insanın aklen ikna olduğu ve iç dünyasında yaşattığı bir inanç olduğunu ve bu dünyaya hiçbir otoritenin müdahale edemeyeceğini öne sürmüştür. 19.yüzyılın ikinci yarısına ise "her din, insanların hayatlarına hâkim olan dış etkilerin, onların zihinlerinde hayali yansımadan başka bir şey değildir ve orada dünyevi etkiler, uhrevi şeklini alır" diyen Marx ve Engels'in tahlilleri damgasını vurmuştur (Agnes, 2001: 37).

Herbert Spencer'in (1820-1903) "biyolojik evrim" anlayışı özellikle din sosyolojisi araştırmaları üzerinde derin etkiler yaratmış, bu etkilerin yansıması olarak dinin özü ve başlangıcını entelektüel kurgulara dayalı, basitleştirici ve düz hatlı evrimci bir perspektifte açıklamaya yönelen natürizm (Müller), manizm (Spencer), animizm (Tylor), animatizm (Marett), totemizm (Durkheim) ve büyü (Frazer) gibi çeşitli kuramlar ortaya atılmıştır (Günay, 2002: 5).

20. yüzyıla gelinceye kadar birçok düşünür, insanların evreni algılama biçimini ve âlemde kendisine biçtiği rolü değiştirecek fikirlere imza atmıştır: Kopernik insan-evren ilişkisini, Darwin insan-tabiat ilişkisini irdelerken, Nietzsche tanrının öldüğünü, ölmediyse bile can çekiştiğini söylemiş, Engels ise sosyalist devrimin dini yok edeceğini iddia etmiş; Marx, rasyonelleşme sürecinde dinin yok olacağına inanmış, Durkheim, din yerine toplumun kendine tapındığını savunmuş, Weber, zihinleri asırlardır efsunlayan bu büyünün rasyonelleşmeyle beraber bozulacağını iddia etmiştir (Köse, 2015: 6).

Din çalışmaları klasik sosyolojide önemli bir rol oynamıştır: Weber'in Protestan mezhepleri ve kapitalizmin yükselmesi, Marks'ın yabancılaşma ve meta fetişizmi, Simmel'in dini, yaşamın yaratıcılığının bir parçası olarak gören çalışmaları, William James'in dini deneyim çalışmaları ve Durkheim'in kutsal ve profan dikotomisi önemli çalışmalardandır (Ülker, 2014: 233).

Alman materyalizminin önemli düşünürlerinden Feuerbach ise dini uyanan bilincin rüyası olarak görmüştür. Onun diyalektik düşüncesini, sosyolojik temellere indirgeyen Marx için din toplumsal bir uyutucudur. Weber'e göre din pozitif birleştirici unsur olarak ele alınmalıdır. Freud için din insanların kişilik problemlerini halletmeleri ve toplumsal bunalımlarından kurtulmaları için buldukları yöntemdir (Ballıkaya, 2015: 88).

Din sosyolojisi alanında önemli isimlerden olan Joachim Wach (1889-1955), Comte ve Durkheim'in sosyoloji ile teolojiyi bir tutmalarını, "gülünç bir yanılsama" olarak değerlendirir. R. Otto ve Weber'in takipçisi olan Wach'a göre din, tüm insanlığın beslendiği engin bir kaynaktır ve bu da kişinin Tanrı ile olan ilişkisidir; dinin gerçek mahiyeti, kişinin içsel dinî yaşantısında aranmalı ve onun sosyal tezahürleriyle özdeşleştirilmemelidir. Dinin sosyal yapısı onun asli karakteri değildir sonradan türetilmiştir (Kurt, 2008: 87). Zira Wach, dini söylemin "teorik," "pratik" ve "sosyolojik" olmak üzere üç boyutunun olduğunu söylemektedir.

İslâm bilginlerine ait din tarifleri incelendiğinde ise genellikle Kur'ân-ı Kerîm ve İslâm inançları göz önünde bulundurularak yapılan tarifler olduğu görülmektedir:

- Seyyid Şerif El Cürcani: "Din, akıl sahiplerini peygamberin bildirdiği şeyleri kabul etmeye da'vet eden ilahi bir kanundur".
- Zebîdî: "Din, akıl sahibi insanları kendi tercihleriyle bizzat hayırlı olan şeylere götüren ilâhî bir kanundur."
- Tehânevî: "Din, akıl sahiplerini kendi iradeleriyle dünyada salâha, ahirette felâha götüren, Allah tarafından konulmuş bir kanundur."

2.1 DİN TANIMLARI

Din konusunda araştırma yapanların takıldığı ilk engel tarif meselesidir. Her dini içine alabilecek bir tanım yapabilmek oldukça zordur. Çünkü bazı dinler tek Tanrı'ya bazıları ise birçok tanrıya inanmayı öğretirken, dini sihir gibi benzer olaylardan ayıran, en ilkelinden en gelişmişine kadar bütün dinlere uygun düşen, herkesi tatmin edecek özelliklerin bir arada bulunmayışı bu zorluğun başında gelmektedir (Yüksel, 2012: 82). Bu durum daima yeni tanımlara ihtiyaç duyulmasına ve çok sayıda tarifin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Sosyal bilimciler kendi bakış açılarına uygun olarak yaptıkları tanımlamalarda din kavramını tarif ederken bazen tabiatüstü yüce varlık ve tanrı fikrine bazen de mutlak itaat duygusuna vurgu yapmışlar, bazıları da toplumsal değerler bilinci, zihni meleke, ruhsal tecrübe gibi konuları ön plana çıkarmış fakat dinin içinde barındırdığı çok boyutlu, kompleks yapının da etkisiyle farklı dinlere mensup insanların temsil ettiği dinsel yapıyı kapsayıcı bir tanıma varamamışlardır. Bu durum farklı milletlerde daha belirgindir: Araplar tanrısal buyruk, Cermenler adet, Yunanlılar ayinler ve kader, Romalılar, aile ve hukuk üzerinde dururken, Çinliler, dini bağın, doktrinel veçhesi üzerinde ısrar etmişler, Hindular ise kâinatın kutsal düzeni (Dharma) üzerinden dine bir anlam vermeye çalışmışlardır (Chevalıer, 1987: 97). Din tanımları en temelde iki kategoride ele alınmaktadır:

i. Etimolojik ve semantik din tanımları
ii. Özsel ve işlevsel din tanımları

2.1.1 Din Kelimesinin Anlamları

Din tarifinin yapılmaya çalışıldığı eserleri incelediğimizde ilk olarak ele alınan konunun "din" kavramının kökeni olduğunu görmekteyiz. Etimolojik açıdan din kelimesini irdelediğimizde batılı ve doğulu kaynaklardan karşımıza çıkan tanımlamalar şu şekildedir:

İnsanların din sayesinde tanrıya ve birbirlerine bağlandıkları düşüncesine dayanarak din (religion) kelimesinin "religare" (bağlanmak) kökünden türetildiği, bu nedenle köprü kalaslarını birbirine bağlarken kullanılan saman çöpünden yapılmış iplere atfen dine (religion), "saman çöpünden bağlar" denildiği ileri sürülmüş (Eyüpoğlu ve Batuk, 2015: 98), hatta Romadaki din üstadı olan papanın köprüler kurucusu olarak "Pontifex" ile isimlendirilmiş olmasının da bu görüşü desteklediği iddia edilmiştir (Chevalıer, 1987: 97).

Bir şeyi vazife edinmek, tekrar tekrar okumak, yapmak anlamına gelen "re-legere" kökünden türetilmiş "religio" kelimesi; kutsal kabul edilen şeye karşı doğruluk ve saygıyı, ibadet olarak yapılan ayinlerin titizlikle yerine getirilmesiyle gösterilen Tanrı şuurunu ifade eder (Tümer, 1994: 314). "Religion" kelimesi, zamanla mana kaymasına uğramış, kutsalın tecrübesi ve kullanışı içinde gerekli tutumu ve bu tutuma bağlanmış inançların ve gösterilerin tamamını belirtmek üzere kullanılmıştır (Agnes, 2001: 37).

Kur'an'da anahtar terim olarak geçen din kelimesinin etimolojisini kesin olarak söylemek oldukça güçtür.

- **Etimolojik anlam**: Arapça 'da din de-ye-ne kökünden gelmektedir.
- **Semantik anlam**: "De-ye-ne" kelimesinin sözlük anlamı usul, adet, hüküm, yargıdır.
- **Istılahı anlam**: Din insanları dünya ve ahirette saadete ulaştıran kurallardır.

Müsteşrik Mac Donald (1937), klasik Arap sözlüklerinde anlamlara göre üç ayrı din kelimesinden bahseder:

i. Arami-İbrani dilinden "hüküm" manasına gelen "din" kelimesi
ii. Arapça "örf, adet" manasına gelen kelime
iii. Avesta dilindeki "daena" kökünden gelen Pehlevice "den" kelimesi

Farsça' da dinin, Avesta dilindeki "din ve mezhep edinmek, inanmak, adet edinmek" anlamındaki "dâena" sözcüğünden türediği söylenmektedir (Eyüpoğlu ve Batuk, 2015: 97). Arapça 'da hüküm, kulluk, boyun eğme, şeriat, kanun, mezhep, millet, ceza, mükafat, hesap gibi anlamlara gelen din kelimesi, dört temele dayandırılmaktadır (Tümer, 1987: 216):

i. Otorite sahibinden gelen üstünlük,
ii. Otorite sahibine itaat,
iii. Adet, kanun ve yol,
iv. Muhasebe, yargılama, ceza veya mükafatlandırma

Kur'an-ı Kerim'de "din" kökünden gelen kelimeler şu anlamlara gelmektedir:

- Ceza (Fatiha 4; Hicr 35; Şuara 82; Saffat 20),
- Şeriat (Al-i İmran 83; Tevbe 29, 33; Beyyine 3),
- İtaat (Tevbe 29),
- Hükmetme (Saffat 53),
- Taat, inkıyat, ibadet (Bakara 132, 193, 206; Al-i İmran 46; Nisa 29; A'raf 29)

2.1.2 Dinin Sosyolojik Tanımları

Din sosyologlarından bazıları, dinin içeriğini göz önünde bulundurarak tanımlar yaparken, bazıları da dinin, birey ve toplum hayatındaki işlevlerine göre tanımlamalar yapmışlardır. Din bilimcileri dini, Weber'in temel vurgusu olan dinin ne olduğu şeklindeki özsel ve Durkheim'a ait olan ve dinin ne işe yaradığı üzerine yoğunlaşan işlevsel olmak üzere, iki farklı kategoride açıklamışlardır (Kurt, 2008: 74). Özsel tariflerde, dinin sahip olduğu kutsal, aşkın, ilahi ve tabiatüstü gibi özellikleri ön plana çıkarılırken; işlevsel tariflerde ise insan ve toplum hayatındaki fonksiyonlardan hareket edilmektedir. Dinin toplum içerisindeki bütünleştirici işlevine vurgu yapanlar, din olgusunu sosyal bütünleşme, sosyal çatışma ve sosyal değişmeye etkisi açısından ele alırlar (Keskin, 2004: 10).

Dinin özsel tanımını kabul eden bir kişi; tanrı, hakikat, sır, güç, ruh gibi aşkın bir varlığı işaret eden inançlar sistemini kabul ediyor demektir (Kurt, 2008: 76). Özsel tanımlamalar aslî, zorunlu/esaslı olarak da nitelenir. Dinin özünün daha çok kişisel bir tercih meselesi olduğu görüşüne binaen böyle bir niteleme yapılmıştır (Eyüpoğlu ve Batuk, 2015: 99). Özsel tanım yapanlara göre din, bütünüyle özle ilgilidir. Tanrıya ya da "kutsal" olarak bilinen ilahi şeylere iman edenlerin bir dini vardır; inanmayanların ise dini yoktur (Kurt, 2008: 75). Özsel tanımlarda aşkın, kutsal, insanüstü, kutsal kozmos ve ruh gibi kavramlar merkez kavramlardır.

Özsel tanımlara örnek olarak aşağıdaki tanımları verebiliriz:

- Din, ruhi varlıklara inançtır (Tylor).
- Din, insanın korku ve ümitlerinden doğan aşkın bir güce duyulan ihtiyaçtır (Hume).

- Din, insanın doğal güçler önündeki korkusunun fantastik bir yansımasıdır (Feuerbach).
- Din, insanüstü varlıklarla kültürel bir etkileşimdir (Spiro).
- Din, kutsal kozmosla oluşturulan beşeri girişimdir (Berger).

Yukarıdaki tanımlamaların ortak noktası, **dinin aşkın veçhesini** ön plana çıkarmış olmalarıdır. Özsel tanımlar dini, insanın Tanrı'ya, manevi güçlere inanmasıyla sınırlandırdıkları ve bu inancın sosyal ve psikolojik hayattaki tezahürlerini göz ardı ettikleri; onun ahlaki, ekonomik ve kültürel yansımalarını kapsamadıkları için dar tanımlar olarak değerlendirilirler (Kurt, 2008: 76).

İşlevsel tanımlar ise dinin ne işe yaradığına vurgu yaparak onun dünyaya bakan yönünü ortaya koydukları için dinin bilime konu olmasını sağlamışlardır (Eyüpoğlu ve Batuk, 2015: 101). Weber, Wach ve Mensching gibi din sosyologları, dinin özsel anlamını savunanlara; Spencer, Tylor, Comte, Durkheim, Marx işlevselci yaklaşımı benimseyenlere örnek olarak verilebilir.

Durkheim, dini tamamen sosyal bir olgu olarak görmüş ve din olgusuna oldukça radikal sosyolojik tanımlar getirmiştir:

- Din, kutsal şeylerle ilgili emredilmiş ve yasaklanmış pratiklerdir.
- Din, kutsal şeylerle ilgili inanç ve pratiklerin bir dayanışmasıdır.
- Din fikri, kilise fikrinden ayrılamaz.

Durkheim, dinlerin kaynağı olarak ruhu temel sayan animizm ve doğal güçleri çıkış noktası yapan naturizm vb. inançları ve dinin özsel tanımlarını reddetmiş, dinin asıl kaynağının toplumun kendisi olduğunu savunarak dini toplumsal olana indirgediği için eleştirilmiştir. Çünkü dinin ilahi kaynağını ve özünü reddederek, onun sosyal dayanışma aracı olarak görülmesi, dini anlatabilmek için yeterli değildir (Kurt, 2008: 90).

İşlevsel tanımlara örnek olarak aşağıdaki tanımları verebiliriz:

- Din, insanî problemlerin çözümüne yönelen inanç ve pratikler sistemidir (Yinger).
- Din, deneysel olmayan normatif bir inanç sisteminin toplumun eksikliklerini giderme gayretidir (Parsons).
- Din, sosyal düzenin anlam alanıdır (Luckmann)

Sosyalleştirme, bütünleşme, meşrulaştırma, anlamlandırma, sembolleştirme ve profan (kutsal dışı), kilise gibi olabildiğince dünyevi kavramların kullanıldığı bu tür tanımlar, sadece dini

değil; dinin işlevlerini sergileyebilecek komünizm, faşizm, marksizm, nasyonalizm, ateizm vb. din dışı inanç sistemlerinin de din tanımı kapsamında ele alınmasına olanak sağladığı için eleştirilmişlerdir (Eyüpoğlu ve Batuk, 2015: 102).

2.2 DİNİN TOPLUMSAL İŞLEVİ

Dinin bireysel anlamda, insanların aşkın olanla bağ kurmalarını sağlama, insan bilincini şekillendirme, içinde yaşanılan dünyayı tanıma ve rahatlatan, güven duygusu veren, sıkıntılı zamanlarda umutsuzluğa düşmeyi engelleyen bir rol oynayarak manevi huzur gibi duyguları yaşatmakla beraber insanlık tarihinin erken dönemlerinden itibaren toplum yaşamında derin izleri ve sosyal yaşamı şekillendirici etkileri olmuştur.

18 ve 19. yüzyıllar boyunca görülen aşırı sübjektivizmin etkisiyle, dini, tamamen ferdi bir olaymış gibi anlama eğilimi, 19. yüzyılın sonlarında değişmeye başlamış, bu dönemden sonra din, sosyal şartlardan hareketle anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır (Keskin, 2004: 9).

Bu bağlamda **dinin sosyal fonksiyonları** şu şekilde özetlenebilir:

- Toplumsal kontrol aracıdır.
- Toplumsal değişimin öznesidir.
- Toplumun düzenine ve sürekliliğine yardımcıdır.
- Toplumlara belli bir zihniyet ve ideoloji kazandırır.
- Sosyal bütünleşme ve toplumsal kaynaşmayı sağlar.
- Toplumu yapılandırmak amacıyla belirli normlar ihdas eder.
- Meşrulaştırma işlevi ile gücün kullanımını haklı gösterir.
- Bireye kimlik kazandırıp, ait olma duygusunu pekiştirir.
- Sembolik bütünleşmeyi sağlar.
- İnananlara belli bir değerler sistemi sunar.
- İnananların sosyalleşmesi üzerinde hızlandırıcı bir etkisi vardır.
- Bütünleştirme, denetleme ve birleştiriciliği sağlar.
- Kuşaklar arası kültür taşıyıcılığı yapar.
- İnanan inanmayan şeklinde ayrıştırıcı etkisi vardır.
- Çatışma çıkarıcı, devrim yapıcı veya parçalayıcı işlevleri vardır.

Din toplumu etkiler. Toplum da dini etkiler. Din ile toplum arasındaki ilişki, genel olarak karşılıklı etki esasına dayanır. Her yeni din, yeni bir toplum modeli sunar; sunulan bu değişim modeli, toplumsal yaşamın yeniden şekillenmesine sebep olur (Keskin, 2004: 18). Dinin temel fonksiyonlarının başında, toplumlara belli bir zihniyet kazandırması, yeni bir dünya kurma vizyonu sağlaması gelmektedir. Her din yeni bir zihniyeti beraberinde getirir. O dine mensup insanlar günlük işlerini yaparlarken mutlaka bu zihniyetin etkisinde kalırlar. Hatta kendileri dışındaki dünyayı daima dinlerinin ışığı altında görürler (Keskin, 2004: 11). Örneğin Zerdüştlükte zenginlik fakirlikten üstün tutulurken Budizm'de ise dünya bir hayal alemi olarak nitelendirilmektedir.

Din; bir inanç, düşünce, karar, norm, değer, tutum ve davranışı inananlar nezdinde meşru kılarak, yani haklılaştırarak insanların sosyalleşmelerinde etkili olur. Din, meşrulaştırma boyutuyla sosyal gerçekliği onaylayarak insanlar katında geçerli kılar (Okumuş, 2014: 444). Birçok toplumda herhangi bir gücün kullanılmasını haklı göstermek için din olgusundan faydalanılmıştır. Toplumun genel ahlakıyla ilgili evlilik müessesesi gibi birçok kurum dinin meşrulaştırması sonucu işlevselliğini korur. İktidarda bulunanlara itaatin dinî bir görev, itaatsizliğin ise günah olduğu şeklinde yorumlandığında, dine meşrulaştırma işlevi kodlanmış ve siyasi kararların halk tarafından benimsenmesi, siyasi otoriteye şartsız itaat edilmesi sağlanmış olur (Keskin, 2004: 15).

Din, **meşrulaştırma işlevi** ile sosyal kontrol mekanizmasının işlemesinde ciddi bir rol oynar. Sosyal düzenin istikrarında, toplum üyelerinin sorumluluklarını yerine getirmelerinde, yönetilenlerin devletle ilişkilerinin rayında gitmesinde, sosyal ve siyasal düzenin kural ve düzenlemelerinin sınırları dahilinde hareket edilmesinin sağlanarak, o sınırların dışına çıkılmasının önlenmesinde dinin meşrulaştırma işlevinin etkileri görülmektedir (Okumuş, 2014: 445).

Halkın zamanla siyasî otoriteye itaati Allah'ın değiştirilemez bir fermanı gibi görüp kabullenmesi sultan karizmasının oluşumunu açıklar:

Devleti tekelinde tutanların idareleri sağlamlaşarak istikrar kazanıp birkaç nesil babadan oğula intikal ederse; halk hanedanlara gönüllü olarak itaat etmeye başlar, zamanla teslimiyet göstermenin dinî bir emir olduğuna inanırlar ve hatta hanedanlar için savaşırken Allah için savaştıklarını düşünürler (Er, 1994: 346).

Sosyal kontrol, insanları toplum kuralları çerçevesinde tutmayı amaçlar. Berger'e göre toplumsal kontrol iç ve dış kontrol olmak üzere iki şekilde görülür:

i. **Dış kontrol** ile din, meşrulaştırma denilen durumu yerine getirerek gücün kullanımını haklı göstermeye çalışır.
ii. **İç kontrol** ile din, vicdan denilen bir tarzda işlerlik kazanır.

Sosyal değişimin öznesi olan din, kendine özgü normları yapılandırarak, yeni bir yapı inşa eder. Durkheim (1912), "kutsal" ve "kutsal-dışı" arasında net bir ayrım yaparak dini manevî bir birlik oluşturmak üzere birleşmiş bir dinî cemaat şeklinde tanımlayarak dinin sosyal bütünleşme ve kontrolün sağlanmasındaki işlevine değinir (Günay, 2002: 6). Din; kutsal şeylerle ilgili inanç ve eylemlerin dayanışmalı bir sistemidir. Bu inanç ve eylemleri kabul edenler ümmet denilen manevi bir grup halinde birleşir. Bu arada dinsel tören ve semboller de bu grubun bütünlüğünün korunmasında ve sürdürülmesinde yardımcı olurlar. Dinî semboller, toplumun birlik ve bütünlüğünün ifadesi ve yapı taşlarıdır. Geertz (1973) sembolleri dinin incelenmesi için vazgeçilmez bilgi kaynakları olarak değerlendirir. Dini sembollerin deposu durumunda olan dua, namaz, kurban ve ayin gibi ritüeller sadece kendilerine katılanların tecrübelerini açığa vurmaz; aynı zamanda, grubun zihniyetini belirleme noktasında da önemli ipuçları taşır (Keskin, 2004: 14-15).

Her yeni din, kendine özgü yeni kurumlar ve dünya görüşüyle içinde doğduğu sosyal çevrede hazır bulduğu toplumsal kurumları birtakım değişikliklere uğratarak yeni bir toplumsal yapının oluşmasını sağlar (Keskin, 2004: 16). Bir dinin sosyal yapıyı değiştirici ve yeni yapıyı örgütleyici işlevi, genellikle bir toplumda ilk yayılma dönemlerinde görülür. Sonraki dönemde yeni yapının korunması, sürdürülmesi ve kaos ortamının oluşmaması için toplumun yeniden dini formlarla kurulması hedeflenir (Abuzar, 2011: 149).

Din, kendi inananları içinde bütünleştirici işlevini uygularken, daha genel anlamda inananlar ve inanmayanlar şeklinde bir çatışma yaratabilir. Bir dine ait inançlar, o dinin mensupları için birleştirici bir rol oynarken, diğer taraftan aynı ortamı paylaşan insanların, inanç farklılıklarından dolayı, karşı karşıya gelmelerine yol açabilir (Kurt, 2008: 77).

2.3 DİN VE KÜLTÜR

Din kültürü, kültür de dini yaşayışı etkiler. Din ile kültür arasında yakın bir ilişki vardır. Eliot (1987), bir kültürün sadece bir dine bağlı olarak ortaya çıkıp gelişebileceğini, dışarıya kapalı toplumlarda, dinin ve kültürün gelişiminin birbirinden soyutlanamayacağını ve hatta bu toplumlar için kültürün, dinin vücut bulmuş şekli olduğunu savunur. Kültür dinin özünü, din de kültürün getirdiklerini kabullenmek zorunda kalır (Al, 2019: 43).

Belli bir kültürde doğup büyüyen insan, yaşadığı çevreyi **kültürel simgeler** aracılığı ile tanımlar. Simmel'e göre din kültürel bir ürün, Giddens'e göre kültürün bir biçimi, Berger'e göre, insanın yaşamını düzenleyen temel olgulardan biridir. Din, sosyalleşme sürecinde etkileşim halinde yaşanarak öğrenilir ve yaşanan bir gerçeklik haline gelir. Bir yandan din çeşitli sosyalleşmede etken ve aracı olur, diğer yandan da dinsel sosyalleşme, bireye toplumun dinini öğretir (Okumuş, 2014: 433).

Kültür ve medeniyetlerin oluşmasında **bireysel din** anlayışından çok, **kolektif din** anlayışı etkilidir (Keskin, 2004: 10). Hafıza ve kimliğin atıf noktaları olan dinler insanları bir araya getirir ve onlara ortak bir zemin sunarak kimliklerini ifade edebilecekleri bir referans kaynağı sağlar (Kurt, 2008: 80).

Toplumsal bütünleşme; bir milletin mensupları arasında ortak meseleler karşısında ortak tavır ve davranışlar ortaya koymayı sağlayan karşılıklı bağlılıktır. Din bu bağlılığın korunmasında, nesilden nesile aktarılmasında ve kültürün süreklilik kazanmasında işlevseldir (Çekin, 2013: 40). İnsanların içinde yaşadıkları toplumun dinî inanç ve pratiklerini öğrenip içselleştirmesi olan dinsel sosyalleşme sürecinde kişi toplumun dinsel kültürünü kazanır, bu kültürü kişiliği ile bütünleştirerek sosyal çevreye uyum sağlar (Okumuş, 2014: 443).

Berger'e (1993) göre din, toplumsal yapının davranışlarının belirlenmesinde merkezi bir konumdadır. Freyer (1964) ise dinin hukuk, sanat, bilim ve eğitim gibi kültürün birer unsuru gibi değerlendirilemeyeceğini, dinin hepsini kuşatıcı bir yönünün bulunduğunu söylemektedir. Din, kültürün kendisinden ayrı bir cüzü değildir. Bilakis o zihniyetiyle tüm kültür sahasına nüfuz etmiş bulunmaktadır. Öyle ki sırf günlük davranışlarına bakarak bir kimsenin dindar olup olmadığını, hatta hangi dine mensup olduğunu anlamak mümkündür (Güneş, 2014: 158). Çünkü dinî ve siyasî sistemler, örf ve âdetler, giyim tarzı, sanat anlayışı, bireylerin ebeveynleriyle olan ilişkileri, konuşulan dil gibi günlük yaşamın birçok bileşeni kültürden etkilenir, kültür tarafından şekillenirler (Köylü, 2003: 128). Örneğin dinine bağlı bir Budist'in, iktisat, sanat, bilim vb. gibi hadiselere karşı tutumu, neyi yiyip neyi yemediği vb. tercihleri ister istemez bir Müslüman veya Hristiyan'ın tercihlerinden farklıdır (Keskin, 2004: 13).

