

Dijital Dünyada  
**Din ve Medya**

Editörler

Doç. Dr. Mahmut Samar  
Dr. Ahmet Mekin Kandemir

## DİJİTAL DÜNYADA DİN VE MEDYA

### Editörler

Doç. Dr. Mahmut Samar  
Dr. Ahmet Mekin Kandemir

### Genel Yayın Yönetmeni:

Mustafa Çalışkan



Yayın No:

1. Baskı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayıncı Sertifika No: 51889

ISBN: 978-625-7756-59-4

### Teknik Hazırlık ve Kapak Tasarımı:



Aralık - 2021

İstanbul

### Hikmetevi Yayınları

Alayköşkü Cad. Küçük Sk. Civan Han No: 6 / D: 4

Cağaloğlu - İSTANBUL

Tel: 0212 514 93 05

[www.kitapdunyasi.com.tr](http://www.kitapdunyasi.com.tr)

[bilgikitapdunyasi@gmail.com](mailto:bilgikitapdunyasi@gmail.com)

Dijital Dünyada  
Din ve Medya

Editörler

Doç. Dr. Mahmut Samar  
Dr. Ahmet Mekin Kandemir

Bölüm Yazarları

Mehmet Murat Karakaya / Mehmet Ödemiş / Şevket Özcan /  
Halil Temiztürk / Cuma Yavuz / Ekrem Koç / Zehra Gelici / Hatice Ayar /  
Abdurrahman Kurt / Ahmet Selim Demiryürek / Şefika Mutlu /  
Yasemin Demirel / Miray Hallak



# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....9

## Hatabî (Retorik) Söylemin Felsefi Açından Betimi ve Dini İçerikli Medyatik Dil

*Mehtmet Murat Karakaya*

Giriş.....	15
1. Antik Yunan'da Hitabet /Retorik.....	16
2. İslam Felsefesi Bağlamında Düşünsel Evreler ve Epistemik Değer Açısından Kıyas Sanatları.....	18
3. Dinî İfadeler Açısından Retorik ile İlgili Sorun Alanı: Mantık Literatüründe Hatabî Kıyas.....	22
4. Dinî İfadeler Açısından Retorik ile İlgili Çözüm Alanı: Bir Tahyil ve Misal Olarak Hatabî Sanat .....	26
5. Hakikati Açmak ve Örtmek Bağlamında Dinî İçerikli Medyatik Dil .....	31
Sonuç.....	33
Kaynakça .....	34

## Yeni Zihin Biliminin Bulgularının Medya Tarafından Suistimali

*Mehtmet Ödemiş*

Giriş.....	40
1. Zihin Yönetimi ve Medya .....	43
2. Dijital Medya ve Zihnin Erken İğvası .....	48
3. Modern Bir Satış Yöntemi Olarak Nöropazarlama ya da Beyindeki Satın Alma/Karar Düğmesini Bulmak.....	49
4. Karar Süreçlerinin Self-Manipülasyonu.....	53
5. Nöroplastisite ve Medya.....	55
6. Enformasyon Ağında/Çağında Dinin Rolü .....	56
Sonuç.....	58
Kaynakça .....	58

## Evanjelik Hıristiyanlıkta Kitle İletişim Araçlarının Rolü: Kurtuluş Ordusu Örneği

*Şevket Özcan*

Giriş.....	65
1. Genel Hatlarıyla Kurtuluş Ordusu.....	65
2. Kurtuluş Ordusu ve Basın-Yayın.....	67
2.1. War Cry Dergisi .....	67
2.2. The Young Soldier Dergisi .....	69
3. Kurtuluş Ordusu ve Sosyal Medya .....	70
3.1. İnternet Sitesi.....	70
3.2. Twitter, Facebook, Youtube vb.....	71
Sonuç.....	72
Kaynakça .....	72

## Katolik Kilisesinin Modern Dünyaya Uyumu: Dijital Dünyada İnanç İletişimi Projesi

Halil Temiztürk

Giriş.....	77
1. II. Vatikan Konsili Sonrası Katolik Kilisesi'nin Medya Algısı.....	78
2. Papa Francis ve Dijital Medya'ya Yönelik Faaliyetler.....	80
3. Dijital Dünyada İnanç İletişimi Projesi.....	81
Değerlendirme.....	84
Kaynakça.....	86
Ekler.....	89
Ek 1: İnanç İletişimi Aday Başvuru Formu.....	89
Ek 2: Projede Çalışacaklar için Gerekli Şartlar.....	89
Ek 3: Eğitim Çalışmaları.....	90
Ek 4: Papa Francis'in Projede Görev Alanları Ziyareti.....	90

## TRT World ile Al Arabiya English Kanallarının Trump'ın Ortadoğu Planı Hakkındaki Haberlerinin Eleştirel Söylem Analizi

Cuma Yavuz

Giriş.....	93
1. Türkiye'nin Filistin Meselesine Yönelik Dış Politikası.....	94
2. Suudi Arabistan'ın Filistin Meselesine Yönelik Dış Politikası.....	94
3. Eleştirel Söylem Analizi.....	95
3.1. Makro Analiz.....	97
3.1.1. Tematik Yapı İncelemesi.....	97
3.1.1.1. Haber Başlıkları.....	97
3.1.1.2. Haber Girişleri.....	98
3.1.1.3. Haber Fotoğrafları.....	100
3.1.2. Şematik Yapı.....	105
3.1.2.1. Ana Olayın Sunumu.....	105
3.1.2.2. Arka Plan ve İçerik Bilgisi.....	107
3.1.2.3. Haber Kaynakları.....	108
3.2. Mikro Yapı.....	110
3.2.1. Sözdizimsel (Senaktik) Analiz.....	110
3.2.2. Kelime Tercihi.....	112
TRT World.....	112
Al Arabiya.....	113
3.2.3. Retorik.....	114
Sonuç.....	115
Kaynakça.....	117
EKLER.....	119
Ek 1: Analiz Edilen Al Arabiya English Haberleri.....	119
Ek 2: Analiz Edilen TRT World Haberleri.....	119

## Dijitalizmin Akışkan Cinsiyet Rolüne Etkisi ve Bu Durumun Fıkhî Boyutu

Ekrem Koç

Giriş: Dijitalleşme.....	123
1. Cinsiyet ve Cinsiyet Kimlikleri.....	123
2. Dijitalizm'in Akışkan Cinsiyete Etkisi.....	125

3. Akışkan Cinsiyete Fıkıhın Bakışı .....	127
Sonuç.....	133
Kaynakça .....	135

### Gençlerin Dini Bilgi Edinmesinde İnternetin Rolü

*Zehra Gelici*

Giriş.....	143
1. Araştırmanın Problemi, Amacı ve Önemi.....	145
2. Çalışma Grubu.....	146
3. Araştırmanın Yöntemi .....	147
4. Bulgular ve Yorumlar .....	148
4.1. Temalar.....	148
4.1.1. Araştırma Teması.....	150
4.1.1.1. Merak .....	151
4.1.1.2. Bilgi Alma .....	152
4.1.1.3. Takip .....	152
4.1.1.4. Soru .....	153
4.2. Merak Giderme Teması.....	154
4.2.1. Dini Konu Merakı.....	154
4.2.2. Kişi Merakı .....	155
4.3. Güvenilirlik.....	156
Tartışma ve Sonuç.....	156
Kaynakça .....	159

### Dijital Çağda Rol Modeller: Çocuklar İçin İçerik Üreten Youtube Kanalları Üzerine Bir Değerlendirme

*Hatice Ayar*

Giriş.....	163
1. İnternet Erişimi ve Çocuk.....	164
2. YouTube ve Çocuk.....	166
3. YouTube'da Çocuklar İçin Üretilen İçerikler .....	169
4. Çocuklar YouTuberları Neden İzliyor? .....	171
5. Rol Model Olarak YouTuberlar.....	173
Sonuç.....	178
Kaynakça .....	180

### Dindar Bireylerin Sosyal Medyada Yeni Çağ Spiritüelliğine Katılımı Üzerine Nitel Bir Araştırma

*Abdurrahman Kurt / Ahmet Selim Demiryürek*

Giriş.....	187
1. Yöntem .....	190
2. Örneklem .....	190
3. Veri Toplama Süreci .....	191
4. Türkiye'de Yeni Çağ İnanışları.....	192
5. Yeni Çağ Spiritüelliği ve Sosyal Medya .....	192
6. Sosyal Medyada Dindarların Yeni Çağ Spiritüelliğine Katılımı.....	194
Sonuç.....	196
Kaynakça .....	197

## Din Okuryazarlığı Bağlamında Sokak Röportajı İncelemesi

Şefika Mutlu

Giriş.....	201
1. Kitle İletişimi ve Kamuoyu.....	203
1.1. Sokak Röportajları .....	204
1.2. Sosyal Medya ve Youtube.....	206
2. Din Okuryazarlığı ve Bir Alt Boyutu Olarak İnanç Okuryazarlığı.....	208
3. Araştırmanın Yöntemi ve Deseni .....	212
3.1. Verilerin Toplanması.....	213
3.2. Verilerin Analizi.....	213
4. Bulgular ve Yorum .....	214
Sonuç, Tartışma ve Öneriler .....	220
Kaynakça.....	222

## Facebookta Yardımlaşma: 'Sağ Elin Verdiğini Sosyal Medya Görsün'

Yasemin Demirel

Giriş.....	227
1. Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele .....	227
2. Sosyal Medyada Yardımlaşma: Hayra Koşanlar .....	229
Sonuç.....	235
Kaynakça.....	236

## Sosyal Medyada İnsan Hakları - Hayvan Hakları Tartışmaları ve Din: Anti-Natalist Veganlar Örneği

Miray Hallak

Giriş.....	239
1. Hayvan Hakları Kuramları.....	239
2. Hayvan Hakları Hareketlerinin Gelişimi ve Bilinç Kavramı.....	240
3. Hayvan Hakları ve Ahlak.....	242
4. Anti-natalizm.....	243
4.1. Anti-natalizm ve Anti-natalist Veganlar.....	244
4.2. Anti-natalist Veganlar ve Din .....	252
5. Veganlık ve İslam .....	254
Sonuç.....	258
Kaynakça.....	259



## ÖNSÖZ

Din ve medya topluma farklı yönleriyle etki eden hatta yön veren iki önemli kurumsal olgudur. Bu iki olgu arasında karmaşık ve diyalektik bir ilişki söz konusudur. Bugün dini nitelikli faaliyetlerin neredeyse tamamında sosyal medya başta olmak üzere kitle iletişim araçlarının kullanımı zorunlu hale gelmiştir. Bireyler dini anlamda ihtiyaç duydukları bilgiye ulaşmak için öncelikle ve çoğunlukla medya araçlarına başvurmaktadır. Medya, dini meselelerde bilgi kaynağı olarak kullanılmasının yanı sıra, din eğitimi, vaaz ve irşad faaliyetleri gibi daha birçok faaliyetin de aracı olarak kullanılmaktadır. İçinde bulunduğumuz salgın sürecinin oluşturduğu yeni hayat düzeninde evlerde daha fazla vakit geçirilmesi ve ortak mekânlarda sosyalleşmenin ve iletişimin sağlanamaması gibi durumlar nedeniyle medyanın bu amaçla kullanımında da gözle görülür şekilde bir artış yaşanmıştır. Tüm bunlar din-medya ilişkisinin ne denli önemli ve kaçınılmaz olduğunu göstermektedir.