2.4 DİN VE İLETİŞİM

Sosyal bir varlık olan insanın diğer insanlarla bir arada yaşama, yardımlaşma ve dayanışma gibi toplumsal ilişkileri gerçekleştirmesi, inanç ve değerleri benimsemesi, bunlara uygun bir yaşam sürdürebilmesi ancak iletişim ve etkileşimle mümkündür. İnsanlar, hemcinsleriyle bir arada olabilmek, onları anlayabilmek ve kendilerini anlatabilmek için sürekli iletişim halindedirler (Gümrükçüoğlu, 2013: 75). Gerçekliğin inşasını birbirlerine yönelik etkileşimli davranışlar vasıtası ile yapan insanlar başkalarıyla sürekli iletişim halinde olmazlarsa gündelik hayattaki varlıklarını sürdüremezler (Arslan, 2016: 7).

Varlıklar arasında değişik yöntemlerle bilgi alışverişini mümkün kılan, varlığın bilgisinin kodlanması, nakledilmesi ve çözümlenmesi süreci olarak tanımlayabileceğimiz iletişim olgusu bir anda başlayıp biten durağan bir eylem değildir (Bağce, 2014: 6). İletişim, belli bir yer ve belli bir zamanda başlayan belli bir sonuca ulaşıncaya kadar sürüp giden bir dizi etkileşimden oluşmaktadır (Karaca, 2016: 628).

İletişimde dört temel öğe vardır:

i. **Kaynak (verici-ileten):** İletişim sürecini başlatan kişi ya da kişiler.
ii. **Mesaj (bildiri-ileti):** Kaynağın hedefe gönderdiği bilgiyi temsil eden semboller.
iii. **Kanal (oluk-araç):** Mesajı hedefe ulaştıran her türlü araç.
iv. **Hedef (alıcı- iletilen):** Kaynağın gönderdiği mesaja muhatap olan kişi ya da kişiler.

Kaynak tarafından ortak semboller kullanılarak değişim amacıyla kodlanan tutum ve davranış biçimlerine ilişkin mesajların, alıcı ile kaynak arasında bağ kurmaya yarayan çeşitli iletişim kanalları ile diğer kişilere aktarılması sürecini ifade eden iletişim (Certel, 2008:128), kaynak ve alıcı arasında ileti alışverişi sürecidir. Bu sürecin hangi amaca yönelik olarak yürütüleceği, kişinin iletişime yüklediği anlama göre değişebilmektedir. Kaynak açısından değerlendirdiğimizde iletişimin temel amacı iletiyi alıcıya en etkili şekilde iletmek ve alıcıda bir davranış değişikliği meydana getirmek, alıcı açısından ise iletişimin amacı mesajı almak, anlamlandırmak ve kullanmaktır (Öz, 2017: 120).

İletişim süreci, kaynağın bir duyguyu, düşünceyi, haberi vb. belirli bir amaçla hedef olarak belirlediği bir alıcıya ulaştırmak üzere çeşitli şekillerde kodlaması ile başlar. Kaynak, iletiyi alıcıya ulaştırmak için; çeşitli yazılı, işitsel ve görsel unsurlarla kodlar ve oluşturduğu bu kodları çeşitli kanallar kullanarak hedefine gönderir (Karaca, 2016: 628).

Toplumsal hayatın başlangıcından beri sürekli iletişim halinde olan insanların benimsedikleri değerler ile çeşitli konulara ilişkin olarak geliştirdikleri tutumları ve alışkanlıkları, onların

iletişimlerine de yansır. Bir iletişimde kaynağın sahip olduğu tutumlar, onun iletişimde bulunma yollarını etkileyen önemli bir faktördür (Certel, 2008: 129).

2.4.1 İletişim Modellerine Göre Dini İletişim

İletişimle ilgili bilgi ve yetenekler din gibi insan hayatının ayrılmaz bir parçası olan alanda hem insanlar açısından hem de toplumlar açısından ciddi bir önem arz etmektedir (Köylü, 2003: 112). Din, insanların davranışlarına yön veren hassas bir alan ve temel bir değer olduğundan, bu alandaki iletişimin, sağlıklı, başarılı ve etkili bir şekilde gerçekleşmesi gereklidir (Certel, 2008: 146).

Hz. Âdem'den Hz. Muhammed'e kadar bütün peygamberlerin, Allah ile gönderildikleri toplumlar arasında iletişimi gerçekleştirme çabaları, ilahi mesajın toplumlara ulaşmasını sağlamış, peygamberlerden sonra ise özellikle semavi dinlerin yayılması ve yaşatılması, "**tebliğ**" dediğimiz iletişim yoluyla mümkün olmuştur (Gümrükçüoğlu, 2013: 77). Dinî yayma, yaşatma amacıyla yapılan her türlü eğitim-öğretim ve dinî misyonerlik faaliyetleri insanlar arasında gerçekleşen dinî iletişim örnekleridir. Bu tür hizmetlerin gerçekleştirildiği her ortam, dinî iletişim alanı kapsamına girer.

İster Tanrı ile kullar arasında, ister insanlar arasında gerçekleşsin, bütün dinlerde var olan dinî iletişim, iletişimin en eski şeklidir (Certel, 2008: 141).

Dini iletişim, dini içerikli bir bilginin bazı simgeler aracılığıyla insanlar arasında ya da toplumsal düzeyde belirli ortamlarda paylaşıldığı bir süreci ifade eder (Batar, 2020: 424). Dinî iletişimi normal iletişimden ayırt eden özelliği, ondaki mesajların içeriğinin dinî olmasıdır. Genel iletişimde iletişim sürecinin işleyişi için geçerli olan ne varsa insanlar arasında gerçekleşen dinî iletişim için de aynıları geçerlidir (Certel, 2008: 145).

Geleneksel dini söyleme göre dini iletişim iki başlık altında ele alınmaktadır:

i. Tanrı ile insan arasındaki iletişim
ii. İnsanlar arasında iletişim

Tanrı ile insan arasında gerçekleşen iletişim; Tanrı'dan insana doğru vahiy şeklinde, insandan Tanrı'ya doğru "dua" şeklinde gerçekleşir:

> "Kullarım sana beni sorduklarında bilsinler ki şüphesiz ben yakınım, bana dua ettiğinde dua edenin dileğine karşılık veririm. Şu halde benim davetime gelsinler ve bana iman etsinler ki doğru yolu bulabilsinler" (Bakara, 2/186).

İslam dininde Kur'an ayetlerinin indirilişi sürecindeki Allah, vahiy meleği Cebrail ve Hz. Muhammed arasındaki görüşmelerde, iletişimin bazı öğelerinin etkin bir şekilde tecrübe edildiği görülmektedir (Geçer, 2018: 43). İslam dini açısından, dini iletişimin temeli Allah'ın peygamberler aracılığıyla insanlara gönderdiği mesajlarla onlara seslenmesi olarak düşünülebilir (Furat, 2009: 53). İnsanlar arası dini iletişim, dini mesajların aktarılması için gerçekleştirilen tebliğ ve irşat faaliyetleri, dini eğitim vb. şeklinde günümüze kadar devam etmiştir.

Dînî iletişimde iletişimin etkili bir şekilde gerçekleşmesi için din dilinin doğru kullanılması gerekir. Aşağıdaki ayetler kullanılan ifadelerin anlaşılır ve açıklayıcı olması gerektiğini vurgular niteliktedir:

- "Biz onu, anlayasınız diye, Arapça bir Kur'an olarak indirdik (Yusuf, 12/2)"
- "Biz onu (Kur'an'ı), öğüt alalar diye senin dilinde indirerek kolayca anlaşılmasını sağladık (Duhan, 44/58)"

Bu anlaşılırlık, iletinin karmaşıklığını ortadan kaldırır ve kaynak ile alıcı arasındaki fikir alışverişinin güçlü bir şekilde formüle edilmesi gerektiğini gösterir (Geçer, 2018: 44).

Dini iletişimi genel iletişim kavramının içerisinde değerlendirirsek iletişimde kullanılan teknik araçlar, fizyolojik imkânlar vb. durumların, kaynak ve alıcıyla ilgili özellikler, ortamın ve kullanılan araçların etkisi, geri bildirim (feedback), engel/ler gibi birçok değişkenin dini iletişimde de belirleyici olduğunu, dolayısıyla bu süreci iletişimin geneli için geçerli olan değişkenler açısından tahlil edebileceğimizi görürüz. Bu konuda iletişim modellerinden faydalanabiliriz:

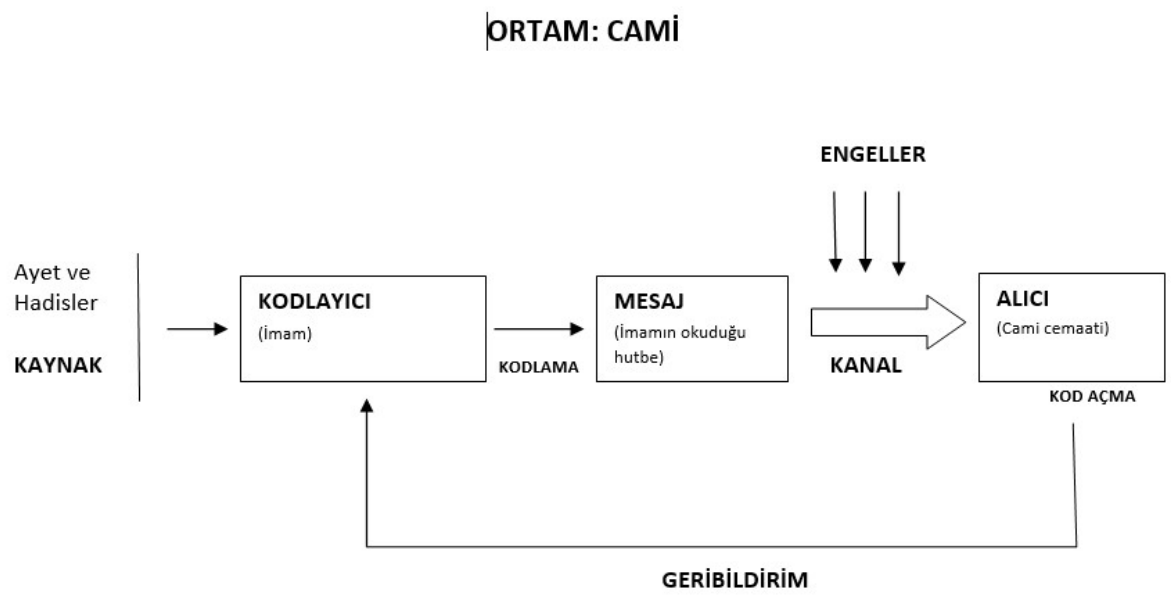
İletişimin tanımlanma biçimleri ve aralarındaki farklılıkları görsel olarak takip etmeye olanak tanıyan, iletişim olgusunun temel unsurlarını ve bu unsurlar arasındaki etkileşimi resimlemeye çalışan şemaları ifade eden iletişim modelleri; doğrusal ve doğrusal olmayan modeller şeklinde ikiye ayrılır. Doğrusal modellerde kaynak-ileti-alıcı kavramları ele alınırken geri bildirim süreci dikkate alınmamaktadır. Aristoteles, Lasswell, Shannon-Weaver, Berlo modelleri doğrusal modellerdir. Doğrusal olmayan modeller ise; kaynak-ileti-alıcı ve geri bildirim öğelerini içerir. Bunlar; Osgood ve Schramm, Dance, Gerbner, Newcomb ABX, Westley- MacLean ve Riley-Riley modelleridir.

İletişimi doğrusal bir akış şeklinde değerlendiren **doğrusal modellerde**; kaynağın yetkinliği ve en uygun mesajı seçebilmesi, seçtiği mesajı ifade edecek şekilde kodlayabilmesi, en etkili kanalı seçmesi ve mesajın kayıpsız bir şekilde alıcısına ulaştırması gibi konular üzerinde

durulmuştur. Dini iletişimin doğası gereği dinin aşkın ve metafizik yapısı; mesajı kodlamada, kanalları tespit etmede ve mesajı alıcıya ulaştırmada bazı zorlukları beraberinde getirmektedir. **Doğrusal olmayan modellerde** ise iletişim sürecinin öncesinde ve gerçekleşme anında etkili olan psikolojik, fizyolojik, sosyolojik unsurların tamamı göz önünde bulundurulmaktadır. Buna göre dini iletişimde kaynağın oluşturduğu mesajlarda ve alıcı tarafın bu mesajları algılamasında, içerisinde yer aldıkları toplumsal yapı etkili olmaktadır. Ayrıca dini iletişimde geri bildirim öğesi oldukça önemlidir (Batar, 2020: 438).

Dini iletişimi, cami ortamında imamın cemaate okuduğu hutbe örneği üzerinden değerlendirerek iletişim modelinde göstermeye çalışacağız:

Şekil 2.1: *Cami ortamında dini iletişim*



Kaynak: Furat, 2009

Yukarıdaki modele göre cami ortamında meydana gelen bir dini iletişimin unsurlarını şu şekilde tanımlayabiliriz:

Kaynak: Kur'an ayetleri ve peygamberin hadisleridir.

Kodlayıcı: Cami ortamında sürdürülen bu iletişim sürecinde kaynaktan (Kur'an ayetleri ve peygamberin hadisleri) aldığı bilgiyi yorumlayarak cemaate aktaran kişidir. Burada imam aktarılmak istenen içeriğin tespitinde önemli rol oynar.

Mesaj: İmamın okuduğu hutbenin içeriğidir.

Alıcı: Cami ortamında sürdürülen bu iletişimin hedef kitlesi cami cemaatidir.

Kanal: Cami ortamında gerçekleştirilen yüz yüze iletişim.

Kodlama: İmamın kaynaktan aldığı bilgiyi yorumlayarak mesaja dönüştürmesidir.

Kod açma: Cemaatin mesajı anlamlandırma süreci.

Geri bildirim: Cemaatin imamın oluşturduğu mesaja tepkisi. Bu tepki kısa vadede cemaatin imama gösterdiği fiziksel veya sözlü tepkiyi, uzun vadede ise cemaatin sohbetten kazanımlarını günlük yaşantılarına uygulamaları şeklinde olabilmektedir.

Engeller: Cami ortamının fiziksel özelliklerinden kaynaklı ses, ışık vb. aksaklıklardır.

Yukarıdaki örnekte de görüldüğü üzere dini iletişim sürecinde alıcının görevi iletişime konu olan dini mesajı açmak, anlamlandırmak ve mesajı ileteni uzmanlık, güvenilirlik, otorite oluş vb. özellikler yönünden sorgulamaktır. Dini bir gruba üye olmak, o grup ya da tarikatın liderine karşı gösterilen koşulsuz itaat bu sorgulamadaki ihmalin neticesidir. Aynı şekilde dinin temel referansları olan kutsal metinleri bırakıp bir cemaat liderinin yazıp çizdiklerine yönelmek de dini iletişimde odak kaymasından kaynaklı bir dizi yanlışı doğurmaktadır. Zira bu süreçte alıcı mesajı atlayarak kaynağa yönelme, ona insanüstü vasıflar atfederek koşulsuz itaatte bulunma gibi ciddi bir hataya düşme tehlikesiyle de karşı karşıya kalmış olacaktır. Bu nedenle dinî iletişimde hiçbir surette ne kaynak ne de kanal mesajın önüne geçmemelidir. Örneğin kutsal metinlerin anlam ve içeriğinden çok bu mesajların yer aldığı mushafa (kağıt ve yazıdan müteşekkil maddi formuna) gösterilen özen (süslü çantalarla duvarlara asılması vb.) temelde böylesi bir yanlışın sonucudur (Öz, 2017: 132-133).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: DİNİN DİGİTAL GÖRÜNÜMLERİ

3.1 DİGİTAL DİN TEORİSİNE GİRİŞ

Dijital evrenin yapısı ve işleyişi, internet desteklidir, kendine özgü ve biriciktir; öncekilerden kökensel olarak farklıdır. Tıpkı fiziki evrenimiz gibi dijital evrenimiz de sürekli genişler. Bu genişlemenin enerji kaynağı veridir. Dijital çağla birlikte her şey dijital platformlarda bir şekilde yer edinmeyi başarmıştır. Geleneksel dinî söylem de bu alanda kısa zamanda kendini göstermiştir. "Çevrimiçi dinî söylem" dine ilişkin olarak dijital platformlarda yazılan, çizilen, konuşulan veri akış evrenidir (Duman, 2019: 29). Teknolojinin, dinsel alana sirayet etmesiyle birlikte dinsellikler, kendine ait alanları inşa etmeye başlamış, teknolojinin getirmiş olduğu imkanlarla etkileşim sağlayan dinî terminoloji ve pratikler, dinin kurumsallaşmaları ve tartışmaları bu akış içinde önem kazanmış (Doğan, 2018: 12), ağ toplum modelindeki din de ağ dinselliğiyle kendini göstermiştir. Dinsel ağ, dinin dijital platformlarda yorumlanması, gruplar oluşturması, imgelenmesi ve çeşitli yönleriyle yeniden ortaya çıkması, dinî varlığın yeni bir üsluba ve görünüme yönelmesidir (Yıldırım, 2019: 16).

Din olgusu sosyal bilimlerde uzunca bir süre gelenek-modernite hattı üzerinden tartışılmış, modern bilimin doğurduğu teknolojinin somut çıktılarından biri olan dijital kültüre özellikle son otuz-kırk yıldan bu yana yavaş yavaş nüfuz etmiş (Dereli, 2018: 114), dini bilgi ve yorum paylaşma, sanal platformlarda günah çıkarma, dini evlilik siteleri gibi geniş bir yelpazede faaliyet gösteren dini motifli internet siteleri, din fenomenini sanallaştırmaya başlamıştır (Al, 2019: 168).

İnsanlar merak ettikleri dinle ilgili bilgilerini artırmak veya sanal bir dini topluluk oluşturmak, inançlarını yaymak, aynı inancı paylaştığı insanlarla tanışmak, tartışmalı mevzularda karşılıklı fikir alışverişinde bulunmak, bazı dini pratikleri sanal ortamlarda yerine getirmek gibi pek çok maksatla siber uzamı aşama aşama dini hayatlarının bir parçası haline getirmişlerdir (Dereli, 2018: 110).

"**Dijitalleşme**; enformasyonun bilgisayar teknolojisi tarafından okunabilir hale gelmesi/bir formattan başka bir formata dönüştürülmesidir" (Aktaş, 2014: 59). **Dinin dijitalleşmesi** ise dinin çeşitli içerikleri ve farklı boyutlarıyla dijital ortamlarda varlık bulma sürecidir. **Dinî söylem ile dijital ortamların ilişkisini** birkaç açıdan değerlendirmek mümkündür (Yıldırım, 2019: 17)

- Tüm dinî akımlar dijital platformlarda yer edinmeye başlamıştır.
- İrşat ve tebliğ faaliyetleri ortamın doğasından etkilenmektedir.
- Dinî akımlar burada kamusal etkinlikler yapma çabasındadırlar.
- Küresel bir niteliktedir.
- Dini çarpıtma olanakları da kolaylaşmaktadır.

Aşağıda **dijital din uygulamalarına** dair birkaç örnek verilmiştir (Gezginci ve Işıklı, 2018: 115):

- İbadet mekanlarının teknolojikleşmesi: Bu mekanların mobil güvenlik kameraları, projeksiyon, dijital ses sistemleri vb. teknolojik aletlerle donatılması
- Dini kurumların dijitalleşmesi: Dinî kurumların tanıtım ve irşat amaçlı internet siteleri oluşturmaları, sosyal medya hesapları açmaları
- Dinî liderlik pratikleri: Dini liderlerin Facebook, Youtube vb. sosyal medya kanallarını etkin bir şekilde kullanması
- Dini motivasyonlu anonim sosyal medya hesapları: Dindar kullanıcıları buluşturmak maksadıyla anonim sosyal medya hesaplarının açılması.

- Dini içerikli kişisel paylaşımlar: Bazı kullanıcıların dini motivasyondan çok toplumsal olayların etkisiyle dini içerikli resim, video, kutsal sözler vb. paylaşması ya da bu tür paylaşımlara yorum yazması
- Dijital ritüeller: Sosyal medya hesaplarıyla duaların okunması, sadaka, zikir vb. ibadetler için halkalar oluşturulması.
- Dini bilginin dijitalleşmesi: Dini külliyatın, dijital ortama aktarılması.
- Dini kutlama ve tebrikler: Dini gün ve gecelerde, dini bayramlarda kutlama içerikli paylaşımların yapılması.

3.2 DİJİTAL DİN: KAVRAMSAL VE KURUMSAL ÇERÇEVE

Dijital olgu, sadece bir teknolojik alt yapıdan ibaret değildir. Sosyologların özellikle ağ kavramını kullanmaları manidardır. Çünkü teknoloji tabanlı bu ağ, insan eylemlerinin görünümü, etkileşimi, yayılımı, akışı gibi çeşitli boyutlarından oluşmakta, dayanışma, gruplaşma, çatışma vb. eylemlerin gerçekleştiği bir sosyal alan ortaya çıkarmakta ve tüm bunlar din olgusuna da yansımaktadır (Yıldırım, 2019: 17).

Din olgusunun yeniden açılım ve akışına olanak sağlayan dijital bağlam, dini uygulamaları genişleten ve değiştiren önemli bir platform haline gelmiştir. İletişim teknolojisinde yaşanan köklü değişiklikleri ve dinin dijital kültür bağlamında nasıl tasarlandığını tanımlamak için kullanılan kavramlar zamana ayak uyduramamış, bu boşluğu doldurmak için online dini uygulamaların dönüşümünü ifade eden ve bize yeni bir çerçeve sunan, "dijital din" kavramı kullanılmaya başlamıştır**. Dijital din**, sadece çevrimiçi gerçekleştirildiği ve ifade edildiği şekliyle dine işaret etmez, dijital medyanın dini uygulamaları nasıl şekillendirdiğine de atıfta bulunur. Dijital din kavramı aynı zamanda dijital eserler ve içinde yer aldığı kültürle ilgili olarak dinin mevcut durumu hakkında konuşmamızı sağlar (Campbell, 2012: 1).

Dijital din kavramındaki “din”, geleneksel karşılığındaki gibi sabit, sınırları keskin bir mahiyete değildir, devingen ve akışkan bir yapı görünümündedir (Dereli, 2019: 100). Burada dinin anlatımı, görselliği ve kamusal hayata katılımı önemli değişmelere uğrar. Dinî eylem ve nesnellikler hızlanır, dijital bağlamın içine yerleşir, orada yeniden üretilir, dijital vaizler, dijital ilmihaller vb. olgular ortaya çıkar ve küresel zeminde yayılım gösterir (Yıldırım, 2019: 16). Milyonlarca dini dokümandan oluşan dijital kütüphaneler sayesinde Google Playstore, Applestore vb. platformlardaki uygulamalarla kullanıcıların dini bilgiye erişimi kolaylaşır.

Dijital dinin üç temel özelliği vardır:

i. Dijital dinin **dijital kültür** tarafından çerçevelenmiş özel bir medya formu vardır ve geleneksel dine kıyasla üç farkı göze çarpar:
   a. Etkileşimlilik
   b. Hipermetinsellik
   c. Yayılım
ii. Dijital din özel bir **teknolojik ideoloji** taşımaktadır ve bu nedenle belli bir ortama sabitlenemez. Dijital din, teknolojinin ekonomiye, siyasete ve kültüre eklemlenme biçimlerini yansıtan bir tekno-ideolojinin parçasıdır.
iii. Dijital din, **modernitenin yarattığı stres ve sıkıntıları bertaraf edebilecek özgün, esnek formlar sunar** ve kullanıcılar için günümüzün akışkan yaşam şartlarını yönetebilecekleri, aktif bir şekilde keşfedebilecekleri yeni sahalar üretir (Dereli, 2018: 113).

Dijital kültürün dinin inanç, ibadet, ahlâk ve toplumsallık gibi boyutlarını etkileyerek dönüştürmüş olmasından kasıt dinin özünü değiştirme değildir (Çuhadar, 2015: 176). Bilakis dijital kültür, dinî uygulamaların çalışma yöntemlerinde etkili olmuş, mahrem, kişiye bağlı veya kitap eksenli irşat çalışmaları yerini web sayfalarına, bloklara, yeni tasarımlara ve sembollere bırakmıştır (Yıldırım, 2019: 18). Web 2.0 ile kullanıcıların tartışma forumları, e-mail listeleri vb. üzerinden karşılıklı etkileşime geçmeleri sayesinde tele-varoluşlarının yoğunlaşması, siber uzam ortamlarında dinin görünürlük sahasını genişletmiştir (Dereli, 2019: 95).

Dinlerin dijital medya ile etkileşimini inceleyen araştırmacılar çeşitli sınıflandırmalar ve tanımlamalar yapmışlardır. Bunlardan biri de dini içeriklerin internet ortamıyla buluşması sürecini ifade etmek için yaygın olarak kullandıkları (cyber/virtual religion) "sanal din" kavramıdır. Bu kavram, din ile yeni iletişim teknolojilerinin karşılaşmasını ve kullanıcıların yeni etkileşim biçimiyle dini yaşantılarını sanal dünyaya taşımalarını anlatabilmek için kullanılmıştır. Hojsgaard ve Warburg (2005) da siber uzamda açığa çıkan dini "**sanal din**" kavramını kullanarak açıklamışlardır (Haberli, 2019: 309).

Bilgisayar ağları aracılığıyla görünür olan dini uygulamaların ifade biçimlerinin nasıl tanımlanacağı ile ilgili erken dönem çalışmalarında tercih edilen terimlerden biri de "**siber din**" kavramıdır (Dereli, 2018: 111). Bazı araştırmacılar tarafından yeni dini topluluklar ve ritüeller önermek için kullanılan siber din kavramı, dinin siber uzama aktarılmasını tanımlamanın bir başka yoludur. Başlangıçta bu metaforik çerçeve, dini uygulamanın geleneksel söylemin kısıtlamalarından ve kalıplarından kurtarılabildiği ve böylece ekranın

ötesinde yeniden tasavvur edilebileceği düşüncesiyle bazıları tarafından kullanıcıların dini hayatlarını siber uzaya getirmeyi denerken bilgisayar teknolojisi ve din arasında yeni bir ittifakın ortaya çıktığını öne sürmek için kullanılmıştır (Campbell, 2012: 2).

Dawson (2000) siber din terimini, "sadece siber uzamda var olan dini organizasyonları" tanımlamak için kullanırken, Brasher (2001) "dini faaliyetlerin siber uzamdaki varlığı ve elektronik ortamdan ilham alan yeni dini uygulamaların aşamalı olarak ortaya çıkışı" şeklinde tanımlar. Hojsgaard (2005) ise siber dini "içerikleri dijital kültürün temel özelliklerini yansıtan, geleneksel olarak yapılandırılmış dini kurumlara sağlam bir muhalefet" anlamında kullanmıştır (Campbell, 2012: 2).

Siber din kavramı, yeni kültürel ve teknolojik bağlamlarla ilişki kurarken **geleneksel din** söylemi ve din anlayışlarını araştırmak ve sorgulamak için bir yol açmış olmakla beraber siber uzam ve sanallık kavramlarıyla olan bağlantılarının çoğu zaman eksik veya bir şekilde yanlış bir dindarlık biçimine dayandığı varsayımlarını uyandırması gibi sebeplerle kullanışlı olmadığı düşünülmüştür (Campbell, 2012: 2).

Dijital din kavramının dillendirilmeye başlaması ise 2010'lardan sonra birtakım konferanslar, sempozyumlar ve araştırma merkezlerinin çalışmaları aracılığıyla ortaya çıkar ve kalıcı hale gelir. Dijital din kavramının kullanıldığı erken dönem konferans, araştırma girişimleri ve kitap projelerinin bazıları şunlardır:

- Colorado Boulder Üniversitesi'nde **Uluslararası Dijital Din Konferansı** (2012)
- Finlandiya'daki Donner Enstitüsündeki **Dijital Din Sempozyumu** (2012)
- New York Üniversitesi Din ve Medya Merkezi tarafından yürütülen **Dijital Din: Bilgi, Politika ve Uygulama Projesi**
- Cheong, Fisher- Nielsen, Gelfgren ve Ess (2012) editörlü **Dijital Din, Sosyal Medya ve Kültür** isimli çalışmaları
- Hoover'ın **Digital Religion, Social Media and Culture (2012)** kitabına yazdığı giriş
- Campbell'in **Digital Religion (2013)** adlı editöryal çalışması (Dereli, 2018: 111).

Campbell'a göre dijital din, çevrimdışı dini söylemleri çevrimiçi dini uygulamalara bağlayan ve genişleten bir köprü gibi düşünülebilir. Yeni ve yerleşik dini uygulama kavramlarının birleşmesi, hem dijital kültürün özellikleri (etkileşim, yakınsama ve izleyiciye dayalı içerik gibi) hem de geleneksel din tarafından harmanlandığı anlamına gelir (Campbell, 2012: 4).

Stewart Hoover (2012), dijital dinin, dijital teknoloji yoluyla anlam aracılığının benzersiz beklentilerine dayanan yeni bir din anlayışına yol açabileceğini vurgulamaktadır. Mevcut dini uygulamaların yeniden formüle edilmesinin hem çevrimiçi hem de çevrimdışı sonuçları vardır. Bu aynı zamanda dijital kültürün, yeni deneyimlere, özgünlüğe ve sözel yansıtıcılığa yol açabileceği anlamına gelir. Hoover ve Echchaibi (2012) ise yaşanmış dini pratik ve dijital kültürün "üçüncü bir alan" ile karşılaştığında akışkan bir bağlamın ortaya çıktığını öne sürmektedir. Dijital din bir kavram olarak, aynı zamanda dinlerin yerleşik varoluş biçimleri ve gerçekliğin doğası hakkındaki inançlarıyla yeni medya bağlamlarını nasıl kültürlemeye çalıştıklarını da inceler (Campbell, 2012: 3-4).

Dijital din teriminin kavramsallaştırılmasında dijital iletişim teknolojilerinin insan hayatındaki yaygınlığı temel etmen olarak zikredilmektedir. Dinî bilginin dijitaldeki varlığına dair verilerin ele alınması, dijital dünyada din fenomenini göstermesi açısından önemlidir (Çuhadar, 2019: 59). Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan "How Americans Pursue Religion Online" isimli araştırmaya göre halkın %74'ü internetin sanal dini iletişim etkinliklerine haftada en az bir kere katılmaktadır (Pew Research Center, 2000). Bununla birlikte dijital ortamlarda yaşanan bu değişimin, toplumun dijital dine bakışını ve dijital kaynakları kabullenişini de göstermektedir. Zira ülkemiz özelinde internetin dinî bilgi kaynağı olarak kullanım oranı 2014 yılında yüzde 8 iken (DIB, 2014: 123), 2017 yılına gelindiğinde bu oran yüzde 45'e kadar yükselmiştir (MAK Danışmanlık, 2017: 18). Yaşanan bu artışlar dijital din olgusunu anlamamızda referans kaynağı olarak görülebilir. Bu durum dinî unsurların dijitalleşmesinin kullanıcılar nezdinde tabiî karşılandığı anlamına gelmektedir (Çuhadar, 2019: 59).

3.3 DİJİTAL DİNLE İLGİLİ GÜNCEL ÇALIŞMALAR

Başlangıcından beri insanın hayatı kolaylaştırmak için ürettiği teknoloji, bugün gelinen noktada insanı yeniden üretmeye başlamıştır. İnsan artık dijital yaşam formundadır. Bu formun gelecekte, post-human türünü (sonraki insanı) üretebileceği trans-humanizm içinde tartışılan bir konudur. "Sonraki insan" ın dini inanç ve eğilimlerinin ne yöne evirileceğini söyleyebilmek, dijital din araştırmalarıyla yakından ilişkilidir (Gezginci ve Işıklı, 2018: 115).

Çevrimiçi dinsel uygulamanın dijital kültürdeki ifadesi olan dijital din anlayışı, medya alanında ortaya çıkan bir yenilik olarak otuz yılı kapsayan, çevrimiçi dini bağlılık üzerine büyüyen bilimsel literatür içinde yer almaktadır (Campbell, 2012: 4). "Making Space for

Religion in Internet Studies" isimli makalesinde Campbell (2005a), dini uygulamalara ve kullanıcı topluluklarına daha bilimsel ilgi gösterilmesi gerektiğini söylemektedir. Bunun nedeni sadece çevrimiçi dini katılımın kendi başına ilginç bir fenomen olması ya da internetin giderek daha popüler hale gelmesi değil, aynı zamanda din olgusunun bilgi toplumundaki birçok insan için hayatlarının önemli bir parçası olduğu gerçeği yatmaktadır. Campbell, aynı zamanda din bilim insanlarının internetin otorite, kimlik oluşturma ve çevrimiçi toplulukla ilgili sorunlara dikkat etmelerinin, internet çalışmaları alanına fayda sağlayacak önemli yöntemler ve analizler sağlayabileceğini önermektedir (Campbell, 2012: 7).

Dijital Din kavramı ile ilgili araştırmalar 1990'ların ortalarında akademisyenlerin dindar kullanıcıların ve dindar grupların internet kullanımının dini inançlar ve uygulamalar üzerindeki olası sonuçlarını belgelemeye çalışmalarıyla başlamış, konuyla ilgili ilk kitaplar çoğunlukla gazeteciliğe özgü ya da gözlemsel kayıtlar olmuştur. **İlk çalışmalarda genellikle üzerinde durulan konular** şunlardır:

- Dinlerin çevrimiçi ortama nasıl ithal edildiği meselesi
- Dijital teknolojilerin neden olduğu etik ve ahlaki zorluklar
- İnternetin kullanıcılarını maneviyatla yeniden bağlayabileceği yollar
- Geleneksel dindarlık biçimlerinin çevrimiçi adaptasyonları
- Yeni siber dinin yükselişi

Dijital din çalışmaları zamanla web kullanımı ve eski ritüellerin çevrimiçi olarak yeniden yorumlanması nedeniyle dini örgütlerdeki güç mücadelelerini araştırmak üzere genişlemiştir (Al, 2019: 167). Dijital din ile ilgili ilk araştırmaların çoğu nitelikseldir. Daha sonra araştırmacılar, bu konuda büyük iddialarda bulunabilmek için, daha büyük ve daha geniş veri setlerinden yararlanmaları gerektiğini düşünmüşlerdir. Dijital kültür ortamının benzersiz yönü, dini ortamlara erişim imkanı bulan bir araştırmacının kutsal ve özel ritüelleri kaydetmek ve araştırmak için kapalı veya sınırlı bir dini gruba girebilmesini, hem dini hem de sosyal bileşenlere kolayca katılıp gözlemleyebilmesini ve dini grupları daha önce mümkün olmayan şekillerde inceleyebilmesini sağlamıştır (Campbell & Vitullo, 2016: 76).

Aşağıdaki çalışmaları bu incelemelere örnek olarak gösterebiliriz:

- O'Leary (1996); yeni dini hareketlerin üyelerinin ağ bağlantılı etkileşimlerden nasıl yararlanabileceğine dair araştırması
- Fernback (2002); Wicca ilan tahtası temelli topluluklar üzerine yaptığı çalışması

İnternetin sosyal etkisi üzerine yayınlanan ilk çalışmalarda internetin toplum ve din kültürü üzerindeki etkisine ilişkin iki zıt bakış açısı hakimdir; biri ütopik, diğeri distopik. Olumlu bakış açısına sahip olanlar yeni ruhsal bağlantı ve katılım biçimleri için internet kullanımını teşvik ederken (Zaleski 1997 ; Wilson 2000), eleştirmenler sanal ruhani deneyimin gerçek olup olmadığı noktasında şüphe duymuşlardır (Brooke 1997 ; Jantz 1998). Bu aşamada, internetin dini dayanışma inşa etme veya potansiyel olarak geleneksel dindarlığı yok etme kapasitesine sahip olduğu düşünülmüştür (Campbell & Vitullo, 2016: 75).

Din ve internet araştırmaları üzerine çeşitli din çalışmalarını vurgulayan farklı konferanslardan derlenmiş koleksiyonları temsil eden ve konuyla ilgili en çok alıntı yapılan üç önemli bilimsel kitap şunlardır:

- "Religion on the internet: Research prospects and promises (Hadden ve Cowan, 2000)" adlı çalışma, internetin dini gruplar ve kültür üzerindeki etkisiyle ilgili bilim insanları tarafından araştırılan erken sorunları belirlemeye çalışan ilk koleksiyon olarak önemlidir.
- "Religion Online: Finding Faith on the Internet (Dawson ve Cowan, 2004)" adlı çalışma, daha çeşitli ve sofistike bir çalışma koleksiyonu sunar.
- "Religion and cyberspace (Hojsgaard ve Warburg, 2005b)" adlı çalışma, Kopenhag Üniversitesi'nde 2001 yılında düzenlenen "Dijital Ağlarla Dini Karşılaşmalar" adlı uluslararası bir konferanstan bildiriler sunar.

Bu değerli çalışmalar, kilit akademik çalışmaları ve bulgularını belirlemeye çalışan farklı koleksiyonları temsil etmektedirler. Artık dinî kimlik ve çevrimiçi dini uygulamaların gerçekliği konuları su yüzüne çıkmaya başlamıştır (Campbell, 2012: 9). Dijital din çalışmalarını, ortaya çıktığı günden itibaren **bakış açısı, işlenen konu ve yaklaşımlar bakımından dört dalgaya ayırmak** mümkündür:

i. İnternet teknolojisine ütopik bir bakış açısıyla yaklaşıldığı birinci dalga çalışmalarda, internet ortamındaki din olgusunun çevrimiçi topluluk bağlamında tanımlanması ve dini pratiklerin çeşitliliğinin incelenmesi üzerinde durulmuştur. İlk araştırmalar internet ile din etkileşiminin niteliğini analiz etme çabalarının sonucudur. O'Leary ve Brasher'in (1996) interneti, dinlerin mesajlarını iletebilecekleri ve dini çevrelerini yeniden üretebilecekleri yeni bir yer olarak tanımladığı çalışması, Cobb' un (1998), internetin ilahi olanın algısını nasıl geliştirdiğini göstermeye çalıştığı araştırması ve Zaleski (1997), Brasher (2001) ilk dönem çalışmalarına örnek olarak gösterilebilir.

ii. İkinci dalga çalışmalarda çevrimiçi dini pratiklerin farklı biçimleri somut olarak tanımlanmış; sanal cemaatler, online kimlik ve dijital ritüeller gibi temalar ele alınırken daha eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşılmıştır. Hojsgaard ve Warburg (2005a), ikinci araştırma dalgası yaşanırken aynı zamanda bu yeni dini ifade biçimini çevrimiçi olarak üreten insanlar olduğunun anlaşıldığını belirtir (Campbell, 2012: 8). Bu aşamada, araştırmacılar, topluluğun nasıl gerçekleştirildiğini, üyelerinin çevrimiçi olarak nasıl çalıştığını ve ortak özelliklerini belirlemeye çalışmışlardır. Bu dalga genellikle Helland'ın (2000), "Religion Online (Çevrimiçindeki Din)" ve "Online Religion (Çevrimiçi Din)" kavramları ile özdeşleşmiştir (Campbell, 2017: 17).
iii. Multidisipliner çalışmaların ortak ürünü olarak başlayan üçüncü dalga çalışmaları; çevrimiçi ritüeller, sanal cemaatler ve kimlik çalışmaları gibi önemli temalar üzerine yoğunlaşıldığı araştırmaları kapsar (Campbell & Altenhofen, 2016: 7).
iv. Dördüncü dalga ise derinlemesine bir temel oluşturmanın amaçlandığı, dini aktörlerin çevrimiçi ve çevrimdışı uzam arasındaki geçişleri, dini bilginin otantikliği, dini otoritenin dönüşümü vb. etik kaygıların araştırılmaya başlandığı bir dönemdir (Campbell, 2017: 17; Dereli, 2020: 91-92). Bu dönemin çalışmaları, çevrimiçi ve çevrimdışı dini toplulukların uygulamalarının ve söylemlerinin kesişimine odaklanma eğilimindedir (Haberli, 2020: 887-889).

Helland, "Online Religion – Religion Online and Virtual Communitas (2000) isimli çalışmasında, çevrimiçi dini varlıkları sınıflandırmak için takip eden birçok çalışmada farklı isimler altında kullanılacak yeni bir yaklaşım önermiştir:

Helland, çevrimiçi dinin çevrimdışı dini uygulamalardan mı ithal edildiğini yoksa tamamen çevrimiçi olarak mı ortaya çıktığını ayırt edebilmek için geliştirdiği Online-Religion ve Religion-Online sınıflandırmasında çevrimiçi bir topluluğun amacı için oluşturulan din ve dini faaliyetler arasındaki ayırt edilebilir özellikleri ve geleneksel çevrimdışı yapıların ve teolojilerin çevrimiçi alana aktarılmasını tespit etmeye çalışmıştır (Campbell & Vitullo, 2016: 78).

Çevrimiçi olarak ortaya çıkan farklı din biçimlerini ayırt etme girişimiyle Helland, dini gruplar ve kullanıcılar tarafından çevrimiçi etkinliklerinde kullanılan nüansları ve farklı stratejileri ortaya koymak için hala önemli bir araç olarak hizmet eden bu kavramları açıklarken **internetin iki temel özelliğini** göz önünde bulundurduğunu söyler:

i. Bunlardan ilki internetin kaynaktan alıcıya doğru tek yönlü bir iletişim aracı olma özelliğine gönderme yapar. "Religion online (çevrimiçindeki din)", dinler

hakkındaki bilgilerin dini kurumlarca sunulduğu ortamları ifade eder. **Religion online** tarzı dini sunumların yapıldığı web sitesi, sosyal medya gibi sanal alanlarda herhangi bir dinin, dini organizasyonun tanıtımı yapılmaktadır. Dinlerin inanç, ibadet ve ahlaki ilkeleri hakkında öğretici içerikler sağlayan bu ortamlarda e-kitap, makale vb. kaynaklar da erişime açılmaktadır. Türkiye'de Diyanet İşleri Başkanlığı, Avrupa'da Vatican, Amerika'da Katolik ve Protestan kiliseleri buna örnek olarak gösterilebilir (Akgül, 2017: 205-206). Kaynaktan alıcılara doğru tek yönlü içerik akışı evresinde analoğun dijitale dönüştürülmesi sürecinin bir parçası olan **religion online,** geleneksel dini içeriklerin iletişim, bilgilendirme gibi amaçlarla dijital ortama aktarılması ile başlamış, geleneğin dijital ortamda aynı biçimde muhafazası amaçlanmıştır. Geleneksel dini metin ve söylemlerin dijital ortama dönüştürülmesiyle yapısal bir değişime uğramayacağı, aksine geleneksel dinin yeni bir yayılım alanında boy göstereceği düşünülmüştür.

ii. İnternetin interaktif bir iletişim ortamı oluşturma özelliğine dayanan "**online religion (çevrimiçi din)",** internetin tartışma ortamı, dini tecrübelerin yaşanabileceği interaktif bir sanal ortam olarak kullanılması anlamına gelmektedir. Online religion (çevrimiçi din) dindar kullanıcıların dini aktivitelerin içinde bulunmasını ifade eder.

Çevrimiçindeki din yaklaşımını temel alan web sitelerinin amacı din hakkında bilgi vermektir. Bu sitelerde dindar kullanıcılar için ilgili dinin inançları, ritüelleri, kutsal metinleri vb. bilgiler sunulur. Akademik ve eğitim amaçlı web sitelerini bu gruba dahil edebiliriz**. Çevrimiçi din yaklaşımını** temel alan web siteleri ise kendi mensuplarını eğitmeyi, sanal cemaatler oluşturmayı ve ilgili dinin mesajını başka dinlere mensup kullanıcılara iletmeyi, yani misyonerliği amaçlamaktadır (Küçükcan, 2005: 216). Helland'ın temel ayrımına benzer bir diğer ayrım ise Karaflogka (2002) tarafından geliştirilen **religion on cyberspace (siber uzaydaki din)- religion in cyberspace (siber din)** kavramlarıdır.

Karaflogka, "religion on cyberspace" kavramını herhangi bir dinin, ibadethanenin, bireysel ya da kurumsal girişimin gerçek dünyada ulaşılabilecek olan dinî uygulamalarının internet ortamında sunulmasını ifade etmek üzere kullanmıştır. İnternet burada bir aracı (kanal) görevi görmektedir. Karaflogka'nın siber din olarak ifade ettiği "religion in cyberspace" ise siber uzamda üretilen dini, manevi ya da metafizik tecrübeyi anlatır. İnternet burada bir aracı değil ortam olarak kullanılmaktadır (Eken, 2019: 77). İnternet dini olarak tanımlayabileceğimiz "religion in" kavramı internetin imkânlarından faydalanılarak ortaya çıkan yeni dinler ya da

yeni hareketleri kapsar. Bu ayrım kullanıcıların kullanım amaçlarına ve oluşturdukları içeriklere göre sayısız kategorileştirmenin önünü açmaktadır (Doğan, 2015: 26-27).

Türkiye'de henüz filizlenme aşamasında olmasına rağmen son yıllarda dijital din bağlamında önemli çalışmalar yapılmıştır (Haberli, 2014, 2019,2020; Çamdereli, 2015; Eken, 2019; Dereli, 2020). Medya çalışmaları alanında din üzerine çok fazla çalışma bulunmamakla beraber son yıllarda "Din ve Medya", "Kamusal Alanda Din", "Dijital Din" ve "Dinlerin Maddi Kültürü" başlıklı gittikçe artan sayıda seminerler yapılmaktadır. Bu seminerlerdeki multidisipliner çalışmalar, bu iki alanı birbirine yaklaştırmaya başlamış ve son yıllarda belirli bir düzen kazanmıştır. 2010'dan sonra akademik alanda yayınların düzenli bir biçimde üretiliyor olması akademik bir alan haline gelmeye başladığının bir göstergesidir (Şener, 2019: 58-59):

- Medyanın dini eğitime etkisine yönelik çalışmalar (Bahadır, 2005; Furat, 2010; Yorulmaz, 2016b),
- İnternet ve sosyal medya üzerine yoğunlaşan çalışmalar (Vardi, 2013; Hülür, Akçay Bekiroğlu, 2016; Haberli, 2018; Dereli, 2018; Eken, 2019),
- Kimliklerin Türkiye basınında temsil edilişi ile ilgili çalışmalar (Işık, 2011; Altındağ, 2016),
- Anadolu Üniversitesi'nin 2012'de düzenlediği "Media Religion Culture Conference" adlı bilimsel toplantı,
- İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin 2015'de ev sahipliği yaptığı Medya ve Din Sempozyumu ve 2015'de düzenlenen Sinema ve Din Sempozyumu,
- Medya ve din araştırmalarının kurumsallaşması adına 2017 yılında Erciyes Üniversitesi'nde Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin kurulması,
- Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 2003'den beri düzenledikleri Dini Yayınlar Kongresi
- Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Diyanet Dergisi'nin Medya ve Din temalı sayısı (Ağustos 2015)
- İstanbul Müftülüğü' nün yayınladığı Din ve Hayat Dergisi'nin "İletişim ve Din Dili" temalı sayısı (2014)

Bir dini geleneğin ya da dini topluluğun günlük yaşamdaki hal ve tavırlarından haberdar olmak, onların siber uzama taşınırken hangi bagajları yanında alıp neleri terk ettiklerini ve iki uzam arasındaki görünümlerinin nasıl değişimler gösterdiğini ayırt edebilmemizi kolaylaştıracaktır. Bu bağlamda dinin dijitalleşerek offline dünyadan online pratiğe dökülmesi sürecinde görünür hale gelen kritik alanları araştırıp incelemeye yönelen bilim insanlarının ilgi duydukları temel temalara değinmek gerekmektedir (Dereli, 2018:114). Yeni bir araştırma alanı olan **dijital din olgusunu konu edinen çalışmalarda ele alınan en popüler meseleler** şunlardır:

- Dini bilginin otantikliği
- Dini otorite
- Dini ritüeller
- Sanal/dijital cemaatler
- Dini kimlik

3.3.1 Siber Uzamda Dini Bilginin İmkanı ve Otantikliği

2000'lerin ortalarından sonlarına doğru verileri analiz etmek ve bulguları daha geniş teorik çerçeveler ışığında değerlendirebilmek için yöntemler ve araçlar belirlemeye başlayan bilim insanları, dijital din çalışmalarının yalnızca dijital kültürdeki eğilimleri değil, genel olarak din kültüründeki etkilerini ve değişimleri görmek için araştırma çabalarını açıklamak ve bağlamsallaştırmak için çalışmışlardır. Çevrimiçi dini gruplarda ve organizasyonlarda gözlenen artış, dini kurumlar arasında çevrimiçi bir varlığa sahip olmanın dini bilgileri yaymak için ağı daha somut yollarla kullanmanın önemini gösterir niteliktedir (Campbell & Vitullo, 2016: 80).

Yeni bilişim teknolojileri, adeta kendine has bir dil, kültür ve ahlak anlayışı oluşturarak, gerçeklik algısının yanı sıra kullanıcıların dini bilgi edinme yöntemlerini de değiştirmekte, bilginin ulaştırılmasında merkezi konumda olan insan unsurunun devreden çıkmasıyla bilgi kaynağı belirsizleşmekte, siber uzama taşınan dini bilgi enformasyona dönüşmektedir (Ekinci, 2016: 297).

İletişim kurmamıza, bilgiyi depolayıp istediğimiz yer ve zamanda erişmemize olanak sağlayan kablolar ve yönlendiricilerle bağlantılı bilgisayar ağlarının dünyasını ifade eden siber uzam aynı zamanda bilgiyi aktaran tarayıcı ve e-posta yazılımını, ayrıca mikroçipin ve diğer elektronik depolama teknolojilerinin içsel alanını kapsayan geniş kullanımlı bir kavramdır (Eken, 2019: 81). Siber uzamın dini bilgiyi öğrenme ve öğretme hususunda,

kaynak, ileti ve alıcının özelliklerinde değişimler yaşanmış, dini bilginin siber uzamda dolaşıma girmesi, o bilginin alıcısını muğlaklaştırmıştır (Dereli, 2018: 115).

Günümüzde dini bilgi edinme yollarının ve kaynaklarının değişmesi, internet ortamındaki dini bilginin otantikliğinden o bilgiyi sunan kişilerin dini anlamda ne kadar otorite olduğuna kadar bir dizi problemi beraberinde getirmektedir (Dereli, 2018: 114). Bu sorunsallardan biri olan otantiklik meselesi, çoğunlukla kimlik veya dijital ritüellerin "gerçeklik-sanallık çatışması" etrafında şekillenmiştir. Sanal platformlarda yapılan dualaların geçerliliği, samimiyeti ya da bu ortamlarda kutsal mekânların ziyaret edilmesinin gerçekten yapılmış sayılıp sayılamayacağı, otantiklik çalışmalarının üzerinde durduğu meselelerden birkaçıdır (Haberli, 2020: 891).

Otantiklik meselesinin iki temel problemi vardır:

i. Siber uzamın kutsal bir mekan işlevi görüp görmeyeceği
ii. Kullanıcıların dijital dini aktivite ile deneyimlerinin özgün olup olmadığı

Bu problemler etrafında dönen tartışmaları konu alan araştırmalara örnek olarak şu çalışmaları söyleyebiliriz (Haberli, 2020: 891):

- Hill-Smith'in (2009), sanal hac gibi uygulamaları bir simülasyon veya "gerçek" bir şeyin yeniden üretimi şeklinde değerlendiren çalışması
- Grieve'in (2010), sanal ile gerçek arasındaki ilişkiyi analiz edip kuramsallaştırmaya çalıştığı çalışması

3.3.2 Siber Uzamda Dini Otorite

Dini otorite çoğunlukla sistemlere, rollere ve üstün niteliklere sahip olduğu düşünülen kişilere referansta bulunur ve geleneksel, karizmatik ve yasal-ussal otorite biçimlerinden farklı bir arka plana sahiptir. Dijital dinin dini otorite meselesi ise daha karmaşık bir yapıdadır (Dereli, 2018: 117).

Dini kurum ya da organizasyonların otoritesini sarsma potansiyeli bulunan kitle iletişim araçları etkin bir güç olarak tepkiyle karşılanmış olmasına rağmen otoritenin korunması ve devam ettirilmesi noktasında işlevsel bir araç olarak sahiplenilmiştir. Dijital dine dair son dönem araştırmaları internetin geleneksel otorite biçimlerini nasıl etkileyeceği ve yeni dijital dini yapının yeni otorite biçimlerini üreteceği noktasında daha somut temaları ele almaya başlamıştır (Eken, 2019: 86).

Dijital teknoloji, bilgi ve kültür seviyesi fark etmeksizin hemen herkesin yazar ya da otorite olmasına imkân tanır. Bu durum bilgi ve değerler alanının hem çoğulculaşmasını hem de evrensel olarak kabul edilen değer ve inançların göreceli bir hale dönüşmesini beraberinde getirir (Akgül, 2019: 55). Geleneksel dinî söylem genellikle otoritesi kabul edilmiş kişiler tarafından üretilirken çevrimiçi dinî söylemin servis edicileri açısından böyle bir zorunluluk yoktur. Bu söyleme katkı sunanlar hem birbirinin hocası hem de öğrencisidir (Duman, 2019: 29).

2000'lerin başında dini liderler dijital dinin, özellikle de katılımın din kültürünü nasıl değiştirdiği konusunda endişeye kapılmaya, nasıl ve ne ölçüde uyum sağlamaları gerektiğini sorgulamaya başlamışlardır. İnternet uygulamalarının **dini diyaloğun çeşitliliğini teşvik edip etmediğine dair pek çok soru** ortaya atılmıştır:

- İnternetin etkisinde kalmadığını düşündükleri otoritenin bir kısmını geri alacak şekilde internetin kontrolünü ele geçirmeleri gerekiyor mu?
- Kullanıcılar çevrimiçi olduklarında aynı gruplara mı yöneliyor?
- Dini gettolar ve klişeler mi inşa ediyorlar?
- İnternet bireysel güçlendirmeyi destekleyen bir araç mı?
- Bu durum çevrimdışı otorite için ciddi bir tehdit oluşturur mu?