Bu anlamda elinizdeki bu çalışma din ve medya ilişkisini farklı perspektiflerden inceleyen akademik çalışmaları/incelemleri ihtiva etmektedir. Eserde her biri alanında uzman on iki akademisyenin hazırlamış olduğu bilimsel yazılar yer almaktadır. Bu yazılarda “dijital çağda din-medya ilişkileri”, “dini gruplar ve medya”, “gençlik, dijital kimlikler ve din”, “medya platformlarında dini söylem ve temsiller”, “medyada siyaset, ideoloji ve din” “din eğitimi ve medya”, “dini bilgi kaynağı olarak medya” ve “sosyal medya dindarlığı” konu ve başlıkları çeşitli yönleriyle ele alınıp tartışılmıştır. Okuyucuya fikir vermesi açısından bu yazıların ana temalarını şu şekilde ifade etmek mümkündür:

**Mehmet Murat Karakaya**, “Hatabî (Retorik) Söylemin Felsefî Açıdan Betimi ve Dinî İçerikli Medyatik Dil” başlıklı yazısında medya platformlarında da sıkça kullanılan hatabî/retorik din dilinin felsefî açıdan tahlilini yapmakta, burhânî olanı hatabî düzeyde ifade edebilmenin ve böylelikle dinî ifadelerin geniş halk kitlelerine ulaşmasında hatabî söylemin bir araç olarak kullanılmasının imkânına dair yeni bir formül önermektedir.

**Mehmet Ödemiş**, “Yeni Zihin Biliminin Bulgularının Medya Tarafından Suistimali” başlıklı yazısında, nörobiyolojik ve nöropsikolojik bulgulardan yararlanılarak medya platformları aracılığıyla insanın karar alma süreçlerinin nasıl manipüle edildiğini, dinin bu manipülasyonlar karşısında insana bir destek sağlayıp sağlayamayacağını tartışmaktadır.

**Şevket Özcan**, “Evanjelik Hıristiyanlıkta Kitle İletişim Araçlarının Rolü: Kurtuluş Ordusu Örneği” başlıklı yazısında Kurtuluş Ordusu’nun evanjelik yaklaşımı çerçevesinde kitle iletişim araçlarını nasıl ve niçin kullandığını kendi kaynaklarından hareketle deskriptif olarak ortaya koymaya çalışmaktadır.

**Halil Temiztürk**, “Katolik Kilisesinin Modern Dünyaya Uyumu: Dijital Dünyada İnanç İletişimi Projesi” başlıklı yazısında, Katolik Kilisesinin 2015 yılından beri uyguladığı İnanç İletişimi Projesini tanıtmakta ve projeye medyanın dini propaganda ve iletişim amacıyla nasıl etkin bir şekilde kullanılabileceğine dair, ülkemiz din eğitimi faaliyetlerinde de istifade dlebilecek örnekler üzerinde durmaktadır.

**Cuma Yavuz**, “TRT World ile Al Arabiya English Kanallarının Trump’ın Ortadoğu Planı Hakkındaki Haberlerinin Eleştirel Söylem Analizi” başlıklı yazısında, 45. ABD Başkanı Donald Trump’ın İsrail-Filistin ihtilafına çözüm bulmayı amaçladığı iddia edilen ve “yüzyılın anlaşması” olarak adlandırılan Ortadoğu barış planına ilişkin, iki farklı medya kuruluşu tarafından yapılan haberlerin analizini yapmaktadır.

**Ekrem Koç**, “Dijitalizmin Akışkan Cinsiyet Rolüne Etkisi ve Bu Durumun Fıkhi Boyutu” başlıklı çalışmasında Fıkhi açıdan kişinin kendisini ait hissettiği cinsel kimliği oluşmasında dijitalizmin rolünü ve etkisini ele almaktadır.

**Zehra Gelici**, “Gençlerin Dini Bilgi Edinmesinde İnternetin Rolü” başlıklı yazısında, gençlerin dini bilgi edinmede nasıl bir yol izlediklerini ve hangi konularda araştırma yaptıklarını yaptığı nitel araştırma ile ortaya koymaya çalışmakta, daha sonra ulaştıkları bu kaynakların güvenilirliği bağlamında değerlendirmeler ve öneriler sıralamaktadır.

**Hatice Ayar**, “Dijital Çağda Rol Modeller: Çocuklar İçin İçerik Üreten YouTube Kanalları Üzerine Bir Değerlendirme” başlıklı çalışmasında, çocuklara yönelik içerik üreten YouTube kanallarındaki içeriklerin ve bu kanallarda içerik üreten YouTuberların bir rol model olarak takipçileri ve izleyicileri üzerindeki etkilerini ele almaktadır.

**Abdurrahman Kurt ve Ahmet Selim Demiryürek’in** “Dindar Bireylerin Sosyal Medyada Yeni Çağ Spiritüelliğine Katılımı Üzerine Nitel Bir Araştırma” başlığını taşıyan yazısında, son yıllarda sosyal medya araçlarıyla ülkemizde de yayılma imkânı bulan Yeni Çağ (New Age) spiritüelliğine dair, İslamî duyarlılığa sahip dindar bireylerin tutumları, yapılan alan araştırmasıyla ortaya konmaya çalışılmaktadır.

**Şefika Mutlu**, “İnanç Okuryazarlığı Bağlamında Sokak Röportajı İncelemesi (Sarı Mikrofon Youtube Kanalı Örneği)” çalışmasında “imanın 6 şartını” sayma, bilme üzerine yapılan sokak röportajı genelde eğitimin özelde din eğitiminin sorunları bağlamında analiz edilmektedir.

**Yasemin Demirel**, “Facebookta Yardımlaşma: ‘Sağ Elin Verdiğini Sosyal Medya Görsün’” başlıklı yazısında Facebook’ta yardım kampanyaları düzenleyen Hayra Koşanlar grubu özelinde sosyal medya platformlarında yardımlaşmanın önemini ve yardımlaşma konusunda yaşanan toplumsal değişimi ortaya koyan nitel-betimsel bir çalışma ortaya koymaktadır.

**Miray Alhallak**, “Sosyal Medyada İnsan Hakları - Hayvan Hakları Tartışmaları ve Din: Anti-Natalist Veganlar Örneği” başlıklı yazısında, son yıllarda sosyal medya aracılığıyla daha görünür hale gelen ve veganlığın ancak anti-natalist yaklaşımın benimsenmesi ile mümkün olduğunu düşünen, insanların çevreye ve hayvanlara zarar verdiğini, iklim krizinin sadece iki nedene dayandığını, bunlardan birinin üremek diğerinin ise hayvan yemek olduğunu ileri süren anti-natalist veganları konu edinmektedir.

Bu editöryal kitabın ortaya çıkmasında Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi tarafından 21-22 Ekim 2021 tarihlerinde düzenlenen “Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu” ilham kaynağı olmuştur. Çok yazarlı çalışmaların zorluğuna rağmen öncelikle bu kitaba bölüm yazma teklifimize olumlu karşılık veren yazarlara; metinlerin bilimsel açıdan değerlendirilmesi, hazırlanması ve tashih edilmesi aşamalarında katkı sunan kıymetli bilim insanlarına içtenlikle teşekkür ederiz. Çalışmanın e-kitap olarak yayına hazırlanıp basımındaki emeklerinden dolayı Hikmetevi Yayınlarına ve çalışanlarına şükranlarımızı sunarız.

Eserin Din ve Medya temalı çalışma alanına mütevazı bir katkı sunması ve başka çalışmalara ilham kaynağı olması temennisiyle.

*Mahmut Samar & Ahmet Mekin Kandemir  
Ankara, 2021-Aralık*



# Hatabî (Retorik) Söylemin Felsefî Açından Betimi ve Dinî İçerikli Medyatik Dil<sup>1</sup>

Mehmet Murat Karakaya<sup>2</sup>

## Özet

Mantık literatüründe bilgi üretme ve üretilen bilgiyi muhataba aktarma ile ilgili hususlar burhandan safsataya genelde beş sanat altında ele alınmaktadır. Hatâbe (retorik) sanatı veya hatabî kıyas da bunlardan biridir. Hatâbenin hitap kitlesi cumhurdur/halktır. Temel amacı ise ispattan ziyade muhatabı ikna etmek ve nefsi sükûna erdirmektir. Hatabî kıyas, önergeleri itibarıyla zan/sanı sınıfında yer almaktadır. Bu yönüyle önergeler, kesin/yakîni bilgi ifade etmediği için ispat açısından güçlülük değeri taşımamaktadır. Dolayısıyla hatabî kıyasın bir yöntem olarak cumhura ulaşma konusunda diğer sanatlara nazaran güçlü; kesin bilgi ifade etmemesinden dolayı da burhana nazaran zayıf bir yönü bulunmaktadır. İlahî niteliğe ve burhanî içeriğe sahip dinî metinler ise burhanî kıyastan ziyade hatabî kıyas formuyla ifade edilmektedir. Zira amaç sadece havasa değil tüm insanlığa hitap etmektir. Cumhurun bilişsel seviyelerinin ortak bir karaktere sahip olmaması dinî ifadelerin bütünüyle ispata dayalı burhanî söylemler muhataba aktarımını engellemekte, dolayısıyla tüm halk kitlelerine hitap eden hatâbî söylem biçiminden yararlanmak zorunlu görünmektedir. Ancak hatâbenin güçlü yönü dinî ifadelerin muhataba aktarımında ve anlaşılmasında vazgeçilmez bir unsur olsa da zayıf yönü bu söylemin kullanılmasında tartışmalı bir alana tekabül etmektedir. Burada iki temel husus vardır: Bunlardan biri, hatâbe ile ilgili ifadelerin zanniyât kapsamında değerlendirilmesi, diğeri de dinî ifadelerin cumhura aktarımında hatâbenin gerekli bir yöntem olması. Sorunu çözmek ve her iki yaklaşımı bir araya getiren bir formül üretmek açısından yapılması gereken ilk etapta hatâbeyi zanniyât kapsamından çıkarıp onun burhana dönük yönünü ortaya koymak, ardından medya aygıtları da dâhil olmak üzere dinî ifadelerin geniş halk kitlelerine ulaşmasında hatabî söylemin bir araç olarak kullanılmasına imkân sağlamaktır. Hatab-ı burhanî kavramsallaştırması bu soruna çözüm

1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*'nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.

2 Doç. Dr. Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi.  
mehmetmurat.karakaya@asbu.edu.tr

olarak ileri sürülebilir. Zira hatab-ı burhânî, salt retorik olmanın ötesinde burhanî olanı hatabî düzeyde ifade etmeye karşılık gelmektedir. Bu çalışma, Antik Yunan'da Sofistler'le gün yüzüne çıkan, Platon ve Aristoteles ile birlikte olumlu ve olumsuz yönleriyle felsefî düzeyde derinlemesine ele alınan hatabî söylemin İslam felsefesine yansımaları ve dinî ifadeleri muhataba aktarımındaki yerini hatab-i burhanî kavramsallaştırması ve medyatik dile etkisiyle ayrıntılı ele almaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Hatâbe, Retorik, Cedel, Burhan, Din, Medya.

## Abstract

In the logic literature, the issues related to producing knowledge and transferring it to the addressee are generally discussed under five arts, from analytics to logical fallacy. The art of rhetoric or rhetorical comparison is one of them. The target group of the rhetoric is the public/people. Its main purpose is to persuade the interlocutors and to soothe the soul rather than to prove something to them. Rhetorical comparison is in the category of conjecture/assumption due to its propositions. In this respect, propositions do not have the strength value in terms of proof, since they do not predicate knowledge of sureness/certainty. Therefore, due to the fact that rhetorical comparison does not express knowledge of certainty, it is weak compared to analytics; as a method of reaching the people, it has a strong side compared to other arts. Religious texts with divine character and analytical content are expressed in the form of rhetorical comparison rather than analytical comparison. Because the aim is to address not only to the educated-cultivated but to all humanity. The fact that the cognitive levels of the people do not have a common character prevents the transfer of religious expressions to the addressee with analytical discourse, so it seems necessary to make use of the rhetorical discourse that appeals to all masses of people. However, the strong side of the rhetoric is an indispensable element in the transfer and understanding of religious expressions to the addressee, its weakness corresponds to a controversial area in the use of this discourse. There are two main issues here: One is the evaluation of the expressions related to rhetoric within the scope of conjectures, and the other is that rhetoric is a necessary method in the transfer of religious expressions to the public. In order to solve the problem and produce a formula that combines both approaches, what needs to be done is to remove the rhetoric from the scope of conjectures and reveal its analytical-oriented aspect, and then to enable the use of the rhetorical discourse as a tool in reaching the large masses of the religious expressions, including the media tools. The conceptualization of rhetorical-analytical (hatabi-burhani) can be put forward as a solution to this problem. Because analytical rhetoric, beyond being purely discursive, corresponds to expressing the analytical one at the rhetorical level. This study discusses in detail the reflection of rhetorical discourse, which emerged with the Sophists in Ancient Greece and analysed in depth by Plato and Aristotle at the philosophical level with its positive and negative aspects, on Islamic philosophy and its place in transferring religious expressions to the addressee, with its conceptualization of analytical rhetoric and its influence on the mediatic language.