Birçok dini cemaat çevrimiçi ortamda var olmanın ve internette dini bilgi arayanlarla bağlantı kurabilmenin önemini ve çevrimiçi dini diyalogdan üretilen soruları yanıtlamak (fetva), dini liderleri bir araya getirmek gerektiğini fark etmiştir (Campbell, 2012: 6-7).

Dini bilgilenme ve bilgilendirme noktasında kullanıcıların kolayca manipüle edilebildiği internette, geleneksel bilgi akışının bozulması, dini hiyerarşik yapıların önemini kaybetmesi, din adamlarının korkusuzca eleştirilebilmesi, dini bilginin otantikliğini de otoritenin kaynağını da bizzat kullanıcıların belirlemesi gibi sonuçlar doğurmuştur (Dereli, 2018:118). Bu konu ile ilgili popüler araştırmalar, internetin yerleşik dini otoritelere nasıl meydan okuduğunu (Barker, 2005), yeni dini liderleri nasıl güçlendirdiğini (Campbell ve Golan 2011) ve geleneksel liderlere çevrim içi etkiyi yeniden ortaya koymaları için ne gibi fırsatlar sağladığını içermektedir (Campbell & Vitullo, 2016: 81).

Bu hususstaki erken çalışmalar, örneğin Barker (2005), Barzilai-Nahon, K., & Barzilai, G. (2005), Cowan, (2005) internetin, sanal cemaatlerde geleneksel otoriteyi hem onaylama hem de tehdit etme potansiyeline sahip olduğunu ileri sürmektedir. Bu çalışmalar internet ve otoriteye dair ilk çabalar olması bakımından önemlidir. Özellikle Campbell'ın (2007) inşa

ettiği otorite yaklaşımı bu çabaların çeşitli yönlerden analizi ve geliştirilmesiyle ortaya çıkmıştır (Eken, 2019: 86). Turner, 2007; Maguire, 2007; Linjakumpu, 2011; Possamai ve Turner, 2012; Knowles, 2013; Cheong, 2014; Hoover, 2016 gibi çalışmalar dini gelenekler cephesinden dini otorite kaynaklarına yönelik fırsat ve tehditleri ele alan araştırmalara örnek olarak gösterilebilir.

3.3.3 Siber Uzamda Dini Ritüel

Dijital din olgusunu konu edinen çalışmalarda ele alınan temalardan biri de dindar kullanıcıların dini ritüelleri gerçekleştirmek ve yeniden oluşturmak için interneti nasıl kullandıklarına dair yapılan araştırmalardır. **Çevrimiçi ritüel**, geleneksel dini ritüellerin sanal platformlarda pratiğe dökülmesidir. Brasher (2001) çevrimiçi ritüel kavramını dijital dinin önemli bir unsuru olan **siber mabetler** ile ilişkilendirirken G. Young (2004) çevrimiçi seremoniler ve ibadet hizmetleri bağlamında tartışmaktadır. Bazı araştırmacılar ise bu kavramın dijital ortamlarda dua edilmesi ya da ibadetlerde birtakım ilahilerin icra edilmesini kapsadığını söyler (Dereli, 2018: 118). Brasher (2004), siber uzamın dini pratikler için uygun bir kamusal alan olduğu iddiasını doğrulamaya çalışırken Britanya Metodist Kilisesi ilk üç boyutlu kiliseyi, Aptallar Kilisesi'ni yaratmasının ardından "Second Life"ın sanal dünyasında ilk üç boyutlu Sinagog-Tapınak Beit Israel ve ilk Anglikan Katedrali ortaya çıkmıştır (Campbell & Vitullo, 2016: 77).

Helland'ın (2000) **religion online** ve **online religion** sınıflandırması çevrimiçi ritüelleri anlamak açısından işlevsel bir ayrım olarak değerlendirilebilir. Ritüel online, sanal ortamlarda erişilebilen ritüellere dair metinler ve yönergeleri içerir. Buradaki bilgilere erişim fiziksel değil, çevrimiçi olsa da yapılan dini pratikler bir performans olarak istenilen herhangi bir zamanda çevrimdışı ortamlarda gerçekleştirilebilir. Çevrimiçi ritüeller ise tam olarak siber uzamda gerçekleşen ritüelleri temsil eder. Burada ritüeli gerçekleştirmek için internet bağlantısı ve fare işaretçisini kullanma becerisi yeterli olacaktır (Eken, 2019: 94).

Çevrimiçi dini pratikler, sanal platformlarda kullanıcılar tarafından sosyal paylaşım ağı yoluyla gerçek yaşamlarında herhangi bir dini organizasyona üye olmasalar bile sanal cemaatlere katılarak onların hizmetlerinden yararlanma şeklinde gerçekleştirilebilmektedir. Larsen'in (2001) dini sörfçülerin çevrimiçi etkinlikleri üzerine yaptığı çalışmasında, en aktif dini sörfçülerin aynı zamanda en aktif çevrimdışı katılımcılar olduğunu iddia etmesi dikkate değerdir (Campbell & Vitullo, 2016: 78).

Günümüzde insan hayatındaki neredeyse her alanın yolu, dinsel alan da dahil olmak üzere medyadan ve dijitalleşmekten geçmektedir. Kabristana gitmeksizin dijital platformlardan kabirlere dua gönderilmesi, vekalet ile kurban kesilip bunun videosunun canlı olarak paylaşılması gibi pek çok dinsel ritüel dijitalleşmeye başlamıştır (Al, 2019: 168). Kullanıcılar; dua paylaşma, diğer insanların görebileceği tarzda site üzerinden dua talebinde bulunma, kutsal mekânları sanal ortamlar üzerinden ziyaret etme gibi etkinliklerle ritüelleri çevrimiçi ortamlara taşımaktadırlar (Dereli, 2018: 119).

Sanal platformlardaki avatarların dikkatli bir şekilde incelenmesi, kullanıcıların bu platformlarda yaratılan sanal mabetlerdeki dini uygulamalarını ve niyetlerini gözlemleyebilmeleri adına araştırmacılar için önemli bir fırsat sağlamıştır. Örneğin "Aptallar Kilisesi"ndeki avatarların faaliyetlerini inceleyen Miczek (2008) dini ritüelin sanal olarak uyarlanmasının, geleneksel uygulamaların dönüştürülmesi, yeni angajman biçimlerinin ortaya çıkması ve somutlaştırılmış ritüel ile ilişkili bazı unsurların dışlanması gibi neticeleri olduğunu belirtmiş, Jacobs, sanal bir Hindu tapınağında **cyber puja** ve sanal bir kilisede dua uygulamaları üzerine yaptığı çalışmasında (2007), katılımcıların çevrimiçi ritüellerin çevrimdışı ritüelleri taklit edebileceğini ve otantiklik derecesinde bir değişiklik olduğunu savunmuştur (Campbell & Vitullo, 2016: 80).

Goethals, (2003); Antweiler, (2006); Miczek, (2007) ve Yiğitoğlu'nun (2015) çalışmaları genellikle ritüellerin, siber uzama aktarımı esnasında değişimlerini, gerçek sayılıp sayılamayacakları noktasında otantiklik meselesi etrafında şekillenmiştir (Haberli, 2020: 881). Ülkemiz özelinde de **çevrimiçi dini ritüeller** içinde hatim, zikir/dua, mezarlık ziyareti gibi fenomenleri ele alan çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Çuhadar, 2020: 242):

- Müslüman gençlerin çevrimiçi inanç pratiklerinin araştırıldığı çalışma (Eken, 2020);
- Dini tecrübelerin sanal ortamlarda uygulama biçimlerinin araştırıldığı çalışma (Haberli, 2013);
- Sanal kabristan araştırması (Kılıç ve Özoran, 2018);
- Sanal kabristanların kullanımı hakkında saha araştırması (Bora, 2011);
- Teknolojik imkanlarla gerçekleştirilen dini pratiklere dair yüksek lisans tezi (Doğan, 2018)
- Zikir çekme ritüelinin dijital sayaçlar kullanılarak yerine getirilmesini inceleyen çalışma (Tönük, 2011).

3.3.4 Siber Uzamda Dini Örgütlenmeler

Dijital ortamlarda ortaya çıkan toplulukları inceleyerek erken kavramsallaştırma girişimlerinde bulunan araştırmacılar arasında en çok ses getireni kendisi de bir sanal topluluğun kurucusu olan Howard Rheingold'tır. Rheingold 1987 yılında yayımladığı "Virtual Communities: Exchanging Ideas Through Computer Bulletin Boards" isimli makalesini 2008 yılında "Virtual Worlds Research: Past, Present & Future" isimli dergide yeniden yayımladı. Makalede yazar, "sanal cemaat" kavramını yüz yüze görüşme imkanı olan ya da bu imkâna erişemeyen bir grup insanın çeşitli sosyal ortamlar aracılığıyla herhangi bir ifadeyi ya da fikirlerini paylaşabilmek için oluşturdukları bir grup olarak tanımlamaktadır (Eken, 2019: 83).

Dijital ortamların sunduğu iletişim olanakları sayesinde ortaya çıkan, internet üzerinden örgütlenen ve çeşitli statü ve rol dağılımları olan sanal guruplar, kısa zamanda çok sayıda takipçi elde etmekte ve sıkı bir iletişim ve etkileşim sayesinde kullanıcıların ortak değer, inanç ve düşüncelerini paylaşmalarını sağlayarak toplumların siyasi ve sosyal yapılarının değişiminde etkin roller üstlenmektedirler (Vardi, 2012: 90). Yapılan araştırmalar, zaman-mekan ve yapısal hiyerarşi gibi sorunların aşılmasını sağlayan dijital medya olanakları sayesinde, bu toplulukların geleneksel yapılardan farklı olarak daha esnek ve daha dinamik özellikler sergilediğini, çevrimiçi toplulukların çevrimdışı topluluklardan farklı bir şekilde programlandığını göstermektedir (Campbell & Vitullo, 2016: 85).

3.3.5 Siber Uzamda Dini Kimlik

Kimlik iletişim yoluyla inşa edilmektedir. Çevrimdışı dünyada bir iletişim ağına sahip olan din ve kimlik, dijital kültürün sanal ortamlarında da birlikteliğini devam ettirmektedir. Bu iki bileşenden biri olan çevrimiçi kimlik, siber uzama dahil olunduğundan beri en kritik meselelerden biridir (Dereli, 2018: 122).

Bir insanın ait olduğu toplumsal grup içinde belli bir bağlamda ve zaman diliminde gerçekleşen etkileşimiyle ortaya çıkan kimlik; sanal ortamlardaki farklı inançtan kullanıcılarla yapılan fikir alışverişi, merak edilen ve zihin karıştıran sorulara cevap arayışları sebebiyle sorgulanmaya, yeniden kurgulanmaya başlamıştır (Haberli, 2020: 881). Wagner (2012), siber uzamın sanal ortamlarında, dijital teknolojinin parçalı çevrimiçi dini kimlikler oluşturacağını ve bu cihazlar içerisinde yer ederek hem benlik algısını hem de dini deneyimi daha anlık bir hüviyete dönüştürdüğünü savunur. Siber uzamda açığa çıkan dijital dini kimlikler, çevrimdışı dünyadaki dini kimlik görünümlerine kıyasla daha devingen bir yapıya sahiptir. Siber uzamın

kendine has dinamikleri, kullanıcıların zaman zaman dini kimliklerini ve dindarlıklarını sergilemelerinde dijital ortamın yapısal şartlarına göre davranmalarını gerektirebilmektedir (Dereli, 2018: 123-124).

Dini kimliğin siber uzamdaki görünümlerine dair yapılan çalışmaları bakış açısı ve yaklaşımlar bakımından **dört dalgaya** ayırmak mümkündür:

i. **Erken dönem** çalışmaları olarak ifade edilen ilk çalışmalar geleneksel dini kimliğin yeniden inşası üzerine yoğunlaşmıştır. Ayrıca bu aşamadaki çalışmalarda özellikle dini otoritelerin etkinliğini belli ölçülerde kırabilen yeni dini kimlikler ve ifade biçimlerine vurgu yapılır.

ii. **İkinci dalga** olarak ifade edilen dönemde siber uzamdaki kullanıcıların farklı geleneksel kimliklere sahip olduğu ve dijital ortamları çevrimdışı dini etkinliklerini desteklemek için kullandıkları görülmüştür.

iii. **Üçüncü dalga** olarak adlandırılan çalışmalar ise dijital medyanın günlük hayata ve sosyal ağlara artan düzeyde bağlanmasına ve çevrimiçi dini kimliklerin oluşturulmasında internetin sunduğu yeni imkânlara odaklanmaktadır.

iv. **Dördüncü dalga** olarak nitelenen bu son eğilime göre, çevrimdışı yaşamın çevrimiçi ortamlara nasıl yansıdığı, ne şekilde etkilediği noktasında çevrimiçi dini kimliğin oluşum sürecinde önemli bir parametre olarak belirmektedir (Eken, 2019: 91).

Aşağıda araştırmalar internetin dini kimlik üzerindeki etkilerine odaklanmıştır:

- Fernback'in (2002) dini kimliklerin çevrimiçi ortamlarda nasıl güçlendirildiğini veya aşındırdığını ele alan çalışması
- Brauchler'in (2003) kimlik parçalanması ile çatışmayı ortaya koyan çalışması
- Lövheim ve Linderman (2005) çevrimiçi dini kimlik inşasını konu alan çalışmaları
- Sands'in (2010) dini kimliği çevrimdışı ve çevrimiçi uzam bağlamında inceleyen çalışması

3.4 İLETİŞİM TEKNOLOJİSİNİN DİNİN YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yazı, matbaa ve kitle iletişim araçları gibi önemli icatların ve büyük teknolojik gelişmelerin analizini yapmak, iletişim teknolojisi-din etkileşiminde dinin dönüşen yapısına dair nasıl kalıcı izler bıraktığını açığa çıkarma noktasında elzemdir. Sanayi devrimiyle hayatımıza giren makine uygarlığı, dinsellik ile teknolojiyi biraz daha yakınlaştırmış ve bu yakınlık, kitle iletişim araçlarında dinsel söylemin temsil edilişiyle kendini göstermiş, neticede dinsel söylemin unsurları bilgi ve iletişim teknolojilerine dâhil olmuştur (Çuhadar, 2020: 242).

Teknolojinin var olmak ve gelişmek için dini motivasyonlara ihtiyacı yoktur, o daha ziyade gündelik pratik ihtiyaçlardan yola çıkarak gelişir. Günümüzde teknoloji bilimin uygulama alanlarından biridir ve tam da bilimin sunduğu şekilde işe yarar bilgilerin araç gereç yapımında kullanılmasıyla var olur. Postman'ın **Teknopoli** isimli eserinde ifade ettiği gibi radikal teknolojik yenilikler eski terimlere yeni anlamlar yüklemektedir (Çuhadar, 2020: 256).

Bilişim teknolojilerinin dini pratiklere yönelik sunduğu aletler ve uygulamalar, teknolojinin dindar insanların günlük dini yaşantılarına daha hızlı bir şekilde entegre olmasını sağlamış, toplumsal gelişmeler ışığında dindar kullanıcıların hayatlarındaki teknolojik anlamlandırmalarına yeni bir boyut kazandırmıştır. Kur'an okuyan kalem, elhamdülillah diyen bardak, zikirmatik, kıblematik, namaz öğreten seccade vb. teknolojik aletlerin ibadetlerde yardımcı birer araç olarak kullanılması alışılagelmiş geleneksel tutumlardan farklıdır (Doğan, 2018:33). Dijitalleşmenin din ve dindarlığa önemli etkilerinden olan bu cihazların geliştirilmesi, dindarlık görünümlerinin de değişip dönüşmesine kapı aralamıştır (Haberli, 2019: 311).

İletişim teknolojisinin din üzerindeki etkisini daha yakından inceleyebilmek için dini geleneğe biraz alışılmadık bir bakış açısıyla bakmak gerekmektedir. Lawrens ve Wadley (1995) dini geleneği, "inancın tüm tezahürlerini, dine göre şekillenmiş davranışları, yazılı kayıtları, törensel ritüelleri, dini eserlerde kullanılan sembolleri ve insan hafızasında iz bırakan, bilgiyi tutan ve ileten bir tür sistem" olarak tanımlarlar. Dini gelenek çeşitli aracılar ile, örneğin söz, yazı, ritüeller ve semboller ile kuşaktan kuşağa aktarılır. Kalıplaşmış dini geleneği, değişim süreci içinde yenilenen başka bir zaman ve mekana aynen aktarabilmek tartışıla gelen bir sorun olmuştur (Akgül, 2008: 46).

3.4.1 Kitle İletişim Araçları ve Din İlişkisi

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, geleneksel dini söylemi hem dinin modernite içinde ürettiği var olma tarzı ile hem de dinin modern süreçlerle birlikte kendini yeniden üretmeye çalışması şeklinde derinden etkilemiştir (Yıldırım, 2019: 16). Kitle iletişim araçlarının, topluma dönük tutum belirleme, sosyalizasyon, kültür aktarma gibi işlevleri din açısından onları önemli kılmaktadır. Çünkü her din topluma aktarması gereken mesajları beraberinde getirir (Arslan, 2016: 9).

Dinî söylem, propaganda ve öğreti açısından toplumsal hayatta derin tesirler oluşturmuş dinler, geçmişten günümüze kitlelere mesajlarını ulaştırabilmek için her çağın gelişen teknolojik imkânlarından yararlanmıştır. Guttenberg'in matbaasında ilk basılan kitap İncil olmuştur (Menekşe, 2015: 155). Dini metinler, nesilden nesile aktarılan sözler olarak başladıkları yolculuklarında önce harflerle yazılmış, baskı makinelerinde basılmış, radyo yayınları ile evlere sesini duyurmuş, televizyon ile görüntüsünü izleyiciye aktarmış, internetle yazı, ses ve görüntüyü birleştirerek muhataplarına ulaşmış, son olarak da mobil cihazlarda yerini alarak kullanıcıyla buluşmuştur (Vardi, 2012: 109).

Tüm toplumsal kurumlar, varlıklarını sürdürme eğiliminden dolayı yeniliğe uyum sağlayıp onu kendi lehine bir fırsata dönüştürmeye çalışırlar. Tarih boyunca kitle iletişim araçlarının zararlı etkilerine dair muhalif bir dil gelişmiş olmasına rağmen sürekli kendini yenileyen bu araçlar tüm dünyada çeşitli topluluklar tarafından dini-manevi amaçlarla yoğun bir biçimde kullanılmıştır. Bu yönüyle mektup ve fermanlar, kitaplar, dergiler, radyo ve televizyon ve elbette bilgisayarın tarihsel-toplumsal hikâyesinin önemli bir bölümü dini ve manevi tecrübeler ile ilgilidir (Eken, 2019: 75).

Kitle iletişim araçlarının dini sosyalleşme surecinde iki temel işlevi bulunur:

i. **Dini bilgilerin aktarımı**: Medya aracılığı ile kitlelere dini öğretiyi tanıtıcı faaliyetler yapılabilmektedir.

ii. **Rol model olması**: Görsel ve işitsel yayınlarda boy gösteren karakterleri taklit etme isteği sonucunda dini tutum ve davranışlarda rol model alma temayülü gözlenmektedir.

Geleneksel yollardan farklı bu işlevleri nedeniyle kitle iletişim araçları hem aranan hem de tartışılan bir olgu haline gelmiştir (Arslan, 2016: 10).

Modern toplumlarda **dini kimlik** ve **kolektivite oluşturmanın** en etkin yolu medyadan geçmektedir. Bilginin hızla üretilip çok çabuk tüketildiği küresel dünyamızda, toplumsal yaşamın temel yapı taşlarından olan medya ve din yapısal ve işlevsel bir dönüşüm süreci içindedirler. Bu süreçte medya ve dinin modern toplumlarda bireyin davranışlarını ve yaşamını belirlemedeki rolü ve etkisi artarken karşılıklı bağımlılık ve etkileşimleri neticesinde yeni bir boyuta geçilmiştir (Al, 2019: 1).

İlk dini içerikli radyo yayını, Amerikalı Reginald Aubrey Fessenden tarafından 24 Aralık 1906'da, bir Noel gecesi yapılmış, yayında İncil'den pasajlar okunmuş ve bir dini ayine yer verilmiştir (Menekşe, 2015: 154). Türkiye'de ise radyoda yapılan ilk dini yayın 1932 yılı ramazan ayı, kadir gecesinde Ayasofya Camii'nden naklen yayınlanan mevlid programıdır. Atatürk'ün emriyle yapılan bu özel yayın haricinde, Türkiye' de dini konu ve konuklara yer veren radyo yayınlarına 1950'li yıllara kadar rastlanmaz. (Akgül, 2008: 41). Özellikle doksanlı yıllarda özel medya araçlarının yaygınlaşmaya başlamasıyla pek çok dini grup özel televizyon ve özel radyo istasyonlarına yönelmiştir (Akgül, 2017: 199). Bu süreçte çekilen dizi ve filmler kısa tarzı anlatımlarıyla izleyiciye dinin soyut, zor ve karmaşık konularının kolay anlaşılabilir biçimde sunulmasına imkân sağlamıştır.

3.4.2 İnternet ve Din İlişkisi

Bilgisayar ağları ile dini öğretilerin buluşması 1970'li yılların sonlarına rastlar. 1978 yılında Christensen ve Randy Suess tarafından hayata geçirilen CommuniTree adlı forumun parçası olan Bulletin Board System, sanal platformlarda dinî fikirlerin tartışıldığı ilk ortamdır. Çevrimiçi dini odaklı ilk etkinlik olarak kabul edilebilecek BBS tartışma alanlarından "Create your own religion/kendi dinini yarat", kullanıcıların kendi dinlerini diğer kullanıcılara anlattıkları, dini konuları tartıştıkları önemli bir platform olan ORIGINS her dinden kullanıcının herhangi bir sınırlama olmadan dini konularda fikirlerini rahatlıkla yazabilmelerini sağlamıştır (Dereli, 2019: 94).

USENET'teki dini tartışma gruplarından Ecunet 1986'da ortaya çıkan çevrimiçi ilk ekümenik ağ oldu. 1992'de ilk sanal Hıristiyan Cemaati, Amerikan Presbiteryenleri tarafından siber uzamın ilk kilisesi kuruldu (Campbell & Vitullo, 2016: 73). Siber uzamdaki dinî tartışmaların konulara göre haber grupları şeklinde bölümlere ayrıldığı, böylece ayrı başlıklar altında görüşlerin daha ayrıntılı şekilde paylaşılabildiği, USENET üzerindeki dinî içerikli ilk tartışma grubu olan "net.religion", BBS ortamlarından daha popüler hâle geldi (Dereli, 2019: 94). Zamanla kullanıcı sayısı arttıkça "alt.philosophy" ve "soc.culture" gibi bir dizi özel hiyerarşiye bölünmeye başladı (Campbell, 2012: 5).

İnternetin ortaya çıkışıyla hayatımıza giren interaktif iletişim ortamı aynı zamanda dinî iletişim için de bir dönüm noktası olmuş, bu gelişmeler dinsel yönelimin oldukça belirginleştiği bir döneme denk düşmüştür (Menekşe, 2015: 153). İletişim araçlarının endüstrileşmesi ve de kitleselleşmesi ile popüler kültürde dinin görünürlüğü artmış (Arslan, 2016: 18), toplumsal olaylar, modernleştikçe dinin gerileyeceği ve zamanla toplumsal hayattaki etkisini kaybedeceği, dinî ritüellere katılımın azalacağı, dinin toplum için büyük bir anlam ifade etmeyeceği gibi beklentilerin gerçekleşmediğini göstermiş, aksine dinî eğilimler yükseliş göstermiştir (Menekşe, 2015: 154).

Din sosyologları, dinî hareketlerin toplumsal ivme kazandığı yeni dönemi "kutsala dönüş, büyük uyanış" gibi nitelendirmelerle tanımlamaktadırlar (Bell, 2006; Glock ve Bellah, 1976; Stark ve Bainbridge, 1985). Dini kültürün medyatik formda üretimi özellikle 1960'lı yıllarda bütün dünyada ortaya çıkan 'dini uyanış' sürecinde hız kazanmış, bu süreç, "insanlığın üçüncü büyük uyanışı" olarak nitelendirilmiştir (Akgül, 2008: 63).

Günümüzde semavi dinlerden uzak doğu dinlerine hatta marjinal dini gruplara, geleneksel tarikatlardan modern cemaat yapılarına kadar neredeyse bütün inanç sistemleri internet ortamında temsil edilmektedir (Haberli,2013: 871). Dijital düzlemin kendilerini anlatabilmeleri için oldukça etkin bir ortam olduğunu farkeden moderniteye mesafeli dini akımlar bile dijital teknoloji ve sosyal ağlardan kaçınmamaktadır (Eskicumalı ve Kol, 2019: 15). Bu platformlar dinin hedeflediği tebliğ ve irşat hizmetleri önünde çok fazla imkân ortaya çıkarmış, dini grupların etki ve işlevlerinin artmasını sağlamıştır (Arslan, 2016: 16).

Din açısından internetin icadı son derece önemlidir, sonuçları çok boyutludur ve çok disiplinli bir çalışmayı gerektirir. Kılıç ve Acar (2020: 11) yaptıkları araştırmada internetin sadece bir eğlence aracı ve boş zamanın geçirildiği bir ortam olduğuna dair algının kırılmaya başladığını ibadet ve manevi değerlerini geliştirme gibi farklı amaçlar doğrultusunda da kullanıldığını saptamıştır.

Kullanıcıların yaşam şekillerine ve ihtiyaçlarına göre internetin dini amaçlı kullanım motivasyonları farklılık gösterir. Aşağıda **internetin dini amaçlarla kullanımının çeşitli biçimleri** verilmiştir (Hülür ve Bekiroğlu, 2016: 152):

- Ortak ilgilere sahip kullanıcılar internet sayesinde geniş bir ağ içinde iletişim kurma imkânı elde ederler.
- Dini mesajları geniş kitlelere ulaştırma noktasında internet çok büyük bir fırsattır.

- Dini topluluklar internetin öneminin bilincinde olarak üyelerine ve üye olmayanlara yönelik enformasyon sağlayıp onlara ulaşmayı hedefler.
- İnternet dini metinlere erişimde kolaylık sağlar.
- İnternet, manevi açıdan adanma gibi tecrübe noktasında yeni fırsatlar sunar.
- Siber uzamda dini pratikler, çevrimdışı ortamlardaki maneviyat ve dini pratikten daha caziptir.
- İnternetin hiper metin yapısı, dini arayış içinde olanlar için sınırsız bir dünya sunar.
- İnternet sayesinde çevrecilik, seks ticaretiyle savaşma veya hayvan hakları gibi konularda dini mücadelenin eli güçlenmektedir.