**Keywords:** Rhetoric, Dialectic, Analytic, Religion, Media

## Giriş

İslam düşünce tarihinde toplumsal katmanlar bilgiye konu olan objelerin bilgisine sahip olmak açısından genelde avam ve havas olmak üzere iki sınıf üzerinden değerlendirmeye tabi tutulur. Avam terimi, bilgiye konu olan hususlarda ya bilgisi olmayanları ya da bilgisi olsa da bu bilgiyi akıl yürütme ile bir ileri düşünsel aşamaya taşımaya güç yetiremeyenleri kapsar. Havas terimi ise, bilme-ye konu olan hususlarda deruni bilgiye sahip olan ve bu bilgi üzerinde tefekkür ederek kıyaslama yoluyla düşünsel aşamaların nihai sınırına, yani burhana ve kesin bilgiye ulaşanları ifade eder (Fârâbî, 2015, 154-159). Bu yönüyle havasın avama göre bilişsel üstünlüğe sahip olduğu söylenebilir.

Antik Yunan'dan İslam felsefesine pratik ilim ve tecrübelerin dışında teoriye dayalı bilgiler kıyas sanatları çerçevesinde ele alınır ve bu sanatlar bilginin kesinliği ile ilgili derecelendirmeye göre beş başlık altında değerlendirilir. Fârâbî *İhsâu'l-ulûm*'da "beş sanat" diye de tabir edilen söylem biçimlerini burhanî/ispatlı, cedeli/diyalektik, sofistâî/sofistik/safsata, hatabî/retorik ve şiirsel/poetika olarak belirtir (Fârâbî, 1990a, 79-84).<sup>3</sup> Aristoteles'in *Organon* mantık serisi içerisinde ayrıntılı ele alınan bu sanatlardan burhan, kesin güvenilir bilgiye ulaştırıcı önermelere dayanır. Cedel, yaygın olarak bilinen ve genel kabul gören önermeler üzerinden muhataba üstünlük sağlamaya çalışır. Sofistiğin gayesi, hayal ve kuruntu ürünü önermeler üzerinden muhatabı yanıltmaktır. Hatâbe (retorik), kesinlik düzeyine ulaşmamış önermelerle dinleyenin/okuyanın ikna olmasını ve nefsin bir şeyde sükûn bulmasını gaye edinir. Şiir (poetik) ise, şeylerin duygu ve hayal dünyasında canlanmasını sağlar (Fârâbî, 2017, 26-27, 38; Fârâbî, 2012, 2). Görüldüğü üzere burhan dışındaki söylem biçimlerinin kesin bilgi ve ispat dışında yer aldıkları görülür.

İslam filozofları felsefi konuların burhanî yöntemle açıklanmasını gerekli, dinî konuların hatabî yöntemle anlatılmasını ise yeterli görür. Özellikle Fârâbî dinî konuların halk nezdinde anlaşılması ve tesir etmesi açısından hayale dayalı (tahayyülî/tahyilî) dilin gerekli olduğuna vurgu yapar. Zira ona göre halkın bu konuları burhanî yöntemle elde etmesi mümkün değildir (Fârâbî, 2015, 154, 188). Dinî konuların anlaşılması ve muhataba aktarılmasında gerekli olan hatabî dilin en önemli hususiyeti ise iknadır. Dolayısıyla bu dilin bilgi bilimsel açıdan yeterli kanıt ve deliller ortaya koyması zorunlu değildir.

Günümüzde kullanılan medyatik dilin temel özelliği de anlatıya konu olan hususlarda genelde karşı tarafı ikna etmek, algı oluşturmak ve halkı yönlendir-

3 Bu sanatlardan burhan, tanımlama; cedel, eytişim; sofistik, yanıltma ve hatâbe de söylev olarak ifade edilebilir. Fârâbî ayrıca *Kitabu'l-hurûf*'ta toplumlar nezdinde beş sanatı hitabet sanatı, şiir sanatı, haberleri ve şiirleri ezberleme ve rivayet etme gücü, dilleri bilme ve kitabet sanatı şeklinde de ele almıştır (Fârâbî, 2015, 182). Ancak bu beş sanat mantık ilminde yaygın olarak kullanılan kıyas sanatlarından farklıdır.

dirmektir. Bu yönüyle medyanın dili duygulara hitap eden tesirli kelimelerden oluşur (Koç, 2018, 400). Bu dili, dinî içerikli medyada da görmek mümkündür. Buradan hareketle hatabî söylemin özellikleriyle dinî içerikli medya dilinin bir-biriyle örtüştüğü söylenebilir. Çünkü her iki yöntem de halkın anlayabileceği bir dil kullanır ve bu dili bir iletişim ve ikna yöntemi olarak belirler. Dolayısıyla söz konusu dinî içerikli medyatik dil, hatabî dil zaviyesinden değerlendirildiğinde medyatik dilin kullanımının amaçları ve hedefleri açısından eleştirel bir yanının olmadığı söylenebilir. Ancak ikna etmeye yönelik olan bu yöntemin toplumsal dinî bilincin oluşması ve halkın din ile ilgili mevzularda gerçek bilgiye ulaşmasında doğru bir yöntem olup olmadığı ise tartışmaya açıktır. Zira görsel ve yazınsal platformlarda görüldüğü üzere dinî konuların salt hatabî dil üzerinden halka arzında dinin amaç ve hedefleri açısından problematik bir alan olduğu ve bu problematik alanın temelinde de bu amaç ve hedefleri kesintiye uğratan ikna etme amaçlı bilgilendirme bulunduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu problematik alanın tutarlı ve gerçeğe uygun bir zeminde yeniden ele alınması ve değerlendirmeye tabi tutulması gerekir. Bu da dinî bilgi alanının hatabî dil yanında burhanî yöntemle ifade edilmesini ve halka aktarılmasını gerekli kılar.

Bu çalışma, öncelikle dinî mevzuların anlaşılmasında ve muhataba aktarılmasında hatabî dilin olumlu ve olumsuz yanlarını tespit etmeyi, ardından bu mevzuların burhanî söylemle ifadesinin ve bu ifadenin dinî içerikli medyada kullanımının imkânı meselesini ele almayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda çalışmada, hitabet sanatının muhtevası içerisinde yer alan sesi düzgün kullanma, kelimelerin dizilişi vb. hususlardan oluşan konuşma biçemlerine ve düz yazı ile ilgili yazım kurallarına değinilmemektedir. Literatür açısından çalışmada Platon'un *Gorgias*; Aristoteles'in *Rhetorike*; Fârâbî'nin *Kitâbü'l-hatâbe*, *İh-sâu'l-ulûm*, *Kitâbü'l-hurûf*; İbn Sina'nın *Kitabü'l-hatâbe*, *Burhân* ve İbn Rüşd'ün *Faslu'l-makâl* adlı eserlerinden yararlanılmıştır. Çağdaş çalışmalardan Latif Tokat'a ait *Dinde Sembolizm* adlı eser ile Fehrullah Terkan'a ait *Çatışmanın Dinamikleri Din Felsefe Uzlaşmazlığı Üzerine* adlı eserin din dilinin hatabî söylemle anlatımıyla ilgili derinlikli muhtevaya sahip oldukları söylenebilir. *Dinde Sembolizm* konuyu din felsefesi, *Çatışmanın Dinamikleri* ise İslam felsefesi bağlamında ele alır.

## 1. Antik Yunan'da Hitabet/Retorik

Antik Yunan'da Platon'la başlayan ve Aristoteles ile birlikte burhan, cedel, hatâbe, şiir ve safсата şeklinde sistemleştirilen sanatlar, ma'kûlât ile ilgili hususları ve bu bağlamda söylenen sözleri yanıltmadan (safсата) zanna/saniya, zandan kesin bilgiye giden süreçte tanzim eden ve aklın ölçütleri çerçevesinde



tasnif eden kıyas türleridir. Platon, hatâbe/hitâbet ya da retorîği mahkemelerde, özellikle de sözel toplantı mahallerinde insanları ikna etmeye ve bilgi vermektense ziyade inandırmaya yönelik söze dayalı bir anlatım biçimi olarak değerlendirir (Platon, 2017: 450a-456b).<sup>4</sup> Aristoteles ise bu sanatı diyalektikle (cedel) eş görür ve öncüllerinin eksik olduğu bir kıyas türü olan örtük tasım ve benzetmeler üzerinden politik, adli ve törenselle söylevler şeklinde üç başlık altında ele alır (Aristoteles, 2020, 1358b 5-10).

Düşünsel ve zihinsel eylemlerin ilk aşamasını teşkil eden ve konusu sözler olan hatâbe, esasında bu eylemlerin nihai noktası olan felsefe ya da burhan karşısında bir konumda konuşlanır. Hatâbe, Antik Yunan'da hakikat ve burhanı reddeden, reddetmekle kalmayıp gerçekliğe ve kesin bilgiye ulaşmanın imkânsızlığını ispat etmeye çalışan septik Sofistler tarafından bir yöntem ve söylem biçimi olarak güçlü bir şekilde kullanılır. Retorîğin felsefi düzeyde değerlendirmeye tabi tutulması da Sofistlerin bu söylemi etkin ve etkili bir şekilde kullanmasıyla başlar. Aldatan hikmet (sofya=hikmet; istas=aldatma) veya sahte felsefe (Fârâbî, 1990b, 21, 28) olarak nitelenen Sofizme yönelik felsefi düzlemde ilk tepkiyi Platon verir. Platon'un *Phaidros* diyalogunda retorikle ilgili olumlu yaklaşımları olsa da<sup>5</sup> o, özellikle -daha önce kaleme aldığı- *Gorgias* eserinde, retorîğin yapısı, amacı ve hedefleri ile Sofistler'in yanlış akıl yürütme, muhakeme ve gerekçelendirilmemiş sözlerle halkı gerçek olmayan şeylere ikna etmesine önemli itirazlarda bulunur. Platon'a göre, hitâbet sanatı peşinden gidenler, hakikati örtmek, hatta reddetmek için konuşma sanatlarıyla halkı etkilemeye çalışırken iyi ve güzelin esasını değil iyi ve güzel gibi görünenlerin bilinmesine vurgu yapar.<sup>6</sup> Bu çerçevede hakikati ifade etmeyen hitâbet eleştirilmesi gereken bir keyfiyete sahiptir.

Sofistlerle yaşanan gerilimli noktada Platon'un retorikle ilgili ortaya koyduğu tavır ideal bir tavır olsa da Aristoteles, Sofistler'in elindeki en önemli ve etkili enstrüman olan hatâbeyi felsefi ve rasyonel bir zemin üzerinde temellendirmeye çalışır. Aristoteles'in mantık serisi *Organon* halefleri tarafından retorik ve şiir hariç tutularak ilk etapta altı kitap olarak tasnif edilir. Bu durum, akıl yürütme ve muhakeme açısından hatâbenin mantık kapsamı dışında tutulduğunun bir göstergesi olsa da retorîğin Sofistler'in yaklaşımının dışında örtük tasım ve benzetme üzerinden teorik bir kapsam içerisinde değerlendirilmesi onun burhanla

4 Platon'a göre retorik, doğru ile yanlış üstüne bilgi veren bir ikna sanatı değil, inandıran bir ikna sanatıdır (Platon, 2017, 455a).