3.4.3 Sosyal Medya ve Din İlişkisi

Postmodern bir toplumun oluşturucu gücü olan medyadan bahsedilirken sadece oldukça etkin bir araçtan değil aynı zamanda dijital çağı oluşturan dinamiklere sahip bir olgudan, yeni anlamlar, davranış tarzları ve semboller üreten bir yapıdan da bahsedilmektedir. Medya–din ilişkisi ise dinin medyada temsil edilişi, medyadaki dini bilgilerin geçerliliği, güvenilirliği ve otantikliği, medyanın yeni iletişim teknolojileri ile etki alanını artırması, dini ritüellerin dijital medyaya aktarılması, dinin dijital ortamlardaki varoluşu, medyanın dini meselelerde bilgi kaynağı olması gibi çok çeşitli alanları içerisine dâhil eden bir ilişki biçimidir (Arslan, 2015: 13).

Yeni medyayı (sosyal medyayı) geleneksel medyadan ayıran temel özellik iletişimin tüm aşamalarını ve bütün medya türlerini kapsayan bir etkileşimi başlatmış olmasıdır (Öztürk, 2019: 447). Herhangi birinin binlerce kişiye hızlı ve kolay bir şekilde mesajını iletebilme imkanı bulduğu yeni medya (Şahin, 2016: 52), insanlar arası etkileşimi geleneksel medyaya oranla büyük bir hıza ulaştıran yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla din alanında da bir dizi yeni açılıma zemin hazırlamıştır (Menekşe, 2015: 152). Dindar kullanıcıların, yazılı, sesli ve görüntülü dinî içerikleri paylaşma, bilgi edinme, dijital ortamlarda zekât verip kurban bağışı yapma, çevrimiçi bir ritüele katılma gibi dinî yaşayışlarına yönelik pratikler, bu yeni medya ortamının inanç sahiplerine sunduğu fırsatlardan birkaçıdır (Haberli, 2019: 76).

Günümüzde dinsel hareketler, sosyal medyayı faal biçimde kullanmaktadırlar. Siber ortamda günah çıkarma, dini hassasiyeti olan kullanıcılar için evlilik siteleri vb. çok geniş bir yelpazede faaliyet gösteren dini içerikli siteler din fenomenini dijitale taşırken (Al, 2019: 168), kullanıcılar sınırsız bir ortam olan internette dini gereksinimlerini aramakta ya da

içeriklerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Kılıç ve Acar, 2020: 6). İnternetin interaktivite özelliği sayesinde dünyanın herhangi bir yerinde bir Yahudi Ağlama Duvarı'na dua gönderebilmekte, bir Müslüman sanal hac uygulaması ile Kabe ziyaretini ifa edebilmektedir (Haberli, 2015: 46).

Dini grupların sosyal medya ile ilişkilerinin yoğunlaşmaya başlaması yakın zamanlara dayanır. 2010'lara kadar faaliyetlerini web sitelerinden yürüten dini organizasyonlar bu tarihten itibaren başta Facebook olmak üzere bazı sosyal medya platformlarında da yer almaya başlamışlardır. Dini grupların mesajlarını kitlelere iletmek amacıyla sosyal medyayı tercih etmelerinin altında yatan sebeplerin çoğu, sosyal medyanın aşağıda sıralanan mimari yapısıyla ilgilidir:

- Sosyal medya işlevsel bir yapıya sahiptir.
- Sosyal medya gelişmiş internet uygulamalarını bünyesinde barındırır.
- Sosyal medya teknik açıdan pek çok imkân sunar.
- Sosyal medya kullanımı çok kolay bir ara yüze sahiptir.
- Sosyal medya ciddi bir altyapı ve profesyonel bir kadro gerektirmez.
- Sosyal medya ücretsizdir.
- Sosyal medya büyük kitlere hızlı ve kolay ulaşma imkânı sunar (Yavuz, 2020: 41).

Birçok dinî lider veya dinî kurum, sosyal medya kullanıcıları üzerindeki otoritesini koruyabilmek ya da pekiştirmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Papa Françis verdiği vaazları sosyal medya üzerinden farklı dillerde paylaşırken, Dünya Müslüman Alimler Birliği Başkanı Yusuf el Karadavi kurmuş olduğu "islamonline.net" ile dindar kullanıcılara ulaşmaya çalışmaktadır. 2,5 milyon Twitter takipçisi bulunan Yusuf el-Karadavi, interneti İslam'ın hizmetine sunmanın bir gereklilik olduğunu belirtirken, Kâbe İmamlarından Abdurrahman Sûdeysi İslam'ın takipçilerinin dinin mesajını tüm dünyaya yaymak için teknolojideki gelişmeleri kullanması gerektiğini açıklamış, "Hz.Muhammed'in sahabeleri peygamberin mesajını yaymaya kalkışmasaydı, İslam büyümezdi. Bu nedenle İslam'ın takipçilerinin, modern zamanlarda dini yaymak için internet ve elektronik medyayı kullanmaları gereklidir." (The Indian Express, 27.03.2011) diyerek internet kullanımını teşvik etmiştir.

3.4.4 Dijital Din ve Mobil Uygulamalar

Akıllı telefon ve tabletler gibi kablosuz iletişim olanağı sağlayan cihazlar uygun fiyatlı modelleri sayesinde herkesin kolayca ulaşabileceği bir konuma yükselmiş ve dünya çapında hızla benimsenmiştir. Apple I-Phone cihazının 2007'de hayatımıza girmesiyle başlayan süreçte yüksek çözünürlüklü dokunmatik ekranlar, güçlü işlemci hızı, farklı ekran boyutlarına uyumlu web tasarımları, iki parmaklı büyütme, çift tıklama, kaydırma gibi hareketler, kullanıcının okumak istediği bir metni ya da görmek istediği bir resmi yakınlaştırarak daha rahat inceleyebilir hale gelmesi mobil cihazların kullanımlarını ve mobil uygulamalarının çeşitliliğini arttırmıştır (Keskin ve Kılınç, 2015: 68).

Mobil cihazların hakimiyeti sadece kullanıcı sayılarından değil; aynı zamanda harcanan zamanla ve bunun diğer cihazlarla nasıl karşılaştırılacağıyla ilgilidir. App Annie'nin "Mobile of Mobile 2021" adlı raporu insanların cep telefonları ile geçirdikleri zamanın canlı TV'den daha fazla zamana karşılık geldiğini ortaya koymakta, bu durum ortalama bir internet kullanıcısının mobil cihazlarında da uygulama akışı yoluyla TV içeriğini giderek daha fazla tercih ettiğini göstermektedir. GWI verileri, her 10 internet kullanıcısından 9'unun akıllı telefonları aracılığıyla çevrimiçi olduğunu ve cep telefonlarının tüm dünyada en yaygın kullanılan internet cihazı olduğunu göstermektedir.

Mobil iletişim araçlarının hayatın her alanına dâhil olması, dinin de siber uzama çok boyutlu olarak genişlemesini sağlamakta, dijital din kapsamında bilgisayarla yapılabilecek tüm pratiklerin, mobil cihazlarla yapılabiliyor olması, mobil cihazların önemini ve işlevselliğini ortaya koymaktadır (Haberli, 2019: 310). İnteraktivitesiyle dinlere geleneksel medyanın sunamadığı birçok imkanı sunan, dinin inanç, ibadet, bilgi ve ahlak boyutlarını tecrübe bağlamında önemli bir araç haline gelerek sınırsız kitleye ulaşma imkanı tanıyan bu cihazlar, dini iletişim için kolay taşınabilirlik, rahat erişim, basit kullanım gibi özellikleriyle en pratik yöntem olmuştur. Bu nedenle dini hassasiyeti bulunan kullanıcılar, kurum ve kuruluşlar mobil cihazları dine hizmet bağlamında önemsemekte, neredeyse tüm inanç sistemleri mobil ortamda temsil edilmektedir (Menekşe, 2015: 158). Örneğin mobil cihazlardaki binlerce dini uygulamadan biri istenilen yer ve zamanda Katolik bir Hristiyan'ın uygulamayı yöneten Katolik bir rahibe günahlarını itiraf etme fırsatını sunan "Confession: A Roman Catholic App" isimli uygulamadır (Haberli, 2019: 310). Dahası İsa'nın kendi Facebook sayfası, Buddha'nın tweetleri ve Mekke'ye karşı dua etmenize veya Papa ile bağlantı kurmanıza yardımcı olabilecek sayısız dini mobil uygulamaları vardır (Campbell, 2012: 10).

Campbell ve arkadaşlarının (2014) "There's a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications" adlı çalışması, dindar kullanıcıların dini mobil uygulamalarını kullanım motivasyonlarını ve amaçlarını analiz etmekle ilgilenen, aynı zamanda uygulama geliştiricilerin dini hedefleri tasarımlarına nasıl eklediklerini araştırmak isteyen akademisyenler için iyi bir başlangıç noktası sunar. Bu çalışma; Budizm, Hıristiyanlık, Hinduizm, İslam ve Yahudilik dinleri için geliştirilen uygulamaların işlevlerini karşılaştırması açısından da benzersizdir. **iTunes** uygulama mağazasında bulunan dini içerikli mobil uygulamaları incelemeye yönelik yeni bir metodolojik yaklaşım sunan bu araştırmada, beş büyük dünya dini ile ilgili uygulamalar hakkında kapsamlı incelemeler yapılmış, 451 dini uygulamanın işlevlerini ve amaçlarını belirlemek, bu uygulamaların çerçevesini sunmak için yapılan çalışmalar neticesinde, dini mobil uygulamaların 11 ortak kategorisi tespit edilmiştir:

i. Dua
ii. Meditasyon
iii. Ritüel
iv. Kutsal Metinler
v. Adanmışlık İbadeti
vi. Dini Hizmetler
vii. Dini Sosyal Medya
viii. Dini Oyunlar
ix. Dini Hikmet ve Liderler
x. Dini Medya Yayınları
xi. Çocuklar için Dini Uygulamalar (Campbell vd., 2014:54).

Araştırma tematik bir analizle, **dini uygulamaların tipik iki ana kategoriden biri ile ilişkilendirilebileceğini** ortaya çıkarmıştır:

i. Dini pratiklere yönelik uygulamalar
ii. Dini içerikle gömülü uygulamalar

Dini pratiklere yönelik uygulamalar, somut dini ritüellerle ilgili bilgiler veren veya yardım sağlayan uygulamalardır. Bu uygulamalar, dini uygulamaları veya deneyimleri kolaylaştırmaya yardımcı olarak doğası gereği dini bir işleve hizmet eder (örneğin, kutsal

metinlerin incelenmesi veya birine dua etmeyi öğreten bir dua uygulaması gibi). Kutsal Metinsel Nişan, Dua, Odak / Meditasyon, Adanmışlık İbadet ve Ritüel uygulamalarının tümü bu ana kategoriye girer.

Dini içerik barındıran uygulamalar ise belirli bir dini bilgi veya materyal biçimine erişim sağlayan uygulamaları ifade eder. Bu kategorideki birçok uygulama yerleşik dini uygulamaların kolaylaştırılmasını sağlamak yerine dini seküler uygulamalara yerleştirir. Örneğin Dini Sosyal Medya uygulamaları, dini fikirlerin, inançların veya bilgilerin, sosyal medya etkileşimlerine veya bu tür platformlarla etkileşimlere olanak tanıyan bir uygulamaya yerleştirildiği uygulamalardır. Dolayısıyla sosyal medya uygulamaları, uygulama tasarımcısının amacına ve kullanıcının niyetine bağlı olarak dini veya seküler katılım için kullanılabilir. Dini Hizmetler, Dini Bilgelik ve Liderler, Dini Medya, Dini Oyunlar, Çocuklar İçin Dini Uygulamalar bu kategorinin kapsamına girer (Campbell vd., 2014:166).

Dinsel alanın, mobilize ediliş süreci, dindar kullanıcıların hayatına hızla nüfuz ederek kutsala dair anlam dünyalarına farklı bir yön vermiştir. Mobil dini uygulamaların çoğunun ücretsiz olması da kullanıcıların benimsemesini hızlandırmıştır. Bu uygulamalar aracılığıyla elde edilen dini bilgiler günlük hayat telaşı içinde ibadetlerin yerine getirmesinde hem yardımcı olmakta hem de uygulamaların gönderdiği bildirimlerle dindar kullanıcılar dini ritüelleri için uyarılarak dini buyrukları hatırlatılmaktadır. Örneğin Müslümanlar için hazırlanan sabah namazına uyandırma özelliği bulunan bir uygulama kullanıcı tarafından "Kıldım" butonuna tıklanmadıkça ses bildirimleri göndermeye devam ederek dindar kullanıcı için namazın sürekliliğine ve sistematik bir şekilde yerine getirmesinde kolaylık sağlamaktadır. Bir başka örnek ise amel defteri özelliğiyle kullanıcıya gün içinde yapması gereken ameller için ekranda çıkan butonu işaretlemesini bildirimlerle hatırlatan bir uygulamadır. Bu uygulama ile dini ritüeller çizelge şeklinde kaydedilmekte, kullanıcı, metafizik alana dair söylemleri göstergeler üzerinden somutlaştırıp anlamlandırmaya çalışmakta böylece metafizik alana ve bilgiye ait karmaşık mesafeyi ulaşılabilir ve anlaşılır bir şekle dönüştürmektedir (Doğan, 2018: 51).

3.4.5 Mobil Uygulamalarla Gerçekleştirilen Dini Pratikler

Kullanım kolaylığı, anında erişilebilirlik ve içerik zenginliği sayesinde kullanıcıların dinî hayatlarını kolaylaştırıp zenginleştiren mobil uygulamalar, cep telefonlarına ücretsiz indirme ve kurma izni verilen çeşitli yazılımlar, dinî kimliğe sahip kişi ve kurumlar için dine hizmetin veya dini pratiklerin yeni alanı olarak popülaritesini artırmaya devam etmektedir.

Aşağıda, mobil uygulama üzerinden gerçekleştirilen dini pratikler listelenmiştir:

- Kutsal gün ve gecelerde kutlama mesajı göndermek
- Dinî kitaplar hakkında detaylı bilgi edinmek
- Dinî duyguları paylaşmak
- Dinî sorulara cevap aramak
- Dinlere ait gelenekleri tanımak
- Dinî müzikler dinlemek
- Dinî mekanları sanal ortamda ziyaret etmek
- Dini tören ve ayinleri yayınlamak
- İbadet etmek
- İbadet vakitlerini öğrenmek
- Meditasyon
- Dinî organizasyonlara katılmak
- Dini hizmetler hakkında bilgi edinmek
- Görsel yollarla ibadetleri öğrenmek
- Dini metinler üzerinde çalışmak
- İbadet ve muamelata dair bilgilere ulaşmak
- Dini metinleri ezberlemek (Hafızlık)
- Bir bölgedeki kutsal mekanları tespit etmek
- Bir bölgedeki helal restoranları tespit etmek
- Kıbleyi tayin etmek
- Zekat ve kurban bağışı yapmak
- Din hizmetlerine erişim
- Dini zaman, gün, gece ve dönemleri hatırlamak veya öğrenmek
- Kutsal mekanlardan canlı yayınları izlemek
- Dini eserler, yayınlar ve içerikleri satın almak

- Kuran okumak / dinlemek
- Tecvid öğrenmek / öğretmek
- Hac deneyimlerini geliştirmek
- Sünni, Şii ve Sufi bağlamlarında ulus ötesi topluluklar kurmak
- Geleneksel kanalların dışında romantik ilişkiler düzenlemek
- Dini kaynaklı otoriteler, dini ortak görüşler geliştirmek için platformlar oluşturmak
- İnternet üzerinden dinî yayınlar yapmak
- Sanal ibadethaneler açmak
- Çevrimiçi fetva hizmeti sunmak
- Kutsal metinleri çevrimiçi ortama aktarmak
- Sanal bir dini ağ oluşturmak
- Dua isteme/etme
- 3 boyutlu dünyalarda yapılan sanal bir ritüele katılmak
- Yerel ezan vakitlerini öğrenmek
- Mekke'ye namaz için canlı bağlantı sağlamak
- Çeşitli uygulamalı ibadetleri bilmeyenlere görüntülü öğretmek
- Dinî kitap ve makaleler hakkında detaylı bilgi edinmek
- Dinî bilgi ve duygu paylaşımında bulunmak
- Ayet ve hadisleri okuma ve dinlemek
- Dinî konulardaki sorularına cevap bulmak
- Dinlere ait gelenek ve inançları tanımak

3.5 DİJİTAL DİNİN YAN ETKİLERİ

TDK yan etki kelimesini "tedavi için uygulanan ilacın kişide kullanım amacı dışında sebep olduğu olumsuz etki, yan tesir" şeklinde tanımlamaktadır. Kişinin iyileşmek için aldığı bir ilacın yan etkisinden ötürü zarar görmesi gibi hayatımızı kolaylaştıran teknolojik ürünlerde beraberinde yan etkiler getirebilir. İnternetin, toplumun sosyal yapısından eğitim sistemine kadar günlük yaşamda pek çok alanı etkileyerek kullanıcılara sağladığı faydaların yanında ölçüsüz kullanıldığı zaman birtakım duygu ve davranış problemlerine yol açarak internet bağımlılığına sebep olması teknolojinin yan etkileri arasında gösterilebilir. Biz de bu bölümde dijital din olgusunun sağladığı kolaylıklarla birlikte taşıdığı yan etkileri yani çeşitli sorunları inceleyeceğiz.

Bilim ve din ilişkisi hakkında yapılan derin tartışmalar 16. yüzyılın ikinci yarısından günümüze değin devam etmektedir. Papa VI. Alexander'ın matbaaya karşı tavrı ve dile getirdiği gerekçeler ve "korkarım ki kitapların çoğalması, Tanrı'ya olan inancı zayıflatacaktır" sözü aktüel tartışmalar noktasında geçerliliğini sürdürmektedir.

Teknolojik aletlerin dinî hayat için hem avantajlı hem de dezavantajlı yönleri vardır. Zira her teknoloji, topluma yeni değerler kazandırırken işlevselliğini yitiren değerleri de kaybettirir. Çuhadar'ın (2020: 257) dijital teknolojilerle dini pratiklerin doğal formlarının dönüşmesi (ticarileşmesi, küreselleşmesi), teknolojinin dini pratikleri değiştirerek ana güzergahından çıkarması anlamında kullandığı "dinsel makinizm" le birlikte dua, içli bir yakarıştan tıklamaya indirgenmiş, sesli veya sessiz okunabilen Kur'an ayetleri akıllı kalem gibi araçlarla insandan bağımsızlaşarak dijitalleşmiş, kabristan ziyaretinde yerine getirilen pratikler sanallaşmıştır. Yazar, teknolojinin bireysel ve toplumsal hayata etkisi göz önüne alındığında dinsel makinizmin, teknolojik aygıtlara uyarlanmış bir dindarlık türünü ortaya çıkardığını söylemektedir. Bu, dini bilgiye kolay erişimden veya dini görünümün temsilinden öte bir durumdur.

Önceleri insan duyusunun birer uzantısı olarak ortaya çıkan teknoloji, zamanla teknolojinin uzantısı olan kullanıcılar yaratmış, insanın aletle girdiği diyalektikte bilincin ve bedenin dönüşümü tetiklenmiştir (Gezginci ve Işıklı, 2018: 129). Dijital teknolojiler adeta makinelere yüklenebilen, bedenden bedene ya da bulut sisteme aktarılabilen zihinsel bir varoluşun

peşindedirler. Verilerin ve algoritmaların yaşadığımız dünyayı tanımladığı ve şekillendirdiği bir dönemden, insanların dijital desteklerle bedenlerini mükemmelleştirerek hafızalarını küçücük çiplere yükleyip bedensiz bir varoluşu tecrübe edebilecekleri dönemlere geçiş tahayyülleri bilim kurgu dünyasına da şekil vermektedir (Şişman, 2019: 11)

Çağlar boyu hemen hemen her dinde modern iletişim araçlarına karşı geliştirilen tepkiler zaman içinde reddetme ve kabul etme arasında gelgitlere dönüşmüştür (Akgül, 2017: 197). Günümüzün vazgeçilmez iletişim aracı olan internet de payına düşen eleştirileri almaktadır. Bir yandan eğitimin sürmesinde kaçınılmaz araçlar arasında olan internet, diğer yandan din eğitiminde kullanılması açısından dijital dindarlık denilen yeni tip bir din anlayışı oluşturması sebebiyle tartışma konusudur (Furat, 2019: 31). Dijital dindarlık / teknoloji odaklı dindarlık / teknoloji destekli dindarlık gibi farklı tanımlarla ifade edilen bu durum dijital iletişim araçlarının dini tecrübe ve alışkanlıkların içine girerek, onları teknolojikleştirmeye devam etmesi ile çeşitli kaygılara yol açmakta, dinin geleneksel yapısını bozacağı endişesi ile eleştirilmektedir.

Günümüz siber toplumunda dindar kullanıcıların sanal platformlarda çevrimiçi dini topluluklar inşa etme çabasına girmesi, bu ortamlarda dini ritüelleri gerçekleştirmeye çalışmaları, dini kimliğin siber uzamda daha girift bir hal alması, dijital dinin geleneksel dini söylemden görece farklılaşabileceği ve kendisine mahsus bir yapıya bürünebileceği sonucunu doğurmaktadır (Dereli, 2018: 115).

Bu mevzunun çeşitli tartışmaları başlatması kaçınılmazdır:

- Herhangi bir dini konuda bilgi edinmek için din adamlarına duyulan ihtiyacın azalması, din adamlığının dini bilginin aktarılmasındaki rolünün zayıflatabilir.
- Klasik doğrusal metinlerin hiper-metinlere hatta Twitter ve Facebook paylaşımlarına, "geleneksel okuyucu" rollerinin "dijital okuyucular"a dönüşmesine sebep olabilir.
- Dini kitapların yerini alan hiper-metinler, sosyal medya paylaşımları ve mobil uygulamaları, kullanıcıların ibadet pratiklerini yeniden biçimlendirebilir.
- Dini bilgilerin internetten edinilmesi kapı bekçiliğini zayıflatabilir.
- "Otorite odaklı din"in yerini alan "kullanıcı odaklı din" olgusu dini ana akımları olumsuz yönde etkileyebilir.

- Yorumlayıcı bir vaiz veya açıklayıcı bir müfessirin olmayışı dindar kullanıcıları, geleneksel din tasarımı ve egemen tefsir geleneklerinden kopabilirler (Gezginci ve Işıklı, 2018:116).
- Geleneksel dini söylemde var olan "iyiliği emretme, kötülükten sakındırma" öğretisi, irşad ve tebliğ görevi, ilim öğrenmenin farz oluşu ve edinilen bilginin başkalarına öğretilmesi vb. sorumluluklar müslümanları dinî iletişimde aktif rol almaya iterken kimi zaman yaşanan odak kaymaları ciddi hatalara ve sapmalara yol açabilir (Öz, 2017: 123).

Dijital din olgusunun gözlenebilir yan etkileri, dijitalleşen dine mesafeli yaklaşanlar için önemli ipuçları içerebilir. Zira gittikçe büyüyen ve etkisini genişleten dijital din olgusuna birçok yan etki eşlik etmektedir. Biz bu çalışmada bu yan etkilerden birkaçına değineceğiz.

3.5.1 Dini Otoritenin Zayıflaması

Sözlü kültürde dini bilgelik duyduklarını ezberleyebilmeyi, dini liderlik ise hitabet yeteneğini gerektirmektedir. Dini bilginin tebliğ edilişinde, ilk kaynak ile son alıcı arasındaki rivayet zincirinin güvenirliği kutsal metinlerin kulaktan kulağa aktarılabilmesi için önemli bir kriterdir. Yazılı kültürde ise şimdi ve burada gerçekleşen yüz yüze ilişkilerin yerini, uzaktaki bir konuşan ile dinleyen arasında ayna işlevi gören yazılı iletişim almıştır. Artık kutsal mesajın iletilmesi için araya uzaklık girebilir, zaman bir sorun olmaktan çıkabilir olmuştur. Bu durum dini bilginin irşat ve tebliğinde hafızlara duyulan ihtiyacı azaltmıştır. Önceleri yazının seçkinler, ilim adamları ve bilhassa dini otoriteler tarafından yine seçkinlere hitap eden sözleri kaydetmek için kullanılıyor olması din ile toplumun entelektüel belleğini temsil eden saray / iktidar arasındaki bağın erken dönemlerde kurulmasını sağlamıştır.

Yazının icadı gibi her yeni teknolojinin insanlığı nereye götüreceğini bildiklerini zannedenler, beklenmedik sonuçlarla karşılaşmışlardır. Örneğin Luther'in matbaayı, "İncil satışını artıran Tanrı'nın en büyük inayeti" olarak görmesi, mütedeyyin bir Katolik olan Gutenberg'in aklının ucundan bile geçmemişti. Oysa Luther matbaa sayesinde Tanrı'nın sözlerinin her eve ulaşacağını ve insanların kendi kendilerinin Papası olacaklarını düşünmüş, bu çetrefilli mücadelede matbaa Luther'in tarafını tutmuştur. Matbaasında ilk olarak kutsal metinleri basan Gutenberg'in böyle bir ihtimali aklına bile getirmesi beklenemez (Postman, 2006: 26).

Dijital kültüre gelindiğinde ise internet teknolojilerinin dinî bilgiye erişimi klavye tıklamasına indirgemesi, inanca dair düşüncelerin ifade edilmesinde sunduğu fırsatlar, dinî kurumların otoritelerinin zayıflamasına sebep olmuştur. Geleneksel dinî söylem genellikle otoritesi teslim edilmiş kimseler tarafından üretilirken çevrimiçi spontane dinî söyleme çoğunlukla din konusunda herhangi bir eğitimi olmayan kullanıcılar katkı sağlar (Duman, 2019: 29). Bu durum, dinî otoritelerden (kiliseler ve din adamları gibi) alınmış dinî bilgi ve mesajların; siber uzamda tartışılarak sorgulanmasına yol açmıştır (Haberli, 2019: 77). Her türlü kurumsal yapı ve hiyerarşiyi boşa çıkaran bu ortamlar, farklı fikirlerdeki kullanıcıları dini inanç ve eylemlerin serbestçe dolaşıma sokulduğu bir zemine taşımıştır (Akgül, 2017: 206).

Patterson (2015) "Hiper Metin ve Değişen Okuyucu Rolleri" adlı çalışmasında kutsal kitaplarda, doğrusal metinlerin ve geleneksel okuyucunun yerini dijital doğrusal-olmayan metinler ve dijital okuyucuların almasının geleneksel okuyucu davranışlarında değişikliğe sebebiyet verebileceğini, Walker (2018) ise klasik din eğitiminde yer alan "hocaya sorma" davranışlarının azalarak biteceğini ve din görevlilerinin dini bilgileri geniş kitlelere duyurmada yeterli olamayacağını savunmaktadırlar (Kılıç ve Acar, 2020: 10).