5 Örneğin, *Phaidros* diyalogunda hitabet sanatını hekimlik üzerinden değerlendiren Platon'a göre, hekimlerin ilaçla hastaya güç ve enerji kazandırmak istemeleri gibi hatipler de ruha inanç ve erdem vermek isterler (Platon, 2017, 270). Bu yönüyle hitabet sanatı olumlu içeriğe sahiptir.

6 Platon'un *Phaidros*'ta belirttiğine göre, hitabet ustaları için bir konudaki gerçek değil o gerçeğin nasıl görüldüğü önemlidir. Yine iyi ve güzel olanın değil iyi ve güzel gibi görünenin bilinmesi gerekir (Platon, 2017, 260a). Bu yönüyle de hitabet sanatı olumsuz içeriğe sahiptir.

ilişkilendirilmesine kapı aralar. Ayrıca Aristoteles'in retoriğe diğer sanatlardan farklı olarak her mevzu üzerinde inandırma alanı tanınması ve herhangi bir özel ve kesin konu sınıfı ile tahsis etmemesi (Aristoteles, 2020, 1355b-30-35), onu sah-te hikmetin bir materyali olmaktan kurtarıp hakikî hikmetin açıklamasında, gerçek ve doğru yargıların kanıtlanmasında işlevsel bir alan açar.

Özetle Platon, retoriğin amacının, retorun/söylevcinin sözel maharetiyle herhangi bir hakikat kaygısı taşımaksızın ve herhangi bir kriter olmaksızın talep edilen görüş doğrultusunda muhatabını ikna etmek olduğunu belirtir. Buna bağlı olarak o, salt hatabî seviyedeki yargıların felsefe ve hakikat dışı kalmasına vurgu yapıp hatâbeyi aynı anda ispat ve nefye/çürütmeye imkân tanıdığı için eleştirir. Buna mukabil Aristoteles, onun olumsal anlamda burhana bakan ve burhanı açan yönünü ön plana çıkarır ve bu istikamette retoriğin mantıksal zeminini ya ispat ya da çürütme olması konusunda güçlendirir. Nitekim bu sanat, Aristoteles'in baktığı zaviyeden Grek felsefesinden İslam felsefesine toplum, erdem, ahlak, eğitim, öğretim vb. kavramlar çerçevesinde değerlendirmeye tabi tutulur. İslam filozofları hatâbeyi hem Platon'un ona yüklediği anlam çerçevesinde eleştirel hem de Aristoteles'in mantık disiplini içerisinde ortaya koyduğu bağlam çerçevesinde olumsal anlamda değerlendirmeye çalışır. Şimdi bu hususlar Platonik bağlam ve Aristoteles'in ortaya koyduğu bakış açısıyla İslam felsefesi çerçevesinde ele alınacaktır.

## 2. İslam Felsefesi Bağlamında Düşünsel Evreler ve Epistemik Değer Açısından Kıyas Sanatları

İnsanın bilgiyi elde etmesi açısından iki tür eylemi vardır. Bu eylemlerden biri söze ihtiyaç duymayan, sadece sürekli yapmak ve tecrübe etmekle elde edilen deneysel bilgiler, diğeri, sözsel yapılar ve zihinsel faaliyetlerle gerçekleşen düşün-sel bilgilerdir. İnsanın tecrübe ve deneyim yoluyla elde ettiği bilgiler<sup>7</sup> tecrübî/ deneysel alanla ilgili olduğundan burada öğretim ve öğrenime dayalı düşünsel bazı etkinlikler olsa da bilişsel süreçler açısından kıyas sanatları geçerli değildir. Kıyas, düşünce, sezgi ve fehme ait zihinsel alanlarda geçerlidir (İbn Sina, 2015, 9; Fârâbî, 2015, 184).<sup>8</sup> Bu bağlamda kıyas, teorik alanlarla ilgili olarak bilinen iki öncülден yola çıkarak zorunlu olarak üçüncü bir yargıya ulaşma ve mukayese

7 Marangozluk gibi.

8 Burada Hüseyin Doğan'ın kuramsal ve eylemsel akıl ayrımına vurgu yapılabilir: "Kuramsal akıl, gerçeklikleri Faal Akılın aydınlatmasıyla Tanrı'dan elde eden insanî bir akıldır. Bu nedenle o, kutsaldır ve kesin sonuç veren önermelerin de kaynağıdır. Eylemsel akıl ise, kutsal olan akıl ile ilişkili olduğu kadar eksiklik ve yetersizliklerin bulunduğu nesnel dünyasıyla ilişkilidir. Bu nedenle eylemsel aklın yargıları kuramsal aklın yargıları kadar değerli ve kesin değildir" (Doğan, 2015, 70).

yaparak doğruyu bulma aracıdır. (Aristoteles, 1951, 49).<sup>9</sup> İslam filozofları kıyas sanatları konusunda biri düşüncenin gelişimi ve evreleri, diğeri evrelerin kendi içinde değerlendirilmesi açısından iki tür yaklaşım ortaya koyar. Buna göre,

(i) İnsanlar, ilk etapta düşünsel güçlerinin zayıflığı nedeniyle en alt seviyede fikrî faaliyetlerini gerçekleştirirken, aklı etkinliklerin artması ve gelişmesi neticesinde bu seviye önce hatâbeye, sonra cedele en sonda ise burhana evrilir. Bu bağlamda safсата, gerçekliğe uygun olmayanı; hatâbe, gerçekliğe uygunluk ile uygunsuzluğunun eşit olduğu durumları; cedel, gerçekliğe uygunluğun uygunsuzluktan daha çok olduğu durumları; burhan ise, her yönüyle gerçekliğe uygun olanı ifade eder (Sünter, 2019, 1163). Gerçeklik olmayandan hakiki gerçekliğe giden bu evrelerde burhan,<sup>10</sup> düşünsel aşamada doğruluk ve kesinlik açısından nihâî olana karşılık gelir. Bir bakıma hatâbe olmadan cedele, cedel olmadan burhana ulaşmak mümkün değildir. Fârâbî, bu hususu *Kitabu'l-hurûf*'ta, “cedelî ve sofistîk felsefe ya da zannî (maznune) ve çarpıtılmış (mümevvehe) felsefe yakını yani burhanî felsefeden önce gelir” (Fârâbî, 2015, 152, 154) şeklinde ifade eder. Buna göre insanlar, düşünsel evrelerin ilk dönemlerinde duyulur ve aklı kozmosa yönelik şeylere ve bunların illetlerine yönelik araştırmalarında evvela ilk kıyas yöntemi olan temsil yönünden hatabî yolları kullanır. Bu metotla yapılan araştırma ve ortaya konan görüşler neticesinde zuhur eden ihtilaflı konular onları teorik konuları inceleme ve araştırmada cedelî yöntemi öğrenme ve kullanmaya sevk eder. Fârâbî'ye göre felsefe/burhan, Platon'la birlikte cedelî yöntemden ayrılarak asıl mecrasına ulaşır ve ilmî bir hüviyet kazanır.<sup>11</sup> Onun karar kılıp kemale ermesi ve düşünsel alanda ilmî nazarın nihayete ermesi/doruğa ulaşması ise Aristoteles ile birlikte gerçekleşir (Fârâbî, 2015, 188-9; Fârâbî, 2019, 74).<sup>12</sup>

İbn Sina da benzer şekilde burhanî melekenin insanda istidat kazanmasında cedelin gerekli olduğunu, bilinmeyen şeylerin bilinmesinin talep edildiği durumlarda öncelikle alıştırmayla cedelî kıyaslara, sonrasında ise bu kıyaslar üzerinden burhanî kıyaslara ulaşıldığını belirtir.<sup>13</sup> İbn Sina, ayrıca hatâbenin cedel gibi burhandan önce olduğunu; ancak zaman bakımından önce olmanın amaç olmadığını, asıl maksadın yararlı öncelik olduğunu ifade eder. Bu bağlamda burhan, hakikati ve kesin olanı/yakını kesbetmesi ve içermesi yönünden mertebeye

9 Aristoteles'e göre ispat/kesin bilgi; zorunlu, doğru, ilk ve tümel öncüllerden oluşur. Ayrıca ispatın sonucu zorunludur ve sonuç başkaca olamaz (Aristoteles, 2018, 73a-74b). Ayrıca, tümel önermenin zorunluluğuyla ilgili bk. (Pehlivan, Çelik, 2019, 8-13).

10 Burhana yakını felsefe de diyebiliriz.

11 Fârâbî'ye göre burhanî, cedelî, sofistî ve şî'rî yollardan temyiz eden ilk filozof Platon'dur (Fârâbî, 2019, 74).

12 Özellikle de *İkinci Analitikler (Burhan)* eseriyle.

13 İbn Sina'ya göre, cedelde söylenen her şey burhandan uzak değildir; hatta burhanî maddelerin birçoğu cedelde zikredilmektedir (İbn Sina, 2015, 5).

cedel, hatâbe ve şiir gibi sanatlardan üstün bir konumda bulunur (İbn Sina, 2015, 4-6). Yine İbn Sina, Fârâbî'ye benzer şekilde antik Yunan'da Presokratik felsefi dönemi hatabî (retorik) dönem olarak değerlendirir. Ona göre felsefe, antik Yunan'da, önce doğaya (örneğin Milet Okulu), sonrasında matematiğe (örneğin Pythagoras Okulu) en sonda ise metafiziğe (Örneğin Akademia ve Lyceum) yönelir. Doğadan metafiziğe doğru seyreden süreç, esasında hatâbeden burhana, başka bir ifadeyle tahayyülden felsefeye giden süreci ifade eder (İbn Sina, 2011, 251, 252).

Bu açıklamalar ekseninde ise şu sorular tartışmaya açık hâle gelir. Şayet felsefe Platon ve Aristoteles ile birlikte retorik alandan çıkıp burhana evrilmiş ise bu keyfiyet, düşünsel faaliyetlerin durağan olmadığını, dinamik bir yapı içerdiğini ve zandan/sanıdan yakîne/kesine sürekli geliştiğini ifade eder. Buraya kadar bir sorun yoktur. Ancak aşağıda ayrıntılı ele alınacağı üzere şayet hatabî söylem, din ile ilgili ifadelerin aktarımında kaçınılmaz bir söylem biçimi ise bu husus dinî düşüncenin durağanlığını ve gelişmeye kapalı olduğunu gösterir. Zira gelişimsel bir sürece tekabül eden düşünsel alanın hatâbeden dolayı dinî alanı kapsamadığı anlaşılır. Bu bağlamda dinî alanda düşünsel aşamaların geçerli olup olmadığı veya dinî metinlerde burhanî ifadelerinin olup olmadığı sorularının cevap bulması gerekir.

(ii) İslam filozofları cehlden bilgiye ya da sanıdan ispata giden süreçte düşünsel evrelerin gelişimi açısından kıyas sanatlarını belirli bir tertip içerisinde anlamlı/olumsal bir şekilde ele alsalar da bu evrelere ait tasımların özsel konumlarının değerlendirilmesi konusunda farklı yaklaşım ortaya koyarlar. Esasında onlar, felsefi boyutuyla burhan dışındaki diğer sanatları tam bir kıyas olarak görmezler. Bu bağlamda filozoflar başta cedel olmak üzere hatâbeye ve şiirsel yöneme kesinlik açısından olumlu bakmazlar. Örneğin İbn Bâcce, burhan ile felsefeyi eş değer tutarak bir bakıma diğer sanatları felsefenin dışında düşünür. Zira burhan dışındaki diğer sanatlar, muhatabın epistemik yapısına göre varlık bulup anlam kazanırken ve muhatapların seviyelerine göre tasnif edilirken, burhan, muhatabın niteliğine bakmaksızın felsefe ekseninde kendi gerçekliğini ortaya koyar. Dolayısıyla İbn Bâcce'ye göre, burhan dışındaki sanatların epistemik değeri ve hakikat karşısındaki konumu gerçeklikle bütün yönleri bakımından uyumlu görünmediğinden ve muhataba göreli olduğundan felsefi açıdan bir değere haiz değildir. Zira felsefede asıl yetkinliği sağlayan burhandır (Ece, 2021, 39; Coşkun, 2010, 221). İbn Bâcce'nin bu görüşü diğer filozoflara teşmil edilebilir özelliklere sahiptir (Fârâbî, 2012, 7; İbn Sina, 2015, 15; İbn Rüşd, 1999, 76).