Bazı araştırmacılar yeni medyanın dini otoriteler üzerinde dört temel etkisinin bulunduğunu söyler (Hülür ve Bekiroğlu, 2016: 150):

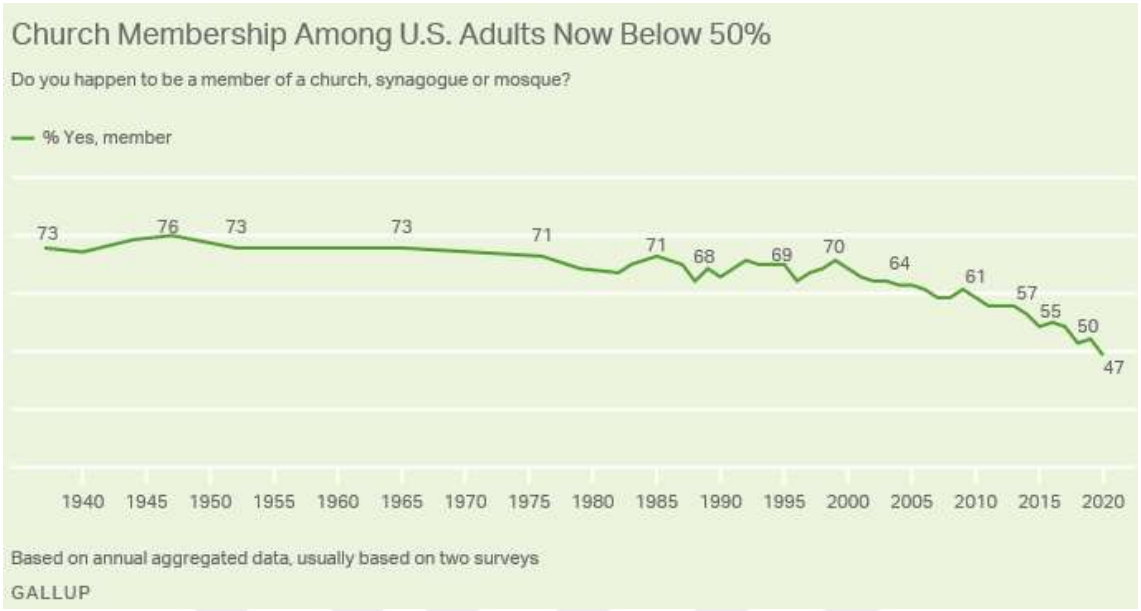
1. Dini sembollerin ve dini iletişim dillerinin anlamlarını artık yeni medya belirlemektedir.
2. Din ve medya arasındaki çekişmeyi bazı dinler kazanırken, bazıları kaybedecektir. Bu nedenle dini kurumların kamusal alanda var olmaları için medyayı kullanmaları zorunludur.
3. Medyanın etkisiyle gelişen dini arz piyasası, dini otorite ve kurumların yanında çok sayıda başka seslerin de dini piyasada ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.
4. Geleneksel dinler bugün tarihle pek bağlantısı bulunmayan bir din piyasasıyla birlikte yaşamaktadır.

Dijital dini cihazlar, hocaya başvurmadan namaz kılabilmeyi (namaz kıldıran seccade), hocanın rahlesi önüne oturmadan kutsal yazıyı öğrenebilmeyi (kuran okuyan kalem), bir bilene sormadan kıble tayin edebilmeyi ve yakınlarda bir cami olmaksızın ezan duyabilmeyi (akıllı telefon uygulamaları), dini ritüelleri herhangi bir eğitim kurumuna gitmeden öğrenebilmeyi ve hadis, tefsir, fıkıh vb. dini dersleri ve sohbetleri istediği hocanın ağzından aynı zaman ve mekanı paylaşmadan dinleyebilmeyi (youtube videoları) mümkün kılmıştır.

Gelinen bu durum karşısında kullanıcıların dini pratikleri öğrenmek ve yaşamak için ihtiyaç duydukları şey taşınabilir dijital cihazlar ve akıllı telefon ile internete bağlanabilecekleri wi-fi şifresi haline gelmiştir.

Dini değerlerin yeniden tanımlandığı ve hiyerarşik olarak yeniden konumlandırıldığı değişim sürecinde, biçimin içerikle yer değiştirerek ekonomik değerlerin manevi değerlerin yerine geçtiği, yaşamın siber uzamda aktığı, sosyal ağlarda yerleşik değer kalıplarının sorgulandığı ve yeni tercihlerin tartışıldığı, seküler hayatın dinsel inançların içine daha çok sirayet ettiği bu ortamda, değerlerin metalaşmasıyla birlikte toplumların dini alışkanlıklarının değişmesi kaçınılmaz olmuştur. Özellikle küreselleşmeyi ve karmaşıklığı çok daha derinden hisseden dijital kültürün kullanıcılarının yaşadığı dinsellik kilise, cemaat, tarikat vb. tek bir kurumla anlatılamayacak kadar sarmal bir hale gelmiştir. Zira küresel köyün dijital yerlileri dini bilgiye öncesi gibi tek bir referanstan (cemaatleşmiş yapılar, köydeki imam, tarikat lideri, kilise papazı vb.) değil inanca dair enformasyon ve yorumların sınırsız olduğu bir uzamdan ulaştıkları için dijital göçmenlerin yaşadıkları ezber dinsellikler yerine akışkan ve sorgulayıcı dinsellikler yaşamaktadırlar. Bu durum kurumsallaşmış ve asıl amacından uzaklaşmış, genelde statükoya hizmet eden yapılara olan ilginin azalması, insanların kendilerini inançlı olarak tanımladığı halde bir dini kuruma, tarikat ve cemaate bağlı olma zorunluluğu hissetmemeleri gibi sonuçlar doğurmaktadır. Gallup araştırma şirketinin Amerikalılara her yıl iki kez dini tutumları ve uygulamaları hakkında bir dizi soru sorarak hazırladığı anket, Amerikalıların ülke genelinde ibadethanelerdeki üyelik oranlarının seksen yıllık eğiliminde ilk kez %50'nin altına düştüğünü ortaya çıkarmıştır. Araştırmaya göre Amerikalıların 1999'da %70 olan bir kiliseye, sinagoga veya camiye bağlılık oranı 2020'de %47'ye gerilemiştir

Resim 3.1. *Gallup araştırma şirketinin anket çalışmalarına göre Amerikalıların ibadethanelere üyelik oranlarındaki değişim*



Kaynak:https://news.gallup.com/poll/341963/church-membership-falls-below-majority-first-time.aspx *(Erişim Tarihi: 15.05.2021).*

Ankete katılan 1946'dan önce doğmuş ABD'li gelenekçilerin (traditionalist) %66'sı bir kiliseye üye iken 1946-1964 arası doğumlularda (baby boomers) bu oran %58'i, 1946-1980 arası doğanlarda (X kuşağı) %50 ve 1981-1995 arası doğumlularda (Y kuşağı) %36'dır. Araştırmanın, Z kuşağının yetişkinliğe ulaşan kısmı arasında kilise üyeliğine ilişkin sahip olduğu sınırlı veriler, şu ana kadar Y kuşağı için olanlara benzer kilise üyelik oranlarını göstermektedir. Bu veriler ışığında kilise üyeliğindeki düşüşün büyük ölçüde nüfus değişikliğine bağlı olduğunu, kilise üyeliğinin yaşla güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Bu durumu dinin kendisine değil de kurumsallaşmış dini yapıya olan ilginin azaldığı ve genç kuşağın skolastik ve dogmatik karakterli egemen din anlayışından uzaklaşmaya başladığı şeklinde değerlendirebiliriz.

Araştırmaya göre Y kuşağının %31'inin, Z kuşağının yetişkinliğe ulaşan kısmının ise %33'ünün dini bir tercihi yoktur. Dini kurumlar, cemaat ve tarikatlar vb. otoriteler üyelikleri kadar güçlüdürler ve tarihsel misyonunu devam ettirebilmek, faaliyetlerini sürdürmek, mali destek ve hizmet için üyelerine bağımlıdırlar. Dini bir tercihi olmayan kişilerin herhangi bir kilise, cemaat ve tarikata üye olma olasılığı düşük olduğundan, ulemanın (tarikat lideri, şeyh vb.) önündeki zorluk, belirli bir inanca bağlı olanları resmi ve aktif cemaat üyesi olmaya teşvik etmektir.

3.5.2 Kutsalın Tahribi

Dijital din, geleneksel anlamdaki dini yozlaştırmak ve bir dijital veya sözde-dindarlık durumu yaratmak noktasında eleştirilmektedir. Dini terminolojinin kullanılması, dindarlığın bir dışavurumu olmaktan çok, sosyolojik ve politik motivasyonların olduğu dünyevi bir hak olarak yaşanmakta, seküler düşünce ve ifade özgürlüğünün gerçekleşmesi olarak değerlendirilmektedir (Gezginci ve Işıklı, 2018: 130).

Tim Hutchings (2015), sanal ortamlarda okunan İncil'in kutsallık statüsünün azaldığını, matbu eserlere nispetle daha farklı bir ilişki kurulduğunu iddia etmektedir. Bu durum dijital platformlarda yer edinmiş tüm dini pratikler için genelleştirilebilir. Bu ortamlarda Kur'an okuma bağlamında düşündüğümüzde, benzer sonuçlarla karşılaşmak muhtemeldir. Örneğin; geleneksel dini söylemde, Kuran okurken abdestli olmak, uzanarak Kuran okumamak gibi geleneksel usuller vardır. Ancak sanal ortamlarda Kur'an okurken bu adaplara riayet edilmesi noktasında bir zorunluluk hissedilmemekte, bu durum matbu eserlere gösterilen "kutsallık" seviyesinde farklılıklara sebep olmaktadır (Haberli, 2019: 311). Mesela elindeki Kuranı bel hizasından aşağıda tutmamak için azami gayret gösteren geleneksel okuyucu, Kuranı Kerim uygulaması bulunan telefonunu arka cebine koyarken dijital okuyucu olarak bir rahatsızlık hissetmesi gerektiğini düşünmemekte, abdesti olmadığı için Mushaf'a dokunmaktan kaçınan dindar kullar, dindar kullanıcılara dönüştüklerinde mobil uygulamalardan Kuran okurken aynı hassasiyeti göstermemektedirler (Çuhadar, 2015: 184).

3.5.3 Dini Bilgide Dezenformasyon

Geleneksel söylemde "doğru dini bilgi" edinmenin yolu, alanında uzman ve ameli bütünlüğü bulunan hocalara/alimlere sormaktır (fetva). Bilginin özgürce dolaştığı, kimliklerin avatarlara dönüştüğü sanal ortamlarda ise herkes kendisinin alimidir. Din, sosyal medya mecralarında "sözde" bir fenomene dönüşmüştür. İslam dininde önemli görülen "en sevilen şeylerin paylaşılması" ilkesi, sosyal medyada mesaj paylaşımına indirgenmekte ve aldığı beğeni kadar sevap kazanılacağına inanılmaktadır (Güler, 2016: 231). Bu ortamlarda "hocanın" değil, sosyal medya fenomenlerinin ne dediği daha önemli olduğu için dine ilişkin bir bilginin doğruluk ya da yanlışlığı da paylaşım sayısına göre belirlenmektedir. Bu durum, dine ilişkin sahih bilgiyi, sonsuz bir bilgi havuzunda eritmektedir (Duman, 2019: 29).

Resmi kurumlarca hazırlanan dini içerikli mobil uygulamaların nitelik ve niceliklerinin yetersiz oluşu, içerdikleri dini bilginin kontrol edilememesiyle artan hatalı, tutarsız, radikal ve ideolojik olması, dini bilginin yanlış ve eksik iletilmesine sebep olmuştur (Menekşe, 2015:

166-168). Bilginin güç olduğu çağımızda internetteki bilgilerin doğruluk sağlaması yapılamadığından, bu durumun bilgi kirliliği yarattığı da söylenebilir. İnternetin herhangi bir denetim mekanizmasına olanak vermemesi zaman zaman kararsızlıklara sebep olmaktadır (Küçükcan, 2005: 215).

Din konusunda toplumu yanıltmak için kasıtlı yanlış bilgileri servis etmek internet ortamında zor bir iş değildir. Bu ortamlarda dine yönelik karalama kampanyaları, dinin kutsallarına yönelik saldırılar kolayca organize edilebilmektedir. Özellikle dine ilişkin bir alt yapısı olmayan gençler, din konusundaki tasavvurlarını bu akışa göre şekillendirebilmektedirler (Duman, 2019: 29).

3.5.4 Mahremiyet ve Riya Kavramlarında Anlam Kayması ve Medyatik Vaizler

Dijital kültür ortamlarının bir ürünü olan dindarlık biçimlerinin dinin bir kısım adab ve erkanlarını zedeleyebileceği endişesi yaygındır. Bu endişelerin başında gelen mahremiyet kavramının özellikle post-modern dönemde önemli ölçüde dönüşmesi, akışkanlaşması, silikleşmesiyle ortaya çıkan medyatik yansımaları, yeni medyanın kendine özgü bir mahremiyet anlayışı oluşturmasına zemin hazırlamıştır. Bu durum beklenenin aksine dindar kullanıcılar için de geçerlidir.

"**Kendini yayınla!"** mantığıyla çalışan Youtube gibi sosyal medya platformlarında, dindar kullanıcıların hayatlarının tüm alanlarını sergilemesi yaygın bir durum haline gelmiştir. Bu durum geleneksel dini söyleme referansla teşhircilik olarak görülebilecek bir durumdur. Artan teşhir ise artan oranda gözetleme fırsatı sunar. Ve bu durum teşhir edenle birlikte gözetleyeni ortak yaşamlar ağına dâhil eder. Bu ortaklığın sürdürülebilmesinin bedeli ise gözetlenmeyi kabul etmektir (Eken, 2019: 70). Kullanıcı kendi rızası ile tüm özel hayatını, ailesi ve çocuklarını, ev ortamını, sofrasını kısaca mahremini tüm dünyaya sergilemekte sakınca görmemektedir.

Dindar kullanıcıların kendileriyle birlikte ortaya döktükleri alanlardan biri de mahremiyetle anlam kazanan ibadetlerdir. Bu mahremiyet kulun Tanrı ile arasındaki ilişkinin sınırlarını çizer. İbadetlerin medya gösterisinin bir parçası haline gelmesi bu mahremiyet mantığının zedelenmeye başlamasına, gösterinin gösterişe dönüşmesine sebep olmuştur. Gösteriş ise kul ile tanrı arasındaki mahrem sınırların aşınması anlamına gelir (Eken, 2019: 70). Bu da geleneksel tabiri ile riya denilen kavramın ta kendisidir. Dinin dijital kültürde gösterişçiliğe kaymasının nedeni, onun kapitalizmin etkisiyle ekonomikleşmiş bir kültürel değere

dönüştürülmeye çalışılmasıdır. Dijital çağda din, bir inanç olarak dini pratikleriyle yaşanmak yerine gösterişçi şekilde tüketilmeye başlanmıştır (Al, 2019: 121).

Beğeni ve fark edilme üzerine kurgulanmış bir dünya olan Instagram'ın dinsel alanda mahremiyeti dönüştürme noktasında etkisi göz ardı edilemez boyuttadır. Muhafazakâr eğilimlere sahip olduğunu ifade eden bir kullanıcının "namaz selfiesi" ya da Kâbe gibi kutsal mekânlarda yapılan evlenme tekliflerinin paylaşılması, zekât-sadaka verme gibi kime verildiğinin bilinmemesi gereken yardımların fotoğraflanıp yüksek sayıda takipçi içeren sosyal medya hesaplarında (Instagram vb.) açık ve görünür kılınması, bürokrasinin etkin olarak katıldığı cenaze törenlerinden selfie özellikli fotoğrafların paylaşılıyor olması, fark edilme, beğenilme ve görünürlülük gibi **ihtiyaçları** hedef alan davranış kalıplarının çevrimiçi benlik sunumlarında gelinen noktayı ve dindarlığın değişen görünümlerini ortaya koyan örneklerdir (Polat, 2019: 52-56).

Günümüzde şöhret kültürünün kuşattığı alanlardan biri de **din** olgusudur. Şöhret kültürünün gelişim süreçlerine paralel olarak ortaya çıkan ve yaygınlık kazanan, sosyal platformları etkin bir biçimde kullanarak çektiği tebliğ videolarıyla şöhret kazanan ve sosyal medya hesaplarında milyonlarca takipçisi olan, yüz binlerce insanın bir araya geldiği stadyumlarda vaaz veren, reytingi yüksek talk-show programlarına konuk olarak sık sık davet edilen, karizmalarını teşkil eden konuşma, giyim-kuşam ve yaşam biçimleriyle adeta bir pop starı andıran medyatik vaizler, dini müzikle meşgul olan ünlüler ve dini kimlikli moda ikonları, medyatik dinin temel göstergelerindendir (Eken, 2019: 66).

Dini konu ve konukların yer aldığı programlar, dindeki şefkat ve ödüllerin ön plana çıkarılması, konukların (vaizin) çok naif bir üslup kullanması, dini emirlerin çok basite indirgenmesi neticesiyle medyatik bir kalıba sokularak yozlaştırılmış, yapay/sahte bir din görünümü oluşturmaları sebebiyle eleştirilmektedir (Al, 2019: 139). Ciddiyetle kavranması gereken dini meselelerin, reyting kaygısıyla eğlendirici bir formata dönüştürülmesiyle birlikte önemli ölçüde anlam ve muhteva kaybına neden olacağı düşünülmektedir. Bu durum aynı zamanda medyanın **magazinleşme** potansiyeline uyum sağlamayan dini konuların kapsam dışında kalması, dolayısıyla dini meselelerin sadece belli kalıplarda algılanması (Eken, 2019:64), stüdyoyu dini bir mekân haline getirmek için hat yazıları, şelaleler, yeşil vadiler ve buna benzer dekoratif detaylarla süslenmesi, dinin tarihsel ve kutsal bir etkinlik olduğunu gösterecek tüm ayrıntılardan arındırılarak bir eğlenceye dönüştürülmesi gibi pek çok sorunu beraberinde getirmiştir (Nazıroğlu, 2015: 214).

Herhangi bir gelenek, teoloji ya da bir ruhsal aşkınlık duygusunun söz konusu olmadığı dini görünümlü bu tür programlarda başlıca rol vaizindir. İzleyici sayılarını artırmak maksadıyla vaazlarının içeriğini ayarlama konusunda oldukça yetenekli olan tüm medyatik vaizler yazılı olmayan şu yasayı iyi bilirler: "İzleyici sayınızı ancak onların görmek istedikleri şeyleri sunarak arttırabilirsiniz" (Postman, 1990:132-136). Oysa aslolan ya da olması gereken şey bu vaizlerin teknolojik araçlar sayesinde kaç kişiye daha ulaşabilirim düşüncesi yerine yeni bir teknolojik araç, din, kilise ve Tanrı kavramlarını değişikliğe uğratır mı endişesine kapılmaları gerektiğidir (Postman, 2006: 30).

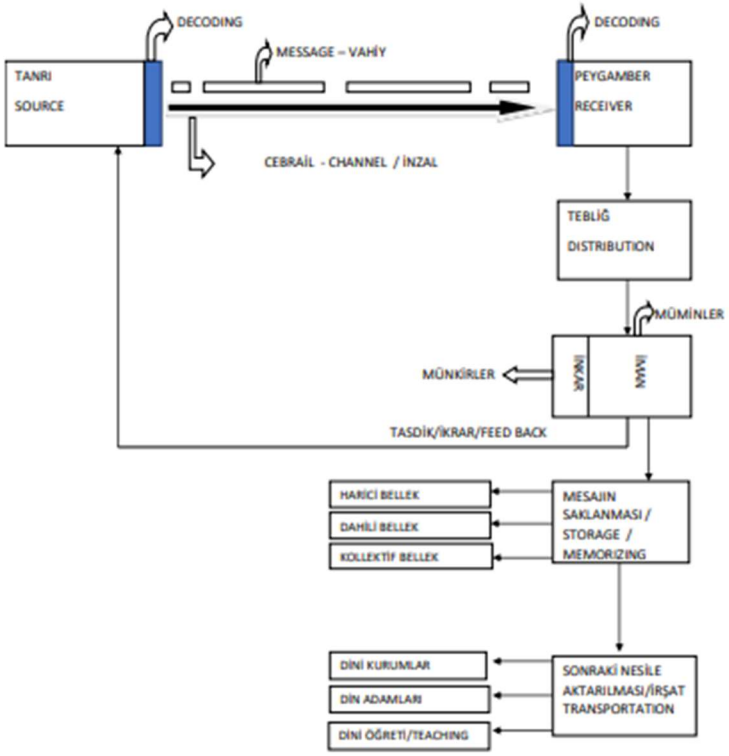
Bu programlar, dini eğitim amaçlı olmaktan ziyade izleyicilerin dikkatini çekecek popüler konular üzerine eğilerek programın izlenilirliğinin devamının sağlanması amaçlanarak hazırlandıkları için verilmek istenen mesajın yüzeysel bir seviyeye indirgenmesine ve önemini yitirmesine yol açabilmektedir. Bu da doğal olarak, izleyicinin asıl mevzudan uzaklaşarak, dikkatinin dağılmasına neden olmaktadır (Furat, 2009: 61). Özellikle din gibi önemli bir olgunun kitle iletişim araçlarında tüketilen, konuşulan, tartışılan bir reyting malzemesi haline dönüştürülmesi "aracın amacın önüne geçişi" sorunsalı olarak görülmektedir (Arslan, 2016: 13). Bu durum dinin televizyon programlarının içeriğini oluşturmasından ziyade, televizyon programlarının dinin içeriğini oluşturması gibi bir çıkmaza dönüşebilmektedir.

3.6 GELENEKSEL DİN VE DİJİTAL DİN OLGUSUNUN KARŞILAŞTIRILMASI

Alfabenin çivi yazısına, matbaanın elyazması kitaplara saldırması, fotoğrafın resme, televizyonun basılı yayınlara rakip olması, teknolojik araçların birbiriyle mücadelesi değildir, arkalarındaki dünya görüşlerinin çatışmasıdır. Yazının bulunmasından itibaren aşamalı biçimde, biri diğerine ilham olan, yeni olanın öncekinin üzerine bina edildiği ilkel makinelerden, dijital teknolojik aletlere kadar her yeni teknoloji ilgilerimizin yapısını (hakkında düşündüğümüz şeyleri), hakikatle ilgili fikirlerimizi, düşünce vasıtalarımızı, toplumun doğasını (düşüncelerin geliştiği arenayı) kısaca bir kültürün dünyayı algılayış biçimini değiştirmektedir (Postman, 2006: 27-31).

Dijital kültürün yeniden şekillendirdiği dini iletişimin ve dijital din olgusunun, kendine has bir doğası bulunan geleneksel dini söylem ile benzeyen yönlerini ve farklılaşan kısımlarını daha iyi anlayabilmek için geleneksel din tasarımı ve dinî terminolojiyi iletişim modellerinden faydalanarak oluşturduğumuz şema üzerinden anlatmaya çalışacağız.

Şekil 3.1: *Geleneksel din olgusunun iletişim modeli üzerinden gösterilmesi*



Geleneksel din teorisine göre şekillenen bu model, Tanrının insanlarla nasıl iletişim kurduğunu göstermektedir. Tanrı dini mesajların kaynağıdır. İnsanlar, dini mesajın alıcısıdırlar. Geleneksel din teorisinde, birer kutsat metne, bazen de bir kutsal kitaba dönüştürülen bu mesajlar, Tanrının seçtiği peygamberler tarafından alımlanır ve insanlara dağıtılır. Tanrı peygambere mesajlarını iletmesi için Cebrail adındaki bir meleği görevlendirmiştir. Bu durumda yukarıdaki şemada görüldüğü üzere Tanrı kaynak, peygamber alıcı, melek kanal, vahiy ise iletilmek istenen mesajdır. Burada kaynak, kanal ve mesaj güvenilir kabul edilmektedir. Kanalının pürüzsüz ve gürültüsüz olması, entropi artışına mahal vermemesi mesajın eksiksiz ve tam olarak iletilmesi için zorunludur. Vahye dayalı bu iletişim biçimini özel kılan durum Tanrı'nın kaynak olmasıdır. Zira kaynak ile alıcı arasında ontolojik açıdan bir eşitsizlik durumu söz konusudur. Bu süreçte Peygamber sadece vahyi alan (reciever) değil, aynı zamanda bu mesajın kodlarını çözen (decoder) ve insanlara aktaran (distributer) elçi konumundadır. Mesajın dağıtılmasına ise **tebliğ** denir.

İnsanın vahiy (mesaj/ileti) karşısındaki tutumu, Tanrı (kaynak) ile olan ilişkisinin temelini oluşturur. Bu durumda kabul **imanı**, red **inkarı** doğurur. İman edenler, kaynak ile iletişimin ilk basamağını gerçekleştirirken, inkar edenler kaynakla olan bağlarını koparırlar ya da mesajı güvenilir bulmadıklarından ciddiye almazlar. Bunlara **münkir** (mesajı ve dolayısıyla Tanrıyı reddeden) denir. Mesaja ve mesaj göndericiye inananlara ise **mümin** denir. Müminlerin, tanrı ile olan iletişim sürecinde yaptığı bütün ibadet türleri (namaz, oruç, dua vs.) bu iletişimin geri bildirimi olarak adlandırılabilir. Zira Tanrı her an insanı dinler ve duasına katılır (Mümin Suresi 60. Ayet: "Rabbiniz şöyle buyurdu: "Bana dua edin ki size karşılık vereyim!).

Kutsal mesajın saklanması ve sonraki nesillere aktarılabilmesi için hem sözlü unsurlardan (vahyin ezberlenmesi) hem de yazılı unsurlardan (vahyin Mushaf'a dönüştürülmesi) faydalanılmış, dini mesajlara sahip olanlar (din adamları, hocalar, vaizler) bu bilgilerini yeni nesillere iletmeye devam etmiştir. Bu süreçte gelişen her türlü oluşum (dini kurumlar, dini otoriteler, cemaat ve tarikatlar) kendi içinde, insanların kutsal ile iletişim kurmalarına yol açan çeşitli **iletişim ortamları** oluşturmuş (camiler, kilise, ilim meclisleri, eğitim kurumları vs.), zamanla inancın tüm belirtilerini, davranış kalıplarını, yazılı kayıtlarını, sistematik pratiklerini, kutsal metinlerde kullanılan sembolleri kapsayan bir gelenek inşa edilmiştir.

Her yeni din, peygamber etrafında oluşan, başlangıçta büyük zorluklara (açlık, boykot vb.) göğüs germek zorunda kalan küçük bir grupla, ilk inananlarla (havari, sahabe) mesajlarını yaymaya çalışmıştır. Geleneksel dinin oluşumu, peygamberlerin vefatından sonra tanrısal mesajın yeni nesillere aktarımı sürecinde başlamıştır. Bu dini gruplar zamanla dini yorumlama pratikleri, dinî görüş ayrılıkları ve uygulamada tercih ettikleri kendilerine özgü yöntemleriyle farklılaşarak bir lider etrafında kendi söylemlerini geliştirip örgütleşerek mezhep, tarikat ve cemaat gibi daha büyük dini kümelenmelere dönüşüp kurumsallaşmışlardır.