İki başlık altında ele alınan bu açıklamalar; kıyas sanatlarına konu olan ifadeleri beyan edenin tutum ve maksadından hareketle burhanî, cedelî, sofistaî, hatabî şeklinde sınıflandırmaya tabi tutmak ile bu ifadelerin söylem biçimini

muhatabın niteliği ve özelliğine göre burhanî, cedelî, sofistaî ve hatabî şeklinde bir sınıflandırmaya tabi tutmanın birbirinden farklı olduğunu gösterir. Başka bir ifadeyle cedelcilik veya hatabîlik ile cedeli veya hatâbeyi bir yöntem olarak kullanmak birbirinin aynı değildir. Örneğin cedel sanatı çerçevesinde herhangi bir konuyla ilgili vaz' edilen hususların doğru veya yanlış olduğunu araştırmaksızın ve bunların doğru ve yanlış olduğuna aldırma kabulünü istemek ve bu yönde bir savunma yapmak bir cedelciliktir. Zira böyle bir durumda cedelci sıdk/doğru ve kizbe/yanlışla bakmadan sadece ortaya konan vaz'ın olumlu ve olumsuz yönden kabulüne ve desteklenmesine dikkat kesilir ve bu vaz'ın tesisine yönelik bütün cedelî ve retorik imkânları kullanır. Dolayısıyla cedelciye göre olumlu, burhanî yönden olumlu değil maksadın olumluluğu gerektirmesinden dolayı olumlu; olumsuz da yine mutlak kıyas sonucu olumsuz değil cedelcinin vaz'ı neticesinde olumsuz olur. Burada doğru ve yanlışla yönelik bir kriter yoktur. Cedelcinin iradesi ve bireysel yönelimi ön plana çıkar. Fârâbî'nin de belirttiği üzere cedelin bu manada en belirgin özelliği, bir şey üzerinde ispat ve iptalin aynı anda geçerli olabilmesidir (Fârâbî, 2015, 194, 195). Her iki kıyasta, ispat ispatın bir gereği ve çürütme de çürütmenin bir gereği olmadığı için ispat ve çürütme konusundaki vaz' sübjektif değerlendirmelere açık hâle gelir ve bu yaklaşım karar kılmış ve olgunlaşmış düşünceleri şüpheli hâle getirir. Dolayısıyla cedel rölativizme açık kapı bırakır, en önemlisi de karar kılmış/sabit olmuş bir görüşe engel olur.

Ancak cedel, cedelcilik açısından bu şekilde değerlendirilse de onun bir yöntem olarak farklı bir boyutu daha vardır. Bu boyutuyla cedel, yukarıdaki açıklamaların aksine salt gerçeğe ve doğruya ulaşmanın bir yöntemi veya anne babaya iyilik etmek gibi toplumsal kuralları ikame etmeye yönelik meşhûrat kapsamındaki ahlakî önermelerin bir ifadesidir (Doğan, 2015, 58; Fârâbî, 2012, 39). Burada kasıt vaz' olmadığı gibi hasmı ilzam etmek de değildir. Araştıran veya konuşan açısından taraflı bir yaklaşım geçerli değildir. Bu manada doğru, doğru olduğu için muhataba anlaşılır bir üslupla ifade edilir, yanlış da yanlış olduğu cihetle. Dolayısıyla cedele düşen, muhatabın kabul etmesi ve anlaması açısından burhanî olarak ifade edilemeyen doğru veya yanlış cedelî bir yöntemle ortaya koymaktır. Hatâbe için de aynı şey geçerlidir. Nitekim bu sanat, halkı ilgi duyduğu konularda etkili olan öncüller ve ilk vaz'ı itibarıyla onların kullanmaya alıştıkları lafızlarla ikna etmektir (Fârâbî, 2015, 182). Dolayısıyla öğretim ve ikna etmenin gerekli olduğu durumlarda hatâbeyi kullanmak elzemdir.

O hâlde cedelcilik ve cedelî yöntem ayrımında olduğu gibi ister doğru olsun ister yanlış salt ikna etmek anlamında hatabîlik ile kesin bilgiyi muhataba gerektiği şekilde iletme anlamında hatabî isti'mâl birbirinden farklı ise, hatâbe ile ilgili mantıksal (kıyas türü) ve gramatik (dil kuralı ve anlatım yöntemi) şeklin-

de bir ayrıma gitmek dinî ifadelerin bu sanat kapsamında değerlendirilmesini mümkün kılmak açısından gereklidir. Bu manada, dinî ifadelerin hem burhanîlik yönünden ontolojik hüviyetini korumak hem de iletmek istediği mesajların muhataba aktarımını sağlıklı bir şekilde tesis etmek açısından “Hatâbe, akıl yürütme olarak sadece bir kıyas mıdır yoksa gerektiğinde örtük tasımı ve örnekleri de araç olarak kullanan anlatım yöntemi olarak bir sanat mıdır?” sorusunun cevabı ehemmiyet arz eder. Bu cevap, aynı zamanda yukarıda zikredilen dinî düşüncenin durağan olup olmadığı meselesini de dolaylı yönden çözüme kavuşturur.

### 3. Dinî İfadeler Açısından Retorik ile İlgili Sorun Alanı: Mantık Literatüründe Hatabî Kıyas

Metafizik konuların muhataba aktarılmasında insanlar arasındaki bilişsel ve düşünsel farklılıklar göz önünde bulundurularak din dilinin mecaz ve analogi yöntemlerini kullandığı doğrudur. Hatta bazı durumlarda hatabî dilin kullanımını burhanî dilin kullanımından daha öncelikli ve ehemmiyetli olabilir. Zira düşünen varlık olarak insanın her zaman tek başına burhanî bilgiye ulaşması ve onu elde etmesi mümkün olmayabilir (Pehlivan, 2015, 42). Dolayısıyla burhanî söylem dışında hatabî söylem gibi farklı dil imkânlarının dinî metinlerde kullanıldığı görülür. Fehrullah Terkan’ın Allah’ın varlığının anlatılması konusunda ortaya koyduğu tespitler bu hususu destekler:

Dinî metnin söylemlerini hakikatin burhanî öğretileri olarak görmemek, hem Allah’ın mükemmel varlık teorisi çerçevesinde insanî-söylemin getireceği zorluklara maruz kalmamasına ve hem de aynı tanrının insanlarla ve tarihle olan bağının muhafaza edilmesine imkân verecektir. Ancak bu, felsefenin tanrısının dindeki anlamıyla insanla doğrudan ilişkisinin kaybolması pahasına kabul edilebilir. Yani inananlar, dinin amaçları doğrultusunda rehberlik edecek ve onu yönlendirecek bir ‘faal’ tanrıya inanırlar; bunda hiçbir sakınca yoktur. Fakat aslında o tanrı, hakikatte, dinî metinlerde bahsedilen bazı sıfat ve özelliklerden münezze olarak algılanabilir (Terkan, 2007, 246).

Terkan’ın açıklamaları dinî metnin söylemleri açısından hatabî dilin gerekli olduğuna yönelik anlamlı bir alan açsa da bu yaklaşım din dilinin vermek istediği mesajın mantık literatürü içerisindeki anlamıyla hatabî seviyede değerlendirilmesini her zaman ve her durumda gerekli kılmayabilir. Zira hatabî söylem, literatürde kesinlik ifade eden burhanın aksine zanna karşılık gelir ve genelde kıyasın en zayıf halkası olan örtük tasımla kendini ifade eder. Ancak hakikatin mecazi ifadesi olarak değerlendirilen din dilinin zanna dayalı olması ise -en azından inananlar açısından- mümkün değildir. Çünkü hakikat ile zan

birbirinin mukabilidir. Bu çerçevede hatâbe bir kıyas olarak dinî ifadelerin anlaşılmasında sorunlu bir alana tekabül eder. Hatâbenin tasım mahiyetiyle dinî metinlerin anlaşılmasında bir sorun alanı olduğuna yönelik şu maddeleri sıralamak mümkündür:

(i) Şayet hatâbe salt mantık disiplini çerçevesinde bir retorik olarak filozofların -özellikle de Platon'un- bu kavrama yüklediği burhan karşıtlığı üzerinden değerlendirmeye tabi tutulursa bu manada dinî metinlere yüklenen hatabilik keyfiyeti üzerinden makul bir mesafe kat etmenin imkânı yoktur. Çünkü ister doğru olsun ister yanlış sözün gücüyle muhatabı ikna etmeye yönelik olan retorik düşünsel bir miyasy olmadığı gibi, bu kıyas, bir şeyin aynı anda ispatına ve nefyine imkân vermesinden dolayı rölativizmi de içerisinde barındırır. *Gorgias Diyalogu*'nda Sokrates ile Gorgias arasında geçen konuşmada Sokrates'in "Retorik doğru ile yanlış üstüne bilgi veren bir ikna etme sanatı değil, inandırmaya dayalı bir ikna etme sanatıdır. Öyle değil mi?" sorusuna ünlü retorik ustası Gorgias'ın "evet" şeklinde cevap vermesi, hatta toplum önünde hatip ile hekimden biri hekim olarak seçilecekse hatibin hekimi alt edip ikna yöntemiyle kendisini seçtirebileceğini söylemesi, buna örnek verilebilir (Platon, 2017, 455a, 456c). Gorgias'ın Sokrates'e verdiği cevap, hatabî söylemin bilgiyi ve bilgilendirmeyi esas almaksızın ayrıca doğru ve yanlış değer vermeksizin salt inandırmaya ve ikna etmeye dayalı bir sanat olduğunu gösterir. Dinî ifadelerin de inandırma ve ikna etmeye dönük bir hususiyeti vardır; ama bu ifadeler, marufun dışında bir şeye inandırmaz ve ikna etmez. Ayrıca hatabî kıyas kesinlik açısından şiir ile birlikte düşünsel evrelerin en alt seviyesine tekabül ettiğinden bu durumun, tefekkürü insanlığın nihai zirvesi olarak gösteren din dilini olumsuz anlamda etkilemesi kaçınılmaz olur.<sup>14</sup>

(ii) Hatabî kıyas mantık disiplini içerisinde zan ifade eden; hatta cedelden de aşağı zan ifade eden bir söylem biçimine karşılık gelir. Örneğin Fârâbî *İhsa*'da şu ifadelere yer verir:

Hatâbî sözler, insanı herhangi bir fikre ikna etmek için kullanılan ve zihni kendine söylenen şeyler ile sükûnet bulmağa ve ister daha zayıf, ister daha kuvvetli olsun, herhangi bir şekilde o fikri kabul ve tasdik etmeğe meylettiren sözlerdir. Çünkü iknaya yönelik tasdikler (et-tasdikât-ül-iknâiye) kuvvetli zandan daha aşağıdır ve bunlar birbirlerinden daha üstün olabilir (Fârâbî, 1959, 82, 83).

Fârâbî'nin ifadelerinde de görüldüğü üzere hatabî sözler zihni sükûnete erdirmek ve bir fikri kabul ettirmek için ortaya konan ifadelerdir. En önemlisi de bu sözler kuvvetli zan ifade eden cedelden aşağı bir konumda bulunur. Bu manada hatâbede kullanılan kanıtlamaların kesinliği yoktur ve dolayısıyla bu kanıtlamalar bir hakikat sunmaz (Durhan, 2018, 757).

14 Bu bakış açısıyla dinî toplum katmanı da herhangi bir ayırım gözetmeksizin zihni seviye açısından aşağı katmanda değerlendirilebilir.

Öte yandan hatabî kıyasın öncüllerinin mahmûdât, makbûlât ve maznûnât sınıfında yer alan zannî mukaddemâttan oluşması bu kıyasın kesin bilgi ortaya koymadığına ve burhana dayanmadığına işaret eder (Fârâbî, 2012, 2; İbn Sina, 2013, 110/25b; İbn Sina, 1954, 7). Örneğin makbûlât çerçevesinde değerlendirilen öncüller bir otorite veya toplum nezdinde kabul görmüş saygın kişi(ler) tarafından güvenilirliğe bağlı olarak ortaya konan ve “başkasından doğru kabul edilen öncüller”dir. Aristoteles, *Retorik* kitabında “eski tanıklar” üzerinden Homeros gibi otorite şair ve düşünürlerin aktarımlarının bu minvalde değerlendirilebileceğini belirtir (Aristoteles, 2020, 1375b-30, 1376a-15). İslam felsefesi kanadında ise, bu otoriteye peygamberler de dâhil edilir, nebî ve resullerin söylediği sözler makbûlât sınıfında değerlendirilir (Baba, 2018, 80, 81; Coşkun, 2010, 135). Son dönem mantıkçılardan Mehmed Halis, *Mizânü’l-Ehzân* adlı eserinde makbûlâtı şu şekilde tarif eder:

Mu’cizât ve kerâmet gibi emr-i semâvî sebebiyle kendisine i’tikad ve hüsn-zan olunan enbiyâ ve evliyâdan veyahut mezîd-i ilm ve dîn ve takvâsının i’timâd olunan ulemâ ve sulehâdan me’hûz olan kaziyyelerdir (Halis, t.y., 171).

Metinde geçen makbûlâta yönelik bu yaklaşım, Aristoteles’te “erken tanıklar”la başlayan retoriksel kabul değerlendirmesinin İslam felsefesi kanadında gelinen son nokta itibariyle tamamen dinî hüviyete dönüştüğünü ve “tanıklar”ın şeriat getiren enbiyâ, keramet sahibi evliyâ, din ve takvasına itimat olunan ulemâ ve sulehâdan oluştuğunu gösterir. Ancak makbûlât, hatabî kıyasın bir alt terimi olarak dinî otoriteye sahip kişilerin görüşlerini olumlayan bir anlam içeriğine sahip olsa da bu kıyasın genel sınıflamasının zanniyât olması, ayrıca bilgilerin tasdik derecelerinin tanıkların itibar durumuna göre güçlü veya zayıf olarak değişkenlik arz etmesi ve kesinlik talebinde kullanılmasının muğalata ve galad olarak kabul görmesi makbûlâtın da bu kapsamda değerlendirilmesine imkân tanır (Fârâbî, 2012, 2; İbn Sina, 2015, 98; İbn Rüşd, 2015, 190). Zira böyle bir yaklaşım Terkan’ın da vurguladığı gibi dinî ifadeleri kusurlu hâle getirir.

Filozoflara göre dinî nassın öğretileri öz olarak bizzat hakikati anlatan burhanî bir dil kullanmadığı için nassa dayalı öncüllerin doğrudan epistemolojik bir kusurla malul olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Bu durum ise dinî öğretilerin kaynaklık ettiği öncüllerin kullanıldığı argümanları daha baştan sorunlu kılmaktadır. Netice itibariyle böyle bir yapıya sahip cedeli argümanların yakın öğretmesi beklenemez; onları kullanan mütekellimler de insanları hakikatin bilgisine ulaştırmaktan acizdirler (Terkan, 2007, 214).

Ayrıca hatâbedeki öncüllerin doğruluğunun dayanağının söz sahibine duyulan güven olması, elde edilen sonucun güvenilirliğinin burhan ve cedele göre daha düşük seviyede olduğunu gösterir (Tanrıverdi, Kar, 2020, 50). Bu da dinî ifadelerin mantık terimleri açısından mutlaklığını ortadan kaldırır.



(iii) Hatabî kıyas içerisinde yer alan ve iki şey arasındaki benzerliğe dayanarak birisi için verilen bir hükmü diğeri için de vermek anlamına gelen temsil/analoji, iki tekil öncülün müşterekliği üzerinden sonuç elde edilen bir akıl yürütmedir. Yapısı itibariyle tekilden tekile çıkarımlarda bulunan analogide öncüllerin doğruluğu sonucun doğruluğu için bir imkân tanısı da zorunluluk ifade etmez. Dolayısıyla analogide elde edilen hüküm/sonuç ihtimalîdir/olasıdır ve nihayetinde güvenilir bir ispatlama değildir (İmamoğlu, 2018: 148, 152). Bu minvalde İbn Sina, hitâbet ve şiir sanatları mevzularının cüz'iyat olması sebebiyle küllî-nazarî hususlarda fayda sağlamalarının mümkün olmadığını, hatta konusu tikel olan şeylerin tümel şeylere taşınması durumunda tümel olan şeylerin daha da karmaşık hâle geldiğini söyler (İbn Sina, 2015, 6/I.11).<sup>15</sup> Dolayısıyla yüklenen yüklenildiğinin kimisinde bulunup kimisinde bulunmadığından tikel mevzulardan tümel-kuramsal nazariyelerin üretilmesi mümkün olmadığı gibi bu yöntemde üretilen sonuçların geçici, dolayısıyla da ispat açısından işlevsiz olduğu anlaşılır (Aristoteles, 2018, 20; Fârâbî, 2012, 6; İbn Rüşd, 2015, 187, 188). Ayrıca, hatâbenin zıt kıyaslara imkân tanınması,<sup>16</sup> belirli bir zaman dilimi içerisinde geçerli olan mümkünleri konu edinmesi, çıkarımlarının kesin sonuç bildirmemesi, soyuttan ziyade somuta yönelik olması gibi hususlar bu kıyasın burhan karşısında zayıf yönlerine işaret eder (Coşkun, 2011, 87; Durhan, 2018, 761).

O hâlde dinî ifadeleri mantık disiplini içerisinde hatâbeye yüklenen mezkûr teknik anlamlar çerçevesinde ele almak birçok açmazı ve dinî metinlerin burhan ifade etmediğine yönelik birçok soruyu beraberinde getirir.<sup>17</sup> Dolayısıyla öncüllerinin maddesi ve formu açısından kıyas sanatları çerçevesinde bir tasım olarak değerlendirilen hatâbenin bu anlamlar üzerinden değerlendirildiğinde dinî me-

15 Burada İbn Sina zaviyesinden şu hususlara vurgu yapmak yerinde olacaktır. İbn Sina'ya göre, "Tümel hakkında olumlu veya olumsuz bir hükmün varlığı bilfiil bilindiğinde, bu bilgi kıyas yoluyla onun altında değerlendirilen tikelin bilkuve bilgisidir. Tikel hakkında olumlu ve olumsuz bir hükmün varlığı bilindiğinde, eğer bilinen, tikellerin bir kısmı hakkında bir hüküm ise bu bilgi onun üstündeki tümel hakkında bilkuve bir zandır. Bu eksik tümevarımla elde edilir. Eğer bilinen, bütün tikelleri kuşatan bir hüküm ise, tikel hakkındaki söz konusu hükmün bilgisi, tikelin üstündeki tümelin bilkuve bilgisidir. Bu da tam tümevarımla elde edilir. Tikel hakkında bir hükmün varlığı bilindiğinde bu, onunla anlam ortaklığına sahip başka bir tikelin de böyle olduğuna dair bilkuve zandır. Bu da temsil (analoji) ile elde edilir" (İbn Sina, 2015, 11).

16 Burhan dışındaki diğer sanatlarda geçerli olan bir durum. Bu bağlamda, kesin/yakini bilginin şeyin yok olmasıyla veya karşıtı nedeniyle ortadan kalkmasının mümkün olmadığını vurgulamak gerekir (Fârâbî, 2019, 68, 71).

17 Bu kapsamda dinî ifadelerin bütünüyle hatabî karakter taşımadığını söylemek mümkündür (Tokat, 2004, 81). Terkan, Fârâbî açısından dinin önermeleriyle felsefenin önermeleri arasında bir çatışma olmadığını ifade eder. (Terkan, 2007, 46). Kur'an'da suğrâ, kübrâ ve netice şeklinde üçlü kıyas formları bulunmasa da bazı ayetlerden üçlü formun ve kıyas şekillerinin resmedildiğine dair çıkarımlarda bulunmak mümkündür. Konuyla ilgili bk. (Çağıl, 2014, 1-46).

tinlerin sübût ve muhkemlik açısından ontik hüviyetini tartışmalı hâle getirdiği görülür. Bu kapsamda hatâbeyi hem dinî ifadelerin aşkınlığını hem de toplum nezdinde anlam ve değer yönünden içkinliğini koruyacak şekilde felsefi boyutuyla başka bir zaviyeden değerlendirmek önem arz eder. Bu değerlendirme, her seviyede insana hitap eden din dili ile bu dilin cumhura aktarımının bir aracı olan hatâbe sanatı arasındaki münasebeti doğru bir zeminde tesis etmek açısından gereklidir.

#### 4. Dinî İfadeler Açısından Retorik ile İlgili Çözüm Alanı: Bir Tahyîl ve Misal Olarak Hatabî Sanat

Hatabî söylem, burhanın bir misali yahut tahyîl ile hakikatin semboller düzeyinde aktarılmasına yönelik bir anlatım yöntemi/sanat olarak kabul edildiğinde, bu söylem epistemik açıdan müspet anlamda değerlendirilebilir ve dinî metinlerin aktarımında bir imkâna dönüşebilir. Nitekim Fârâbî, İbn Sina ve İbn Rüşd bu anlam itibarıyla hatabî söylem hakkında olumsal anlamda yönü burhana dönük birçok argüman geliştirmiş, zanniyât yönünden cedel ve safsatadan ziyade burhanî olanı temsil eden bu söylem çerçevesinde toplumsal epistemik seviyeleri göz önünde bulundurarak din dilinin sembolik anlam içermesinin gerekliliğine vurgu yapmışlardır. Bu kapsamda Fârâbî, konuyu felsefe mille bağlamında ele alır ve sahih millenin hatabî ifade biçimlerinin burhanın/felsefenin bir yansıması olduğunu belirtir.<sup>18</sup> Zira mille burhana dayanmadığında sahih mille olma özelliğini kaybeder (Deniz, 2016, 69).<sup>19</sup> İbn Sina, hatâbenin bir iletişim biçimi olarak şeriat dallarında önemini vurgularken İbn Rüşd, konuyu bütünüyle dinî bir muhteviyat içerisinde değerlendirir, şeriat metinlerinin özünde burhan ifade ettiğini söyler. Her üç filozofun ortak noktası ise hatâbeye bir iletişim yöntemi olarak olumlu alan açmalarıdır. Fârâbî, İbn Sina ve İbn Rüşd'ün değerlendirmeleri şu şekildedir:

(i) Fârâbî'ye göre hatâbe, iknada herkes için müşterek yolları kullanır. Zira hatâbenin konu sınırı olmaksızın her şey hakkında cumhurun tamamını ikna etme gücü ve kudreti vardır. Hatâbenin konu sınırının olmaması, onun sadece pratik/amelî alana yönelik sanatlarda değil, nazarî alana ait sanatlarda da kullanımına imkân tanır. Fârâbî bu konuda şöyle söyler:

Hatâbenin ikna oluşturmaya yönelik özel bir konusu yoktur; bilakis o, her cinsten şey hakkında ikna oluşturur. Aynı şekilde hatâbenin konumu, mümkün

18 Fârâbî'de sahih mille, felsefede ortaya konan hakikatin cedel ve hatabî yöntemlerden biriyle yani sembolik bir dil ile halka öğretilmesidir. Dolayısıyla mille, felsefede makul ve burhanî olarak verilen şeyin mütehayyel yani somutlaştırılmış bir şekilde hatabî söylemle açıklanmasıdır (Haklı, 2004, 313).

19 Fârâbî'ye göre, felsefe milleyi önceleler (Fârâbî, 2015, 190-196).

olan şeylerde zan yoluyla zan, zaruri olan şeylerde ise yakîn yoluyla zan olmasıdır. Diğer sanatlar ise yakîn değil, bütünüyle zan olan şeylerden oluşmaktadır (Fârâbî, 2019, 75, 76).