Bir toplumun dini yaşayış şekli kutsal metinlerin oluşturduğu referanslarla oluşan gelenek tarafından belirlenmiştir. Geleneksel dini söylemde kendini bilmek Tanrı'yı bilmektir. Dinler kendilerini ve yaşadıkları dünyayı anlamlandırmalarında inananlara belli ilke ve değerlerle yol gösterir. Bu ilkeler ışığında şekillenen kurumsallaşmış dinî yapılar, belli sembol, zihniyet ve aidiyet duygusuyla üyelerine inanç ve amel dünyasındaki emir ve yasaklar karşısında bir duruş ve bağlılık ile bir dini kimlik sunar.

Geleneksel dini söylemde temel dini kaynaklara hakim ve dini bilgiyi yorumlayıp geliştirecek ilmi seviyeye sahip olan ulemanın (ilmiye sınıfı) geleneksel toplumun dini kimliğini koruma noktasında önemli bir misyonu olmuştur. Değişen gündelik yaşam şartlarına göre kutsal

metinlerin geçerliliğinin ve devamlılığının sağlanmasında etkin rol alan ulema olası sorunları kendi metodolojik çabasıyla gidermeye çalışırken (kıyas, icma, içtihat, fetva) hem dinselliğin hayatla irtibatını canlı tutmuş hem de dinin temel referanslarını muhafaza etmiştir.

Geleneğin koruyucusu olan dini otoritelerin kurumsallaşması meşrulaşarak kuvvet kazanmasını sağlamış, siyasi yapı ile dini yapı iç içe geçmiştir (halifelik, imamet, şeyhülislamlık vb.). Aydınlanma çağı, laiklik ve sekülerlik ile dini otorite siyasi alandan çekilmek zorunda kalmış, dinin gündelik hayattaki geleneksel rolü köklü değişikliğe uğramaya başlamıştır. Bu değişim sürecinin yarattığı dindarlık, geleneksel reflekslerin karşılamakta zorlanacağı bireyselleşme, seküler yaşamı arzulama vb. her düzeyden talepleri ve yeni anlam arayışlarını beraberinde getirmiştir.

Modernleşmenin bireysel dindarlık anlayışlarını öne çıkarması, tarikat ve cemaat tipi dini grupların, dini istismar ettikleri şeklinde bir toplumsal algı oluşturmuştur (Kaya, 2018:87). Burada önemli olan şey dini geleneğin bilgiyi düzenleyen bir mekanizma olarak fonksiyonel olduğu ve din, bağlayıcılığını yitirdiğinde (dinden geriye kalan yalnızca retorik olduğunda) neye dikkat edileceği noktasında bir düzensizliğin ortaya çıktığı gerçeğidir (Postman, 2006: 96).

Günümüzde bu geleneksel birikime küreselleşmenin etkisiyle değişik kültür ve dinlerin birikimlerinin de karışmasıyla modernleşmenin ve dijital kültürün tabiatına bağlı tesirlerle yerleşik dindarlık ve dinî hayatın yeniden şekillenmesi ihtiyacı doğmuştur.

Dijital kültürün diline ve problemlerine yeterli derecede uyum sağlayamayan ulemanın konumu pek çok geleneksel kurumda görüldüğü gibi sarsıntıya uğradığı ve her otorite gibi dini otoritenin de çoklu ilişkiler ağı içinde erimeye başladığı gözlenmiştir. Ulema çoğu zaman günümüzün problemlerine uzak kalmakla hatta bu konulardaki yeterince çaba göstermemekle suçlanmıştır. Modern söylem ağları içinde diğer birçok geleneksel anlayışın dönüşümünde gözlendiği gibi ulema konusunda da ciddi bir tıkanma yaşanmıştır.

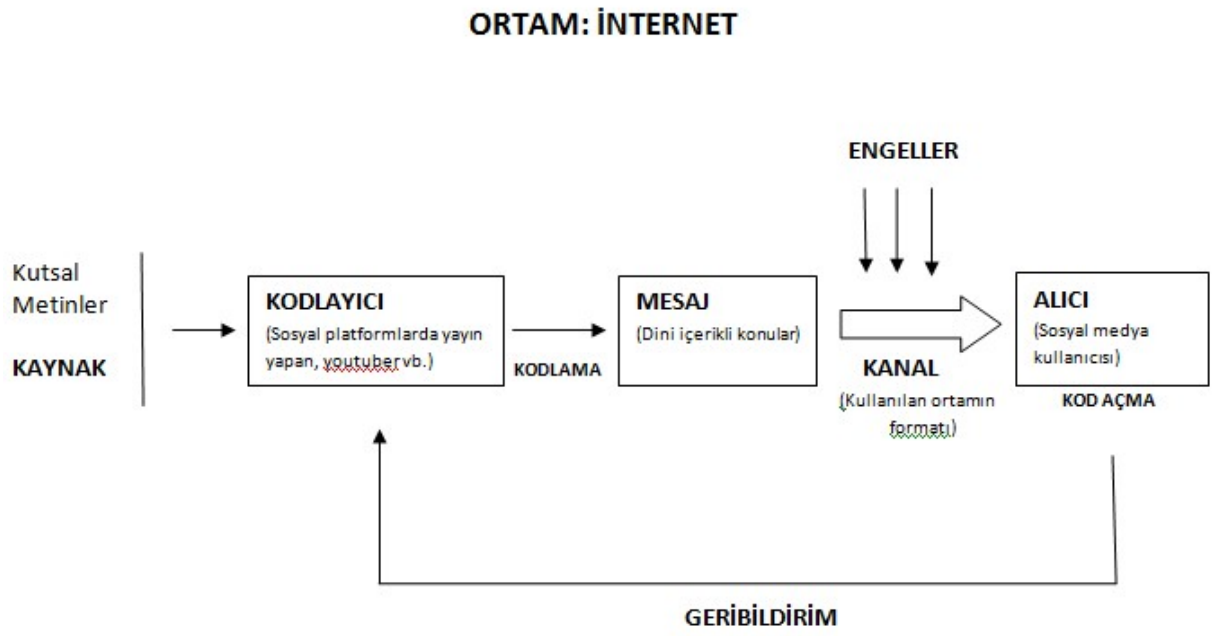
Dijital kültür ortamında dini bilginin elde edilmesi, yeni nesillere aktarılması ve yeni problemlere söylem arayışı noktasında kadim ulema geleneğinin rehberliğine duyulan ihtiyacın zayıfladığı açıktır. Geleneksel ulemanın dinselliği hayatın tüm alanlarına yayma girişimi ve din hakkında yorum yapma hakkı tekelinden çıkmıştır. Bireyselleşmenin arttığı, dinsel alanın ticarileştiği, dijital yerlilerin dini taleplerini, dini yaptırım gücü olan geleneksel otoritenin yokluğunda kim/ne/nasıl karşılayacağı vb. sorular önemli tartışmalara sebep olmuştur.

Tüm referans ve aidiyet bağlarının meşruiyetini devre dışı bırakmaya çalışan modernliğin, küreselleşme ve sekülerleşmenin temel parametreleri arasında yer alan rasyonalizasyon süreçleri tarafından da bir hayli hırpalanan din fenomeni, postmodernizm ile özelleştirilmiş ve tüketim nesnesine dönüştürülmüştür. Kültürü dijital kültüre, eğitimi uzaktan eğitime, ticareti e-ticarete dönüştüren dijitalleşme sürecine geldiğimizde geleneksel dinin terminoloji, ritüeller ve örgütlenme biçimleri ile aşama aşama siber uzama taşındığını, sosyal medya ve mobil uygulamaların yerleşik dindarlık anlayışlarını köklü biçimde etkilediğini görmekteyiz.

Geleneksel dini söylemin siber uzama taşınma süreci ile başlayan çevrimiçindeki (dijitalleştirilmiş) din, kullanıcıların internetin interaktivite ve senkronizasyon nimetlerinden yararlanarak inşa ettikleri **dijital dine** kaynaklık etmiştir. Teolojik açıdan tartışmalı nokta da burasıdır: Helland'ın dijital dini varlıkları sınıflandırmak için geliştirdiği **religion online (çevrim içindeki din)** ve **online religion (çevrimiçi din)** tipolojisi bize internet ortamındaki dini söylemin ne ölçüde çevrimdışı ortamdan ithal edildiği ya da ne ölçüde çevrimiçi ortamda oluşturulduğu ayrımını verir. İnternetin bir iletişim aracı olma özelliğine dayanarak kaynaktan alıcılara doğru tek yönlü içerik akışı evresinde analoğun dijitale dönüştürülmesi sürecinin bir parçası olan **çevrim içindeki din** ile geleneksel dini öğretilerin ve ritüellerin dijital ortamda aynı şekilde muhafazası amaçlanmıştır. Geleneksel dini metin ve söylemlerin dijital ortama dönüştürülmesiyle yapısal bir değişime uğramayacağı, aksine geleneksel dinin yeni bir yayılım alanında boy göstereceği düşünülmüştür. Burada gerçek dünyada ulaşılabilecek olan dinî içerik ve uygulamalar internet aracılığıyla sunulmaktadır. Yani kutsal metinlerin yazıya geçirilmesi, mesajın sonraki nesillere aktarılmasında nasıl bir araç görevi gördü ise interneti aynı anlamda düşünebiliriz.

Dijital din olgusunda tartışılan ve eleştirilen nokta dinlerin internet ortamıyla etkileşime girerek yeni dindarlık biçimlerinin ortaya çıkışını karakterize eden bu **çevrimiçi din** tipolojisidir: Buradaki ayırt edici nitelik internetin aracı değil interaktif bir iletişim ortamı oluşudur. Dijital din olgusunu, geleneksel yapıdan farklı kılan bu interaktivite sayesinde gerçekleşen yayılma/dağılma eğilimidir. Biz de bu bölümde geleneksel din olgusunu ile Helland'ın "Online Religion (Çevrimiçi Din)" olarak kavramsallaştırdığı dijital din teorisinde olduğu gibi interneti yeni bir iletişim ortamı kabul ederek şema üzerinden anlatmaya çalıştık:

Şekil 3.2: *İnternet ortamında dini iletişim örneği*



Kaynak: *Furat, 2009*

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi, kodlayıcı kaynaktan aldığı veriyi kodlayarak mesaja dönüştürür ve bu mesajı kanal aracılığıyla alıcıya iletir. Burada dikkati çeken husus mesajı üretenin "kaynak" olmayışıdır. Kaynak (kutsal metinler), kodlayıcının mesajı oluşturmak için kullandığı gereçlerdir. İnterneti ortam olarak kabul eden bu iletişim modelinde ana unsur kodlayıcıdır (sosyal platformlarda içerik üreticisi). Kodlayıcı, kaynaktan (kutsal metinlerden) aldığı materyalleri yorumlayarak kanala uygun hale getirir. Dini içerikli mesajın şekillenmesindeki aktif rol kodlayıcınındır. Bu durumda kanal (kullanılan ortamın formatı) iletişimin meydana geldiği ortama göre şekil alır.

Yukarıdaki şekilde dini içerikli konuların işlendiği ortamı, bir internet ortamı olan youtube yayını olarak düşünelim: Bu modelde "kodlayıcı", kaynaktan aldıklarını kendi ifade ve yorumlarını ekleyerek mesaj haline getirip kodlayan "yayıncı"dır. Mesaj, yayıncının kaynaktan alarak kullanıcıya iletmek istediği her türlü dini içerikli bilgi, davranış ve tutumların tümüdür.

Yayın sürecinde kodlayıcı, iletilecek mesajı aktaran "youtuber"dır. Youtuber, kaynak olarak kullandığı kutsal metinleri kendi ilmi seviyesi, yaklaşımı ve anlayışıyla yorumlayarak (kodlayarak) içerik oluşturur. Bu durumda kaynak (kutsal metinler) internet ortamının izin verdiği ölçüde şekillenip mesaj haline gelir ve sanal ortamda alıcıya (kullanıcıya) aktarılır. Bu esnada karşılaşılan engeller hem ortamdan hem de kullanıcıdan kaynaklanabilir. Kullanıcı,

sanal ortamda kanal aracılığıyla aldığı iletiyi kendi ilim seviyesi, yaklaşımı ve anlayışıyla düşünsel alt yapısına göre yorumlar ve iki farklı şekilde geribildirimde bulunur:

1. Kullanıcı, eğer yayın canlı ise yayını düzenleyen kanalın sahibine (youtuber) eş zamanlı sorular sorar ya da yayının altında bulunan beğenip beğenmediğine dair kullanılan sembolleri tıklar, kanalın altına yorum yazar.
2. Kullanıcıların iletiye verdiği ikinci yanıt ise yayında öğrendiği ve yorumladığı dini bilgiyle ne yaptığı ve hayatına ne şekilde yansıttığı ile ilgilidir. Buradaki temel mesele, mesajların kullanıcıların üzerindeki etkilerinin tam anlamıyla ölçülebilmesi için derin gözlemlerin ve araştırmaların yapılması gerektiğidir.

Müminlerin peygamberden sonra kutsal metinleri ezberleyerek ve yazılı kayıtlar tutarak (Mushaf, hadis külliyatları vb.) dijital kültüre kadar ulaştırmasından sonra internetle tüm dini mesajlar dijitale aktarılınca yukarıdaki iletişim modelinde de görüldüğü üzere dini bilgiyi aktarma, öğrenme ve öğretme hususunda, geleneksel öğretinin kaynak, mesaj ve alıcı netliği, hatta mesajın güvenirliği gibi temel konular bulanık bir hal almıştır.

Günümüzde yaşanan bu sessiz devrimin, geleneksel değerlerin ve dijital yerlilerin üzerinde yaptığı değiştirici ve dönüştürücü etkinin nereye varacağını kestirebilmek henüz erken olmakla beraber bugün için ortaya çıkan tablo aşağıdadır.

Tablo 3.1: Geleneksel Din Teorisi ile Dijital Din Teorisinin Karşılaştırılması

GELENEKSEL DİN TEORİSİ	DİJİTAL DİN TEORİSİ
Sabittir, sınırları keskindir.	Devingen ve akışkan bir yapıdadır.
Otorite odaklı din anlayışı	Kullanıcı odaklı din anlayışı
Otoritesi kabul edilmiş kimseler tarafından üretilir.	Kullanıcılar tarafından üretilir.
Dindar kullar	Dijital (dindar) kullanıcılar
Kutsal metinler: matbu eserler	Dijital (dini) kütüphaneler
Kitap eksenli irşat çalışmaları	Dini içerikli web sayfaları, sosyal medya hesapları vb.
Dini kitaplar	Dini içerikli sosyal medya paylaşımları, mobil uygulamalar vb.
Geleneksel otorite kaynakları (ulema, tarikat lideri vb.)	Web yöneticisi, moderatör, blok yazarı vb.
Dini pratikler (ibadet, dua vb.)	Sanal ritüeller (sanal hac)
Geleneksel dini sosyalleşme araçları (aile, sohbet, cami vb.)	Sanal dini sanal sosyalleşme ortamları (Facebook veya Whatsap grupları vb.)

Dini topluluklar, cemaat ve tarikatlar	Sanal cemaatler
Klasik doğrusal dini metinler (lineer text)	Doğrusal olmayan hiper-metinler, wiki-metinler (non-lineer text)
Klasik metin okuyucu	Dijital okuyucular
Geleneksel dini iletişim kanalları (imam, vaiz)	Sanal (medyatik) vaizler, youtuber
Kutsal mekanlar: cami, kilise vb.	Sanal mabedler
İbadetler için gerekli olan hazırlıklar (abdest vb.)	Sanal ritüeller için gerekli wi-fi şifresi

Bilindiği üzere bugün artık dijital kültür etkileşim, yakınsama, hipermetinsellik, izleyiciye/kullanıcıya dayalı içerik vb. özellikleriyle toplumun her alanına hükmetmektedir. Bu durumda sabit, sınırları keskin geleneksel bir dini söylemin, modern dünyanın akışkan yaşam şartlarını yönetebilmesini bekleyemeyiz. Oysa "dijital din" devingen ve akışkan bir yapıdadır; belli bir ortama sabitlenemez, dini uygulamanın geleneksel kısıtlamalardan ve kalıplardan kurtarılabildiği ve böylece ekranın ötesinde yeniden tasavvur edilebildiği metaforik bir çerçeve ortaya koyar, özgün ve esnek formlar üreterek kullanıcılara aktif bir şekilde keşfedebilecekleri yeni sahalar sunar. **Geleneksel dinî söylemin** üreticileri genellikle muhatap kitle tarafından otoritesi teslim edilmiş kimselerdir (imam, hoca, vaiz, şeyh vb.). Dijital din terminolojisi ise internet kullanıcıları tarafından üretilir. Hocanın rahlesi önünden kalkıp ekranın karşısına geçen geleneksel dini yapının dindar kulları, dijital dinin kullanıcılarına dönüşmüş, otorite odaklı din yerini kullanıcı odaklı dine bırakmıştır.

Benimsedikleri dinle ilgili bilgilerini artırmak isteyen dindar kullanıcılar, matbu eserlerden oluşan külliyata istedikleri yer ve zamanda kolay ve hızlı ulaşabilmek için dijital kütüphaneler kurmuşlardır. Bu kütüphaneye ulaşabilmek için ihtiyaçları olan tek şey internet erişimi olan dijital cihazlardır. Taşınabilir bu cihazlar sayesinde geleneksel dinin mahrem, kişiye bağlı veya kitap eksenli irşat çalışmaları yerini web sayfalarına, sosyal medya hesaplarına, youtube gibi video paylaşım platformlarına bırakmıştır. Hiper-metinler, sosyal medya paylaşımları ve mobil uygulamalar, dini kitapların kısmen de olsa yerini almaya başlamış, geleneksel otorite kaynaklarına ek olarak web yöneticisi, moderatör veya blog yazarı bilgi kaynağı haline gelmiştir. Geleneksel dini pratikler siber uzamda fare işaretçisinin kullanımına indirgenerek online ritüele dönüşmüş, geleneksel dini sosyalleşme araçları (aile, cami, vaaz vb.) yerini modern dini sosyalizasyon aracı olan internet ortamına bırakarak sanal cemaatlerin oluşmasına sebep olmuştur.

Kutsal mesajın sonraki kuşaklara taşınma aracı olan kutsal eserlerdeki klasik doğrusal metinlerin (lineer text) yerini siber uzamın dijital kütüphanesindeki dijital doğrusal olmayan hiper-metin veya wiki-metinler (non-linear text) almış, kullanım kolaylığı, anında erişilebilirlik, içerik zenginliği, kolay taşınabilirlik ve rahat erişim gibi pek çok avantajı sayesinde dini bilgiye hızlı ulaşımda önceliği alan dijital cihazlar klasik metin okuyucusunu dijital okuyuculara dönüştürmüş, geleneksel dini söylemin dindar kullarının dini iletişim kanallarına (din görevlisi, imam, vaiz, müfessir, dini içerikli kitaplar vs.) ulaşmada yaşadıkları mali sıkıntıları ve fiziksel yetersizlikleri ortadan kaldırmıştır. Bu avantajlar aynı zamanda dini bilgiye ulaşmada ihtiyaç duyulan aracı, hoca, şeyh vb. otoritelere olan ihtiyacı da azaltmıştır.

Görüldüğü gibi dijital din olgusu pek çok açıdan, tarihsel olarak temellenmiş topluluklara bağlı inanç kalıpları ve ritüelleri olan geleneksel dini öğretilerden farklı bir dijital yaşam formu sunmakta, itikat ve ibadetle ilgili bilgi ve pratikleri geleneksel yapıdan uzaklaştırmaktadır. Bir yandan geleneksel dinî söylem, propaganda, öğreti, kurumsal yapı, hiyerarşi, otorite, kimlik vb. birçok unsur bu akışkan formun içinde kendine yer edinmeye çalışırken diğer taraftan etkisi zamanla daha net ortaya çıkacak olan dijital din olgusu dinselliği reforma zorlamaktadır.

Nasıl ki teknolojik etkiden ve yan etkilerden kullanıcıların kendilerini soyutlaması imkansız ise dindar kullanıcıların da dijitalleşen dinden uzak kalmaları mümkün değildir. Dijital din olgusu ile aralarına mesafe koyanlar bu gerçekliği yok sayamazlar.

4. SONUÇ

Kültür, gelenek ve görenekleri ile bir toplumu diğerlerinden farklı kılan değerlerdir. Toplumsal miras olarak devraldığı bu değerlerin varlığını ve canlılığını çeşitli vasıtalarla sürdürebilmek için her nesil maddi ve manevi katkılar yapar ve gelecek nesillere aktarır. Yer ve zamana göre değişim ve gelişim gösteren, hareketli ve dinamik bir yapıya sahip olan kültür bu değişimlere ve gelişmelere cevap vermek zorundadır. Kültürün seyri, toplumsal araçlarla aktarılıp iletilmesi sebebiyle iletişimin seyriyle orantılıdır. Kitle iletişim araçları kültürü besleyici bir işleve sahiptir. İletişim araçlarında yaşanan değişimler, kültürü meydana getiren unsurların değişmesine ya da tamamen ortadan kaybolmasına neden olur.

Dijital dünyanın kullanıcılara sunduğu etkili iletişim sayesinde hızla yaşanan dijitalleşme sadece teknolojik yenilikleri değil aynı zamanda sosyo-kültürel değişimi de içine alır. Her yeni teknoloji bir sonraki kuşağa aktarılmak istenen kültürü hiç beklemediğimiz şekilde dönüşüme uğratabilir. Bu yenilik ve değişimler literatüre yeni terim ve kavramlar kazandırmıştır. Bunlardan biri de dijital kültür kavramıdır. Dijital kültür kullanıcılara zaman ve mekan sınırı olmayan bir iletişim imkanı sunan çağımızın yapısını tanımlamaktadır.

İnternetin gelişimi ve kullanımının yaygınlaşması ile dijital kültür geleneksel toplum yapısında büyük değişimler meydana getirmiştir. Dijital kültürün yansımalarına kullanıcıların günlük yaşamında sıkça rastlanmaktadır. İnternet ve bilgisayar teknolojisindeki bu akıl almaz gelişim elektronik kavramının kısaltılmış hali olan "e" kavramı ile ifade edilen yeni alternatiflerin çıkmasına neden olmuştur.

Yaşadığımız dijital çağda, siber uzama aşina olan ve yabancı kalanlar arasında mesafe gittikçe artmakta ve yeni iletişim teknolojilerinin beraberinde getirdiği hızlı gelişmeler kuşaklar arasında farklılaşmaya yol açmaktadır. Her kuşağın alışkanlıkları farklıdır. İçinde bulunduğumuz dijital kültürde yaşanan sosyal değişimlerin bireyler arasında nasıl bir etki yarattığını anlamak için çeşitli sınıflandırılmalar yapılmıştır. Kuşak farklılıkları internetin hayatımıza dahil olması ile daha belirgin hale gelmiş olması, internetten önce dünyaya gelenler (dijital göçmen) ve internet çağında doğanlar (dijital yerliler) şeklinde bir tanımlamaya gidilmesine sebep olmuştur.

Kültür ve teknoloji iç içedir. Teknolojinin durdurulamaz gelişimi sayesinde yaşanan değişimle kültür yeni vasıtalar kazanmış, bu vasıtalar kültürün ifade gücünü arttırmıştır. Mağara çizimlerinden elektronik postalara varan değişim yalnızca iletişim yöntemlerini değil insanların hayatları boyunca kazandıkları alışkanlıkları ve içinde bulundukları kültürü de etkilemiştir. Sosyologlar, iletişim bilimciler, ilahiyatçılar, ekonomistler olmak üzere birçok bilim insanı, yeni medyanın sosyal, siyasal ve ekonomik hayatımıza etkisini multidisipliner çalışmalarla anlamaya çalışmışlardır.

Yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya araçlarının hızla gelişmesi ve internetin kullanım oranlarındaki ciddi artışla ortaya çıkan sanal ağların taşıdığı enformasyon, sosyal hayatın her alanında kendine etkili bir yer edinmiş, sunduğu etkileşimli ortam sayesinde kullanıcıları bilginin hem üreticisi hem de tüketicisi konumuna getirerek fiziksel dünyanın sınırlayıcılığından uzak yeni sosyal alanlar oluşturmuştur. Tek zamanlı iletişim akışının çift zamanlı iletişim akışına dönüşmesiyle kullanıcılar internetin arşivleme hizmeti sayesinde çevrimiçi içeriklere istedikleri an istedikleri yerden ulaşabilir olmuşlardır.

Her dinin bir mesajı vardır ve topluma bunun iletilmesi gerekir. İnsanlar sahip oldukları inancı tanıtmak veya diğer toplumlara aktarmak isterler. Bu durum kitle iletişim araçlarını din açısından önemli kılmaktadır. Dinler; mesajlarını iletebilmek için her çağın teknolojik imkânlarından yararlanmıştır. İnternetle gelen interaktif iletişim ortamı dinî iletişim için bir dönüm noktası olmuştur. Din olgusu, dijital kültüre aşama aşama eklemlenmiş ve dinî akımların çalışma yöntemlerinde köklü dönüşümlere yol açmıştır.

Siber uzamda oldukça etkin bir şekilde kendine yer edinen din fenomeni; tebliğ, irşat, misyonerlik gibi faaliyetler için fırsat yakalarken, dindar kullanıcılar da zaman ve mekan engelinin ortadan kaldıran sanal ağlar sayesinde sosyalleşerek sanal cemaatler oluşturmaktadırlar. Bu durum dindar kullanıcıların sanal cemaatler içinde özgürce hareket etmesine, akışkan avatarlara dönüşmesine, kurumsal dini yapılardan bağımsız sanal bir dini çevre oluşturmalarına imkan tanımıştır.

Dini söylem yaratmanın en etkin yolunun medyadan geçtiğinin bilincinde olan tüm dinsel hareketler yeni medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Dindar kullanıcılarla iletişime geçme, dini yorum ve dua paylaşma, günah çıkarma, evlilik siteleri, sanal hac uygulaması, dini bilgi edinme, online zekât verme, kurban bağışlama gibi dinî yaşayışa ilişkin faaliyetler, sosyal medya ortamının inanç sahiplerine sunduğu fırsatlardan birkaçıdır. Kullanım kolaylığı, anında erişilebilirlik ve cep telefonlarına ücretsiz indirme gibi özellikleri sayesinde kullanıcıların dinî hayatlarını kolaylaştırıp zenginleştiren mobil uygulamalar da dindar kullanıcılar için dini pratiklerin yeni alanı olarak görülmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya araçlarında yaşanan değişiklikleri ve dinin dijital kültür içinde nasıl tasarlandığını tanımlamak için kullanılan "dijital din" olgusu devingen ve akışkan bir yapıdadır. Burada dinî anlam dijital bağlamın içinde yeniden üretilir ve bütün küresel zeminde yayılım gösterir. Dinin sanallaşarak siber uzamda yayılışını ve online pratiğe dökülmesi sürecini inceleyen araştırmacıların ilgi duydukları dini bilginin otantikliği, dini kimlik, sanal cemaatler, dini otorite ve online ritüel gibi temalar, yeni medya ortamlarını dindarlığın yeni deneyim sahalarından biri haline getirmektedir.