Aristoteles'in yukarıda belirtilen görüşleriyle benzerlik teşkil eden Fârâbî'nin bu yaklaşımı hatâbeye önemli olumsal bir alan açar ve onu salt zannî olma konumundan uzaklaştırır. Buna göre hatâbe, hem zorunlu hem mümkün dönmeye itibariyle burhan dışındaki salt zan ifade eden diğer kıyas sanatlarından ayrılır. Onun, sadece zan değil yakîni de kapsamı nedeniyle kendisine özgü bir konumu bulunur. Bu da hatâbeyi burhana yakınlaştırır, hatta mahiyet itibariyle burhana eşdeğer kılar.

(ii) İbn Sina da hatâbenin insan yönetiminde, şeriat dallarında, övme ve yeme gibi birçok alanda yararlı olduğunu belirtir, özellikle bu sanatın evvelî (ilksel) ve meşhûrattan olan öncüllerin kullanılmasında faydalı olduğunu söyler (İbn Sina, 2013, 110/25b; İbn Sina, 1954, 6). İbn Sina'ya göre, hatâbe sağladığı bilgi değeri açısından cedelden sonra gelse de yararı bakımından burhan ile birlikte değerlendirilir. Zira hatâbe, burhan ile ulaşılamayan halk kitlelerine erişmede önemli bir fonksiyon icra eder (İbn Sina, 1954, 7, 8; Coşkun, 2011, 83). İbn Sina'nın bu yaklaşımı Fârâbî'de olduğu gibi hatâbeyi teknik hatabî kıyasın ötesine taşır, doğruluk temelinde ona anlamlı olumsal bir alan açar.

(iii) İbn Rüşd ise *Faslu'l-makâl*'de konuyu teorik bir zeminde temellendirmek ve dinî metinleri bu temel üzerinden ikame etmek suretiyle Fârâbî ve İbn Sina'nın yaklaşımlarını daha ileri bir boyuta taşır. Bu yaklaşım, esasında hatâbe çerçevesinde değerlendirilen dinî ifadelerin burhanî keyfiyet taşımasa da burhanî düzeyde anlaşılması gerektiğini ortaya koyar.

Şeriatın var olanlara akıl (vasıtasıyla) bakmayı ve değerlendirmeyi vâcib kıldığı ayrıca değerlendirmesinin de; bilinenden bilinmeyi çıkarmaktan öte bir şey olmadığı kesinleştiğine göre -ki bu, ya bir kıyastır veya bir kıyasla yapılır- bizim var olanlara akli kıyasla bakmamız vâcibtir. Şeriatın da'vet ve teşvik ettiği bu bakış tarzı; kıyas türlerinin en mükemmeli ile (yapılan) en mükemmel bakış tarzı olduğu açıktır ki bu, "burhan" adı verilendir (İbn Rüşd, 1999, 65, 66).

İbn Rüşd'e göre dinin buyrukları akli kıyası vacip ve zorunlu görüyorsa bu yöntemden vazgeçilmemesi, burhan ile bilinmesi gerekenlerin ispata dayalı kıyasla bilinmesi gerekir. Ancak tasdik konusunda insanların tabiatlarının birbirinden üstünlük ve farklılık göstermesi sebebiyle kimileri burhan, kimileri cedel kimileri de hatabî yollarla tasdikte bulunur. Esasında bu yol, en-Nahl suresinde geçen "*Rabbinin yoluna hikmetle (burhan) ve güzel öğütle (hatâbe) davet et. Onlarla en güzel şekilde tartış (cedel)*" (en-Nahl, 16/125) ayetiyle de uyum arz eder (İbn Rüşd, 1999, 74, 75).

İbn Rüşd'ün bu konuda en önemli vurgusu, hakikatin hakikate zıt olmamasıdır. Ona göre, hakikat olan burhanî nazar ile hakikat olan şeriat metinleri birbirine aykırı olamaz; hatta birbirini destekler. Ancak burhanî nazarın hakikat konumuyula şeriat metinlerinin hakikat konumu birbirinden farklıdır. Burhanî nazar doğru öncüller üzerinden hakikat ifade ederken şeriat metinleri hatabiyât üzerinden hakikat ifade eder. İbn Rüşd zaviyesinden tevil de burada ortaya çıkar. Bu manada tevil, bir tefsir disiplini literatürü kavramı ve istilâhî anlamıyla Kur'an ifadelerinin akli yorumlama biçimi olmaktan ziyade mantık-felsefe literatürü kapsamında değerlendirilmesi gereken bir terimdir ve amacı da burhana aykırı gibi görünen ifadeyi burhanî boyuta dönüştürmektir. İbn Rüşd şöyle söyler:

Şayet şeriat herhangi bir konu hakkında konuşmuşsa; konuşulanın zahiri ya o konuda burhanın gösterdiğine uygun veya aykırı olacaktır. Eğer muvafık ise; burada söylenecek bir söz yoktur. Eğer aykırı ise; burada onun te'vili araştırılır (İbn Rüşd, 1999, 76).

İbn Rüşd'ün bu ifadelerinden şeriat metninin muhatabın zihni seviyesi gereği zahirde burhana aykırı ifadeler kullandığı anlaşılır. Bu durum, esasında şeriat metninin özü itibariyle burhana aykırılık teşkil etmesinden ziyade muhatapların burhana akıl erdirmeye uygun istidatlarının bulunmadığından kaynaklanır. İbn Rüşd'ün şeriat metninin burhana aykırılık teşkil etmesinde tevilin araştırılmasına yönelik önerisi bu hususu teyit eder. Dolayısıyla tevil, hatabî olanın burhana evrilmesi, ya da hitabın umûmîden husûsîye dönüştürülmesidir.<sup>20</sup> Esasında şeriat metni cumhura hitap etmesi yönüyle literal olarak hatabî, seçkinlere hitap etmesi yönüyle de mecazî olarak burhanîdir. Bu durum, aynı zamanda dinî metinlerin burhanî içerik ve hatabî formuyla havassa burhan, avama ise hatâbe ile muhatap olduğunu gösterir. Buna göre, hukemânın hatabî formula gelen dinî ifadeleri akli ve burhanî yönden temellendirmesi gerekir (Deniz, 2016, 71). O hâlde kıyas ve sanat olması bakımından hatâbe ile ilgili ortaya konan yaklaşımlardan hareketle şu değerlendirmeleri yapmak mümkündür.

(i) Zihinsel ve amelî alana yönelik ilahî mesajlar içeren dinî ifadelerin bir ifade biçimi olması sebebiyle kıyas sanatları içerisinde değerlendirilmesi bir gereklilik olsa da söz konusu ifadelerin salt hatabî söylem gibi tek bir kıyas sanatı altında incelenmesi ya din dilini sınırlandırmak ya da bu sanata yüklenen olumlu ve olumsuz anlamları din diline yüklemek olur. O hâlde yapılması gereken ya ifadenin hatâbe olmasıyla mesajın içeriğinin burhanî nitelik taşımasını birbirinden ayırt etmek ya da hatâbeye yüklenen anlamı filozofların bahsi geçtiği şekilde burhana alan açacak ve burhanla ilişkilendirecek şekilde değerlendirmektir.

20 Haklı, Fârâbî ile İbn Rüşd'de tevil konusunda şöyle bir ayrıma gider. Her ikisinde de tevil vardır. Ancak Fârâbî'de tevil felsefenin sembolleşmiş biçimi olan dinî ifadeyi aslına döndürmek iken İbn Rüşd'de akla uydurmaktır (Haklı, 2004, 304). Bu ayrım tartışmaya açıktır.

(ii) Bu bağlamda hatâbeyi hem özsel hatabî konumuyla hem de burhanla ilişkilendirecek şekilde bir formülasyona tabi tutarak ve İbn Sina'nın *Kitâbü'l-hatâbe*'de -kavramsal boyutta olmasa da- ortaya koyduğu el-muhâtabatü'l-burhâniyye ve el-muhâtabatü'l-hatâbiyye ayırımından ilham alarak gramatik bir yapı içerisinde taksim etmek en tutarlı yoldur (İbn Sina, 1954, 5). Bildirişim açısından iki tür hatâbenin olduğu söylenebilir: Hatab-ı burhanî (felsefî retorik) ve hatab-ı hatabî (salt retorik). Hatab-ı burhânî, burhan ifade eden bilgilerin etkide bulunması için hatabî seviye ve bilişsel talep çerçevesinde muhataba aktarılmasını gerekli kılarken yanı sıra bu ifadelerin mahiyeti itibariyle özünde uslamlamaya dayalı hakikat ve kesin bilgi olduğunu ortaya koyar ve felsefî kanıtın farklı aklı seviyelere iletilmesini sağlar. Hatâbe, söylem itibariyle zan formunda olsa da hatibin yahut anlatının içeriğinin gücüyle muhatap nezdinde yakini bir anlam kazandırır ve onu üst bir konuma yükseltir (Ebû Zehra, 1980, 29).

Esasında burhanın hatâbe formu ile ifade edilmesinde temel mesele, kesin bilginin bilgi olması bakımından özsel varlığından ziyade muhatabın bu bilgiyi zihnî istidadı çerçevesinde alımlamaya dönük bilişsel varlığıdır. Bu yönüyle burhanın, içeriği kesinlik olan salt burhanî kıyasla muhakkak ifadesi ahali nezdinde onu zanna dönüştürme ihtimalini bünyesinde taşıırken, içeriği zan olan hatabî sanatla muhayyel ifadesi de onu gerçek hakikî konumuna ulaştırmaya imkân tanır. Başka bir ifadeyle burhan, cumhur nezdinde ispat üzerinden zan, hatâbe üzerinden hakikat ifade edebilir. Burada muhatabın epistemik durumu ve bu epistemik durum üzerinden ifadeyi kendi nefsinde kesinlik-zan ekseninde vaz' etmesi önem arz eder.

Yine hatâbede bilgiyi kesinliğine veya hakikat yönüne zarar vermeden muhataba aktarmak en temel amaçtır. Bu bakımdan yukarıda belirtildiği gibi, dinî ifadelerde hatâbe formunun kullanılması, ifade edenin ifade etme yetersizliğinden yahut ifadenin kusurluk taşımasından değil; tam aksine o ifadeyi içselleştirecek yetkinliğe güç yetiremeyen muhatabın düşünsel yetersizliğinden kaynaklanır. Zira söz konusu ifadelerin mahiyetleri itibariyle burhanın en üst düzeyinde ifadesine imkân vardır; ancak hukemâ dışında muhatabın zihnî konumu buna izin vermez. Nitekim Fârâbî, kabul edilmesi zorunlu öncüllerin muhatap nezdinde küçümsenmesi durumunda daha alt düzeyde vaz' edilmiş asıllar (hipotezler) yahut meşhur ve kabul edilen ilkeler üzerinden hitap edilmesinin gerekli olduğunu vurgular (Fârâbî, 2012, 59, 61, 63).<sup>21</sup> Aristoteles'in muhatabın bilişsel düzey açısından ispatı zanna çevirmesinin imkân dâhilinde olduğunu ima ederek tam ve kesin bilgi olan burhanın, hatabî bir üslupla aktarılmasının kaçınılmaz olduğunu söylemesi bu hususu teyit eder.

21 Fârâbî'ye göre öğretimin ilkeleri dörttür. Bunlar, kesin/yakini, tanım/had, vaz' edilmiş asıllar ve musâdere. Vaz', kabulü kesin olan öncüller ile tanımların dışında olanları kapsar (Fârâbî, 2012, 61, 63).

En tam bilgiye sahip olmak bile, bazı dinleyiciler önünde söylediğimiz şeylere inanılmasını kolaylaştırmayacaktır. Çünkü bilgiye dayalı kanıt öğrenim gerektirir ve bir şey öğretilmeyecek kişiler de vardır. Bu durumda burada, inandırma ve kanıtlanma tarzı olarak halktan bir dinleyici kitlesini nasıl yönlendireceğimizi tartışırken *Topika*'da gözlemlediğimiz gibi herkesin bildiği kavramları kullanmamız gerekir (Aristoteles, 2020, 1355a-25).