İnternet ortamındaki dinin sunumu, Helland'ın (2000), "Religion Online (Çevrimiçindeki Din)" ve "Online Religion (Çevrimiçi Din)" tipolojisi etrafında şekillenmiştir. Religon online yaklaşımını temel alan web sitelerinin amacı sörfçülere ilgili dinin ilkeleri, inançları, sembolleri, ritüelleri ve dini metinleri hakkında bilgi vermektir. Online religion yaklaşımını temel alan web siteleri ise sanal cemaatler oluşturmayı ve ilgili dinin mesajını diğer inanç ve dinin mensuplarına iletmeyi amaçlayarak propaganda ve misyonerlik özelliği taşır.

Her yenilik ve değişimde olduğu gibi iletişim teknolojilerinin gelişmesinde de dinî hayat için avantajlı ve dezavantajlı yönler vardır. Dijital iletişim araçlarının dini tecrübe ve alışkanlıkların içine girmesi çeşitli kaygılara yol açmış, dinin geleneksel yapısını bozmakla eleştirilmiştir. Dinin dijitalleşmesi; kullanıcı odaklı din olgusunun gelişmesiyle çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Sanal ağlarda dini metinlerin dijital ortama aktarılıp her an okunabilme imkanı sağlaması klasik doğrusal metinlerin yerini, hiper-metinsel

metinlere hatta sosyal medya paylaşımlarına bırakmasına, geleneksel okuyucunun ihtiyaç duydukları dini bilgiyi öğrenmek için din adamlarına daha az ihtiyaç duymasına, açıklayıcı ve yorumlayıcı bir otoritenin yokluğunda dini metinlerin geleneksel bağlamından kopuk motamot alımlanmasına ve sosyal medyayı oldukça aktif kullanan medyatik vaizlerin ortaya çıkması gibi bazı sorunlarla karşılaşılmasına sebep olmaktadır.

Dijital kültürün akışkanlığında siber uzamla gündelik hayat arasında anlık geçişler yaşayabilen kullanıcıların dindarlık görünümlerinin sabit ve durağan kalması beklenemez. Bu anlamda dindarlığın online ve offline uzamlar geçişkenliğinde nasıl deneyimlendiğine dair bireysel ve toplumsal düzlemde dini hayata yansımalarının izini sürmek önemlidir. Siber uzamın, aynı anda aynı mekanı paylaşma zorunluluğunu ortadan kaldırmasıyla birlikte dijitalleşme sürecinde disiplinler arası yeni bir çalışma sahası olarak ortaya çıkan dijital din çalışmaları, yeni medya ağlarıyla birlikte daha yöndeşik ve akışkan bir hal almıştır. Bugün toplumumuzun bir aynası konumunda olan yeni medya görmezden gelemeyeceğimiz toplumsal bir ortam haline gelmiştir. Dijital kültürün gündelik yaşantıyı bu denli kuşattığı bir dönemde dijital din olgusu gerçekliğinin öneminin gün be gün artacağını söylemek zor değildir.

Bu çalışmada dijital din olgusu ortaya çıktığı mecra olan internetin sanal dünyası çerçevesinde değerlendirilmiş ve kavramsal olarak ele alınmıştır. Çalışmamızın giriş bölümünde araştırmanın, konusu, önemi, amacı ve yöntemi belirtilmiştir. Çalışma üç ana başlığa ayrılmış; birinci bölümünde kültür kavramının tanımları ve sözlü kültürden dijital kültüre geçişte tarihçesine yer verilmiş, dijitalleşme sürecinin kültüre yansımaları, dijital göçmenler ve dijital yerlilerin kullandıkları dijital kültür araçlarının gündelik hayatlarına bakan yönü; dönüşen kamusal alan ve ticaret anlayışı, uzaktan eğitim ve dijitalleşen sanat, e-devlet ve e-ticaret gibi yeni kavramlar ışığında incelenmiştir. İkinci bölümde ise geleneksel din teorisi başlığında din tanımları ve dinin toplumsal işlevleri ele alındıktan sonra iletişim modellerinin dini iletişime uyumuna yer verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde dijital din olgusunun kavramsal çerçevesi oluşturulurken, bu alanda yapılan güncel çalışmalar incelenmiştir. Çalışmamızın ana konusunu oluşturan bu bölümde dinin yeni iletişim teknolojileri ile internet üzerinde işlevsellik kazanmasına kadar geçen süreç, yeni medya araçları ve mobil uygulamalar kapsamında çalışılmış, dijital dinin yan etkileri tespit edildikten sonra dijital din olgusunun geleneksel dini söylem ile karşılaştırılması ile tartışmaya açılmıştır.

Bu araştırmanın konusu iletişim çalışmaları, dini iletişim, ilahiyat, yeni medya araştırmaları gibi multidisipliner bir alana denk düşmektedir. Dijital kültür, dijitalleşme ve dijital din literatürüne katkı sunan çalışmamızın ilahiyat alanına hâkim olduğu kadar iletişim bilimlerine de akademik olarak hâkim olan araştırmacılar için katkı sağlayacağını ümit ediyoruz.

5. KAYNAKÇA

Abuzar**,** C**.** (2011). "Dinin Toplumsal Yaşam Üzerindeki Etkisi", *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 26: 143 – 153.

Adıgüzel**,** O**.**; Batur**,** Z**.** H**.;** Ekşili**,** N**.** (2014). "Kuşakların Değişen Yüzü ve Y kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,1(19).

Agnés, R**.** (2001). *Din Sosyolojisi*, (Çev. Y. Sezen), Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 0 (15).

Akarsu, B. (1998). *Dil-Kültür Bağlantısı*, İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Akçakaya, D. (2017). "E-Devlet Anlayışı Ve Türk Kamu Yönetiminde E-Devlet Uygulamaları" , *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3: 8-31.

Akgül, M. (2008). "Medya Ve Din Radyo İletişimi Ve Gözyaşı Fm Örneği", *Türk-İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6: 39-86.

Akgül, M. (2017). "Dijitalleşme ve Din", *Marife*, 17/2: 191-207.

Akgül, M., (2019). "Dijitalleşme ve Din*", Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi,* 39: 52- 57.

Akkaya, M.; Polat, C. (2018). "Çankırı Karatekin Üniversitesi Bilgi Ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinde Sözlü-Yazılı Kültür Unsuru Olarak Masal Algısı", *Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi* , 6 (1): 88-112 .

Aktaş, C. (2014). *QR Kodlar ve İletişim Teknolojilerinin Hibritleşmesi*. İstanbul: Kalkedon.

Al, A. (2019). Medyadaki Dini İçerikli Yayınlarla İlgili İzleyici Algısı Araştırması, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Alimoğlu, S. (2010). Kültürün Postmodern Örgüt Yapılarının Oluşmasında Etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya, Sakarya Üniversitesi.

Anar, Ö. (2019). "Fütürist Açıdan Karma Gerçeklik Üzerine Bir İnceleme", *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*, İstanbul: 42-49.

Arslan, A.; Staub, S. (2015). "Kuşak Teorisi ve İç Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma", *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(11): 1-24

Arslan, M. (2015). "Postmodern Çağda Medya ve Yeni Dinsel Kimlikler", *Diyanet Aylık Dergi*, 296/12-16.

Arslan, M. (2016). "Kitle İletişim Araçları Medya ve Din İlişkisi Üzerine", *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1).

Askeroğlu, E. (2017). Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Kültür Ve Yaşam Tarzları: Kuşaklar Üzerine Bir Tipoloji Araştırması, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Aydın, G.; Başol, O. (2014). "X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var Mı?", *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 1-15.

Ayhün, S. (2013). "Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları", *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1:93 –112.

Bağce, E. (2014). "İletişim ve İnsan", *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*, 22: 4-9.

Ballı, Ö. (2020). *Günümüz Sanatında Dijitalleşme; Posthümanizm Bağlamında Sanat Ve Sanatçının Yerini Alan Algoritma: Post-Sanatçı, Sanatta Yeterlik Sanat Çalışması Raporu*, Ankara.

Ballıkaya, C. (2015). "Pozitivizm Tarihsel Süreç İçerisindeki Gelişimi ve Sosyolojik Düşünceye Etkileri", *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 33/87-106.

Batar, Y. (Güz 2020-2). "İletişim Modelleri Işığında Dini İletişimin Doğası / The Nature of Religious Communication in the Light of Communication Models". *Mesned İlahiyat Araştırmaları Dergisi/ Journal of Mesned Divinity Researches,* 417-439.

Bilgiç, G. H.; Duman, D.; Seferoğlu, S. (2011). "Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim İçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri", *İnönü Üniversitesi, Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri,* 257-263.

Birand, K. (1957). "Dinin Mahiyeti Üzerine", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6 (1): 114-130.

Birand, K. (1961). "Din Kavramının İncelenmesi Hakkında", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C.: VIII, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Boyraz, Ş. (2009). "Okuntu'dan davetiyeye bir dönüşümün anatomisi*"*, *Milli Folklor Dergisi*, 84: 87-96.

Bozkurt, A. (2014). "Ağ Toplumu ve Bilgi", *Türk Kütüphaneciliği*, 28(4):510-525.

Bulduk, B. (2016). "Kültür ve Semboller Bağlamında Anadolu Söylencelerinin Kişiler Üzerindeki Algı Farklılıklarının Tasarım Açısından Değerlendirilmesi ve Bir Atölye Uygulaması", *folklor/edebiyat,* 22/86: 29-44.

Campbell, A. H. (2012). *"*Introduction: The rise of the study of digital religion. Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds"*, London: Routledge*, 1-22.

Campbell, A. H. vd. (2014). "There's a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications", *Mobile Media & Communication*, 2(2):154–172.

Campbell, H.; Vitullo, A. (2016). "Assessing changes in the study of religious communities in digital religion studies", *Church, Communication and Culture*, 1(1):73-89.

Cebeci, S. (2011). "Yazı Dili Ve Yazılı İletişim Bağlamında Gazali'nin Üslubü"*, Diyanet İlmi Dergi*, 47(3): 135-146.

Cerrah, L. (2015). Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği), Yayımlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.

Certel, H. (2008). "Din-İletişim İlişkisi ve Dini İletişim Engelleri"*, SDÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21, Isparta.

Chevalıer, J.; Aydın, M. (1987). "Din Fenomeni"*, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 28(1): 79-125.

Çambay, S, (2015). "Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1: 237-247.

Çeber, B. (2019). "Sivil Toplum Kuruluşlarının Dijitalleşmesi: Mobil Uygulamalar Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz" , *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 133-152.

Çekin, A. (2013). "Din ve Eğitimin Toplumsal Yönü Üzerine Değerlendirmeler", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2 (2): 36-48.

Çetin, M.; Özgiden, H. (2013). "Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* 2 (1): 174.

Çevik, M. (2014). "Kültürel Değişim, Gelenek ve Türk Halk Hikâyeciliği*", Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, IX, 12: 113-123.

Çevik, M. (2016). "Sözlü, Yazılı Ve Elektronik Kültür Ortamlarında Bilmeceden Bulmaca Ve Bilgi Yarışmasına Dönüşüm", *Folklor/Edebiyat*, 22 (86): 109-126.

Çokokumuş, B. (2012). "Dijital Ortamda Kültür ve Sanat" , *International Journal of New Trends in Arts, Sports &Science Education*, 1(3): 51-66.

Çuhadar, M. (2015). Dijitalleşen Din ve Diyanet, M. Çamdereli, B. Önay Doğan, & N. Kocabay Şener içinde, Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2) Köprü Yayınları, İstanbul: 175-222.

Çuhadar, M. (2019). "Dijital din istismarı", *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*, 39: 58-63.

Çuhadar, M. (2020). "Makinizm çağında dinsellik", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD),* 3(2): 241-263.

Çuhadar, M. (2020). "Sanal kabristanda online dua!", *Diyanet Aylık Dergi*, 68-69.

Değer, A. (2020, 7 Aralık). "Kral Thamus, Şuursuz Büyücüler veya Teknolojiyle İmtihanımız". https://fikircografyasi.com/makale/kral-thamus-suursuz-buyuculer-veya-teknolojiyle-imtihanimiz adresinden alındı.

Demir, O. (2018). "E-Devlet Kullanımına Etki Eden Faktörler Ve Vatandaşların E - Devlet Algısı", *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 4 (1):1-25.

Dereli, M. (2018). Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-etnografik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kayseri, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dereli, M. (2019). "Dinî Kimliklerin Siber Uzamda Akışkanlaşması", *İnsan ve Toplum*, 9(1), 85-115.

Doğan, B. (2015). "Sanal Uzamda Din", *Diyanet Aylık Dergisi*, 296:25-27.

Doğan, B. (2018). Dindarların Dini Teknolojik Aletlerle Etkileşimi: Tekno-Dindar Pratikler, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mardin.

Dönmez, E.; Kırık, A. (2019). "Yeni Medya İle Değişen Televizyon Yayıncılığında İçerik Üretimi: Küresel Ve Yerel Ölçekli Platformlar", *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 153-171.

Duman, S. (2019). "Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Fıkhi Hükümler", *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi,* 39: 28-31.

Durmaz, U. (2018). "Elektronik Kültür Ortamında Bir Âşık: Güncellenen Âşıklar Geleneğinde Şemsi Yastıman'ın Yeri Ve Etkileri"*, Motif Vakfı Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu,* Çanakkale.

Eken, M. (2019). Modern Görsel Kültürde Online Din: M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kayseri, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ekinci, F. (2016). Sanallaş(tırıl)ma Sürecinde Dini Bilginin Hakikat Problemi, *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları: 289-299.

Er, İ. (1994). "Din", *TDV İslam Ansiklopedisi*, 9: 345-349.

Erdoğan, İ. (2004). "Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine", *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi: "Popüler Kültür ve Gençlik",* 57: 7-19.

Erkilet, A. (2016). Arap Baharı ve Tahrir Özelinde İslam Coğrafyasında Yeni Medya Ve Toplumsal Hareketler, *Medya Ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi: 92-98.

Eskicumalı, A.; Kol, Y. (2019). "Digital Medya Ve Din"*, The Online Journal of Communication and Media*: 12-19.

Eşgi, N. (2013). "Dijital Yerli Çocukların ve Dijital Göçmen Ebeveynlerinin İnternet Bağımlılığına İlişkin Algılarının Karşılaştırılması", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)*, 28(3): 181-194.

Eyüpoğlu O.; Batuk C. (2015). "Özsel Ve İşlevsel Din Tanımları Bağlamında Assisili Francis Mistisizmi Ve Protestan Ahlakının Mukayesesi", *On dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 38: 95-122.

Fidan, M.; Rençber, H. (2019). İki Yönlü Simetrik Halkla İlişkiler Sürecinde Bir Moderatör Olarak Yapay Zekanın Rolü, *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 223-229.

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

Furat, A. (2019). "Din Eğitimi Ekseninde Türkiye'de Medya ve Din Araştırmaları", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(1), 29-51.

Geçer, E. (2018). "İslam'da Bireyler Arası İletişim İlkeleri ve Günümüz Teorilerine Yansımaları", *Marife*,18/1, 39-53.

Gedikoğlu E.; Özşirin, S.; Oğuş K. (2019). Sosyal Medya Dilenciliği: Sosyal Medya Mecralarında Sosyal Normların Dejenerasyonu, *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslar arası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 230-251.

Gezginci, G.; Işıklı, Ş. (2018). "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD),* 1 (1): 111-133.

Gökbulut, B. (2021). "Uzaktan Eğitim Öğrencilerinin Bakış Açısıyla Uzaktan Eğitim Ve Mobil Öğrenme", *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama,* 11 (1): 160-177.

Görkem, İ. (2009). "Dünden Bugüne 'Türk Sözel Edebiyatı': Değişim Ve Dönüşüm", *TAED*, 39: 411-422.

Güler, İ. (2016). "Sosyal Medyada Din", *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları: 230-232.

Gümrükçüoğlu, S. (2013). "Kur'an'da İletişimin Önemi ve Bunun Önündeki Engeller", *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (3).

Günay, Ü. (2002). "Din Sosyolojisinin Tarihsel Gelişimi ve Temel Sorunları", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12: 1-20.

Gündüz, Pekçetaş, T. (2018). "Kuşaklar ve Örgütsel Sessizlik / Seslilik", *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 6(1): 89-115

Güney, B. (2017). "Dijital Bağımlılığın Dijital Kültüre Dönüşmesi: Netlessfobi", *e-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergi – eJNM*, May 2017 Volume 1 Issue 2.

Güneş, A. (2013). "Dini İletişimde Kaynak Sorunu", *F.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(2): 69-90.

Güneş, A. (2014). "Sosyolojik Olarak Din ve Toplum İlişkileri", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Elazığ, 24(1): 153-164.

Gürsoy Ş.; Çapcıoğlu İ. (2009). "Din Kimlik İlişkisi Üzerine", *Toplum Bilimleri Altı Aylık Hakemli Bilimsel Dergi*, Ocak-Haziran,1-3: 1-6.

Güvenç, B. (1994). *İnsan ve Kültür (6. baskı),* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Güzel, E. (2016). "Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: Dijital Habitus", *e-Gifder*, 4: 82-102.

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.

Haberli, M. (2013). "Dini Tecrübe Aracı olarak Sanal Ritüeller", *Akademik Araştırmalar Dergisi,57:* 17-36.

Haberli, M. (2015). "İslam ve internet: Dijitalleşen din içinde", Çamdereli, M. (Ed.), *Dijitalleşen Din*, 45-68. İstanbul: Köprü Yayınları.

Haberli, M. (2019). "Dijital Dünyada Dini Bilgiye Erişim", *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*, 39: 75-77.

Haberli, M. (2019). "Dijital Çağda Din Ve Dindarlığın Dönüşümü", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi(MEDİAD)*, 2(2): 307-315.

Haberli, M. (2020). "Dijital Din Araştırmalarında Konu Ve Yaklaşımlar", *[itobiad]*, 9 (2): 879-902.

Hülür, A.; Bekiroğlu, H. (2016). "Çevrimiçi Din: Dini İçerikli Bir Facebook Sayfasının Göstergebilimsel Analizi", *Akademik Araştırma ve Dayanışma Derneği Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi,* 14(27): 145–164.

Işıklı, Ş. (2014). "Büyük Veri, Epistemoloji ve Etik Tartışmalar*", AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi,* 5 (17): 89-122.

Kabaş, D. (2019). Dijital Medyada Popülerleşen Yeni Formatlar: Para Ödüllü Online Bilgi Yarışmaları*, Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslar arası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*, 294-313.

Karabulut, B., (2015). "Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler", *Göçmenler ve Melezler, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21:11-23.

Karaca, M. (2016). "Sosyolojik Perspektikten İletişim", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(57): 626-648.

Karslı, Ö. (2016). "Cassirer'de Kültürün Anlamı", *Jomelips*, 1(2): 38-59.

Kaya, A. (2018). "Geleneksel Dini Otoritelerde Dindarlık Anlayışı", *e-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi,* 10 (1): 68-91.

Keleş, H. N. (2011). "Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Bahçeşehir Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,* 3(2):129-139.

Keskin, M. (2004). "Din Ve Toplum İlişkileri Üzerine Bir Genelleme", *Din bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, IV:2.

Keskin, N.; Kılınç, H. (2015). "Mobil Öğrenme Uygulamalarına Yönelik Geliştirme Platformlarının Karşılaştırılması Ve Örnek uygulamalar"*, AUAd*, 1(3): 68-90.

Kılıç, Ü.; Acar, N. (2020). "Sanal dini iletişim motivasyonları üzerine bir alan araştırması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 3(1): 5-22.

Kırık, M.; Köyüstü, S. (2018). "Z Kuşağı Konusunda Yapılmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi"*, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi(e-GĠFDER)*,6(2).

Kırık, M.; Bektaş, C. (2019). İnternet Teknolojisi ile Değişen Haber Konsepti: Tık Haberciliğinin Ekonomi Politiği*, Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, 115-136.

Kızıldağ, H. (2018). "Sözün Teknolojileşmesi Bağlamında Akıllı Telefon Uygulamaları Ve Türk Masalları", *International Journal of Social Science*, 73: 195-205.

Koç, A. (2008). "Dini İletişim Bağlamında Kur'an'da Kavl (söz) Çeşitleri", *Diyanet İlmi Dergi* Ankara, 44(4): 29-51.

Koçak, A. (2005). "Sözlü Kültür Ortamından Elektronik Kültür Ortamına Menkıbeler: Mehmed Emin Tokadi Örneği", *Hacı Bektaş Velî*, 35: 273-284.

Köse, A. (2015). "21. Yüzyıl Türkiye'sinde Gelenekle Modernite Arasında Din Algıları ve Dindarlık Formları: Sosyolojik Bir Bakış", *Marmara Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi*, 49: 5-27.

Köylü, M. (2003). "Dinî iletişimde hedef kitle sorunu", *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (1): 111-138.

Kurt, A. (2008). "Sosyolojik Din Tanımları ve Dine Teolojik Bakış Sorunu", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17 (2): 73-93.

Kurt, A.; Günüç, S.; Ersoy, M. (2013). "Dijitalleşmede Son Durum: Dijital Yerli, Dijital Göçmen ve Dijital Göçebe", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 46(1): 1-22.

Kuyucu, M. (2017). "Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2): 845-872.

Küçükcan, Talip. (2005). "Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini iletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler)", *II.Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi*, Ankara: 211

Küçükyılmaz, M. (2016). "Medyatik Görüntü Ve Din: Nesnel Gerçekliğin Tahrifi Ve Zihinsel Denetim", *Medya Ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi: 184-190.

Kürkçü, D. (2015). "İnternette Gazete Takibinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler, İnet-Tr"15", *XX. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul Üniversitesi*.

Latif, H.; Serbest, S. (2014). "Türkiye' de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı", *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2(4):132-163.

Medin, B. (2017). "Değişen Sinema Seyir Kültürünü Sözlü, Yazılı Ve Elektronik Kültür Bağlamında Anlamak", *Selçuk İletişim*, 10 (1): 357-386.

Menekşe, Ö. (2015). Dinin Dijitalleşmesi ve Mobil Uygulamalar, M. Çamdereli, B. Önay Doğan, & N. Kocabay Şener içinde, Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2) Köprü Yayınları, İstanbul: 151-173.

Nazıroğlu, B. (2015). *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 15(2): 191-220.

OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development) (2020, 5 Aralık). "Understanding Digital Divide, OECD", http://www.oecd.org/internet/ieconomy/1888451.pdf adresinden alındı.

Okumuş, E. (2014). "Din ve Sosyalleşme", *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11): 442.

Öz, A. (2017). "Kaynak Ve Alıcı Yönünden Etkili İletişimin Odak Noktaları Ve Bunların Dini İletişime Etkileri", *bilimname: Düşünce Platformu*, XXIII/1: 119-139.

Özdalga, Elizabeth, (1989). "Din Din midir, Yoksa Başka Bir Şey midir*?", İslamî Araştırmalar Dergisi*, Ankara, 3(2).

Öztürk, B. (2019). "Dijital Radyonun Bir Avantaj Olarak Sunumu: 1 Şehir 1 Radyo", *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslar arası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 444-459.

Parlak, B. (2017). "Dijital Çağda Eğitim: Olanaklar ve Uygulamalar Üzerine Bir Analiz" *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor15 Özel Sayısı): 1741-1759.

Polat, F. (2019). Türkiye'de Değişen Dindarlık Göstergeleri Ve Sosyal Medya, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Postman, N. (1990). *Televizyon Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem*, (Çev. O. Akınhan): Ayrıntı Yayınları.

Sever, M. (2010). "Âşık Tarzı Kültür Geleneğinde Günümüz Kadın Âşıkları", *ZfWT Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 2(3): 81-89.

Sevim S.; Sevim B. (2019). "İpler Kimin Elinde? Dijital Çağda İzleyicinin Özgür İradesi Sorunu", *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 485- 497.

Sirer E. (2019). "Televizyonun Dijital Dönüşümü: Vole Sosyal Medya Uygulaması Üzerinden Bir İnceleme", *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 498-506.

Şahin, M. Şahin, G. (2016). "Geleneksel Medyanın Yeni Rakibi: Yeni Medya ve Canlı Yayınlar", *Yeni Medya* , (1): 50-63.

Şener, N. (2019). "Türkiye'de Medya Ve Din Araştırmalarını Yeniden Düşünmek: Eksiklikler Nasıl Doldurulabilir?"*, Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD),* 2(1): 53-69.

Şişman, N. (2019). "Dijital/Biyo-Teknoloji Çağında Müslümanların Gelecek Tasavvuru Var Mı?", *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*,39: 8-11.

Tonta, Y. (2009). "Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği", *Türk Kütüphaneciliği*, 23(4):742-768.

Tutar C. (2019). "Dijitalleşen Dünyanın Gündelik Yaşam Aktivitelerinde Kendilik Kaygısının Yükselişi", *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*: 548-570.

Tümer, G. (1987). "Çeşitli Yönleriyle Din", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 28.

Tümer, G. (1994). "Din", *TDV İslam Ansiklopedisi*, (312-320), TDV Yayınları, İstanbul, IX, 316.

Ülker, O. (2014). "Din ve Çağdaş Sosyal Teoriler (Bryan Turner' den Tercüme)", *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1):231-255 .

Vardı, R. (2012). "İnternet Kullanıcılarının Dini İçerikli Kullanım Alışkanlıkla", *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 28(28): 101-138 .

Yalçın, H. (2017). "Dijital Yerliler Ve Bilgi Kaynakları", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(2): 567-580.

Yalçınkaya, Y. (2016). *Türk Kütüphaneciliği,* 30(4): 595-618.

Yankın, F. (2019). "Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı", *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7(2): 1-38.

Yazıcı, M. (2013). "Toplumsal Değişim Ve Sosyal Değerler", *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Ankara, 8/8 Summer: 1489-1501.

Yengin, D. (2012a). "Sanal İletişim Aracı Olarak Akıllı Telefonların Oluşturduğu Uygulama Toplumu Olgusu: WhatsApp Uygulaması", Kara, T. ve Özgen, E. (Ed.), *Sosyal Medya-Akademi*, İstanbul Beta Yayınları: 345-364.

Yeşilorman, M.; Koç, F. (2014). "Bilgi Toplumunun Teknolojik Temelleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Elazığ, 24(1): 117-133.

Yıldırım, E. (2019). “Dini ağ toplumunun doğuşu”, *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*,39:16-19.

Yıldırım, D. (2000). “Tarihî Süreç İçinde İletişim Odakları, Ağları ve İşlevleri XIII.-XX. Yüzyıllar Aralığı Türkiyesi”, *Türk Dünyası*, (10): 327-353.

Yıldız, S. (2018). *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(3):173-184.

Yüksel, E., (2012). “Din Fenomeni”, *Journal of Istanbul University Faculty of Theology*, 0 (1).