Bu öneri, yukarıda zikredilen bilginin kesinlik açısından bizatihi kendi epistemik değerinin muhatabın ona yüklediği değerden farklı olabileceğini gösterir. Fârâbî'nin ayrıca iknaya dayalı örtük kıyasın inad mevzi konumunda muknî, inad mevzi olmadığı durumlarda ise yakînî olduğunu belirtmesi başka bir açıdan bu hususu destekler (Fârâbî, 2019, 88). Bu açıklamalardan hareketle bilginin a) sırf bilgi olması açısından b) muhatabın konumu/duruşu ve ona yüklediği anlam açısından iki tür epistemolojik değerinin olduğu ve c) ifadeyi burhânîliğin gerektirdiği sınırlardan kurtararak bütün mümkün okumalara imkân veren hatâbe formunun bizatihi bilginin kendisi itibariyle değil muhataba yönelik olması itibariyle oluştuğu ve ona geniş/derin bir anlama alanı açtığı anlaşılmaktadır.

Bu yönüyle mesajdan yoksunluğun ifadesi olan salt retoriğin aksine muhataba nezdinde bilinmesi gerekeni alımlamaya ve açıklamaya imkân tanıyan hatâbe, her zaman ve her durumda kapalılığı bünyesinde barındıran burhanı, bilinen kelime ve kavramlar üzerinden beyan ederek var olan müphemliği ortadan kaldırır. Hatâbe, bu kullanım biçimiyle tam bilgiye sahip olmayı ifade etmek açısından burhana (soyuta dönük), burhan da temsil ve tahyil cihetiyle retoriğe (somuta dönük) yaklaşır. Biçim olarak hatâbe ve içerik olarak burhanın birleşiminden oluşan hatab-ı burhanî de ispat ve doğruluk temeli üzerinden kapalı olan hakikati izhar etmeye yönelik soyut ve somutu içkin bir söylem biçimini ifade eder. Burada burhan, dinleyiciye alan bırakmaksızın kendi bilgisel değerinden ödün vermezken, hatâbe de burhanın kapalılığını insanlardan esirgemez, bu bilgiyi onlara açar. Felsefî retorik bu şekilde gerçekleşir.

Buna mukabil mantık literatüründeki konumuyla bütünüyle zannî bilgileri ihtiva eden hatab-ı hatabî ise her zaman ve her durumda hakikati beyan etmeye yönelik bir amaç taşımayabilir. Hatta hatab-ı hatabî, esas itibariyle “retorik yapmak” bağlamında hakikati örtmeye yönelik bir söylem biçimi olarak değerlendirilebilir. Şimdi dinî içerikli medyatik dil buradan hareketle değerlendirmeye tabi tutulabilir: Bu dil hakikati açan hatab-ı burhanî midir yoksa hakikati örten hatab-ı hatabî mi?

## 5. Hakikati Açmak ve Örtmek Bağlamında Dinî İçerikli Medyatik Dil

İnsan toplumsal bir varlıktır; bir arada yaşar. Toplumu sağlıklı bir şekilde bir arada tutmak felsefî yahut dinî dizgede tesis edilen yasaları ve toplumsal kuralları toplum fertlerine aktarmak ve onları müesses nizama riayetlerini sağlamakla mümkündür. İnsanlar arasında geçmişten bugüne bilinmeyen biliniyor, vuku bulan haberlerin iletilmesi ve eğitim öğretim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde farklı yöntemler ve bu yöntemlerin gereği çeşitli aygıtlar kullanılmıştır. Günümüzde ise medya, erişim kolaylığı itibariyle iletişim ve bilgilendirme araçlarından en etkinidir.

Medyayı anlık etkileşimli ve anlık etkileşimsiz şeklinde iki sınıfta değerlendirmek mümkündür: Kişiyi hem kaynak hem de alıcı olma konusunda fırsat sunan anlık etkileşimliye sosyal medya; sadece alıcı olmaya imkân tanıyan anlık etkileşimsiz olana ise radyo, televizyon, gazete vb. görsel ve yazınsal medya örnek verilebilir. Medya dili özellikle de anlık etkileşimsiz medya dili<sup>22</sup> en bariz özelliği ile hatabî söylemi esas alan toplumun her bir ferdine açık kamuya ait bir dildir. Kimi durumlarda kişiye özel tasarımlansa da medyaya yansıyan her bir konu o kişiye mahsus olmaktan çıkar, topluma özgü olur. Bu yönüyle medya, içeriği ve yapısal özelliği itibariyle toplumla bütünleşiktir. Toplumla bütünleşik olması, onun bir iletişim ve bilgilendirme aracı olmasının dışında, doğru olup olmadığına bakılmaksızın insanları istenilen doğrultuda yönlendiren politik bir aygıt olarak kullanılmasına, dolayısıyla da retorikleşmesine -özellikle sofistیک anlamda retorikleşmesine- kapı aralar. Bu bağlamda retorik, medya için bir gereksinimdir medya da retorik için. -Sofistik- retorığın dozu arttıkça medyanın gücü, medyanın gücü arttıkça da retorığın dozu artar. Hatibin ve dinleyicinin/izleyicinin coşkusu buna fırsat verir. Dolayısıyla hatabî söylem, muhatapla iletişim bağlamında güçlü ve zayıf yönleri olması itibariyle diğer söylemlerden ayrılır. Onun güçlü yanı tüm toplum katmanlarına ulaşmaya, zayıf yönü de aşırı retorikleşmeye olanak sağlamasıdır.<sup>23</sup> Hem sosyal hem de yazınsal ve görsel medyada muhatap salt ikna etmeye dönük bu minvalde yayınların olması politik -sofistik retorik- yönlendirme ilişkisini destekler.

Zikri geçen olumsuz yönlerin dışında teknolojik mekanizmaların bir unsuru olması sebebiyle medyanın, özellikle de görsel medyanın dinî hususları bütün yönleriyle içselleştirecek ve yaşamda etkin kılacak şekilde ne kadar ileteceği ve tesir edeceği ayrı bir tartışma konusu olmakla birlikte günümüzde medya, dinî anlatıların hatâbe yöntemiyle muhataba aktarımın-

22 Çalışma bağlamında etkileşimsiz medya dili değerlendirmeye tabi tutulmaktadır.

23 Esasında hatabî burhanî hatâbenin güçlü ve zayıf yönlerini dengeleyen bir keyfiyete sahiptir.

da vazgeçilmez araçsal bir konuma sahiptir. Ancak medya dolayımında elde edilen bu araçsal konum, hatabî söylemin ilk etapta anlaşılmasız olan hakikati muhatabın hatalı muhakeme yapmasına sebep olacak hurafe ve batıl inanç safsatalarıyla tahrif etmesine fırsat vermemeli; tam aksine dinî metinlerde görüldüğü üzere anlaşılabilir temsil ve örneklendirme ifadeleriyle hakikati açıklamasına imkân sağlamalıdır. Zira amaç olan burhandır. Bu bağlamda hatabî söylemde ehemmiyet arz eden husus, bu söylemin hakikate mi yoksa mecaza mı hizmet edeceği konusudur. Çünkü hatabî söylem çerçevesinde ortaya konan dinî hitabet, burhanî felsefenin bir yansıması olacağı gibi sofistifik felsefenin bir yansıması da olabilir (Tokat, 2004, 70). Buna göre, şayet hatabî anlatılar (örneğin, menkıbeler, hikâyeler hatta masallar) hakikatin semboller düzeyinde açılımına katkı sağlamanın aksine sahte ve batıl inançların mevzi kazanmasına imkân veriyorsa söz konusu anlatıların felsefi retorik açısından bir anlamı olmadığı gibi bu anlatılar “sofistik” niteliği ile malul olur, hakikati açmak yerine örter.

Öte yandan muhatapla iletişimde burhanı dikkate almaksızın salt hatabî/retorik seviyede kalmak iki sorunla karşılaşmayı mümkün kılar: Birincisi, cumhurun kullandığı kavramlar üzerinden sembolize edilen söylemin muhatap nezdinde hakikat olarak kabul görüp bütünüyle zahiri/literal boyutuyla anlaşılması; ikincisi de muhatabın düşünsel seviyesinde durağanlık oluşturmalarıdır. İfadenin mecaza kapalı zahiri boyutuyla anlaşılması muhatabın iletilmek istenen temel mesajdan yoksun kalmasına, zihinsel durağanlık da manipülatif anlatılardan etkilenmeye neden olur. Aldatmaya dayalı farklı taktiklerle düşünce, algı ve davranışları; seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla da bilgileri değiştirmeyi amaçlayan manipülasyon, çarpıtmak suretiyle hakikati gizleme anlamına gelir (al-Hindawi, 2017, 11). Bu bağlamda medya ortamlarında dinî metinlerin muhataba aktarımında dil-gerçeklik illüzyonuyla manipülasyonu bir araç olarak kullanarak verilmek istenen mesajları dinî mahiyet taşıyan ikna ve inandırmaya dayalı kusurlu/hileli yöntemlerle halka aktarmak ilk etapta ahlaki bir eylem gibi görünse de nihayetinde onları hak ve hakikatten uzaklaştırır. Bu yaklaşım, burhanı açıklamak değil, tam aksine buharlaştırmak anlamına gelir. Hâlbuki -yukarıda belirtildiği gibi- hatabî söylemde temel amaç, salt retorik değil; dinî mesajların içeriğinde var olan hakikati/burhanı halkın anlayacağı ve ikna olacağı bir yöntemle ortaya koymaktır. Bu yönüyle söylem, bağlayıcılık açısından dinî mesajların anlamsal yönünün sübütuna temel sağlayan bir değer olarak kabul görür (Aslan, 2016, 127). Toplum nezdinde mesajın anlamsal yönünün sübütü da hatab-ı hatabî ile değil, hatab-ı burhanî ile sağlanır.



## Sonuç

Düşünsel faaliyetlerde ortaya konan çıkarımların kesinlik ve ispat haysiyetiyle her zaman eşit veya benzer neticelere ulaştırması söz konusu değildir. Bütünün parçasından büyük olması örneğinde olduğu gibi başka türlü olmasının hiçbir zaman ve hiçbir şekilde mümkün olmadığı durumlara ait bilgiler ile ayakta olanın ayakta durduğuna dair kesin bilginin oturmak suretiyle değişmesi örneğinde olduğu gibi başka türlü olmasının her zaman ve her şekilde mümkün olduğu durumlara ait bilgiler birbirinden farklıdır. Bilgilerin farklı olması ve mantık ilminde kesinlik derecesi muhtelif tasdik biçimlerinin bulunması, bu bilgi ve tasdik biçimlerinin düşünsel faaliyetlerin keyfiyeti açısından vehmiyyât, zanniyyât ve yakîniyyât gibi çeşitli isimlerle ifade edilmesini ve bu isimlendirmeler üzerinden farklı tasnif ve tanımların yapılmasını gerekli kılar (Çağrı, 2013, 146; Fârâbî, 2012, 3). Dolayısıyla hakikatin hakikat olması açısından kendi gerçekliğine uygun bir bilgisinin var olmasıyla aklî yetkinlik açısından her insanın bu bilginin gerçekliğini kendi seviyesinde elde etmesi birbirinden farklıdır. Bu sebeple her bilgi her zaman gerçeklik ile uyumlu ve her insan ferdinde eşit seviyede değildir.

Filozofların din diline yönelik açıklamalarda hatâbeye yükledikleri anlam mantık disiplini ve anlatım yöntemi açısından birbirinden farklıdır. Birinde hatâbe kıyas sanatlarının bir unsuru, diğerinde ise bir anlatım yöntemidir. Bu bağlamda toplum ile medya ortamlarında doğrudan iletişime geçildiği durumlarda dinî ifadeler, anlamı buharlaştıran ve mesajın içeriğini ortadan kaldıran salt hatab-ı hatabî yöntemiyle değil; beyan, tefsir ve tevil ile olumsal cedeli de içine alacak şekilde hem zahiri hem batını kapsayan hatab-ı burhanî çerçevesinde ele alınmalıdır. Çünkü dinî konuların salt hatabî yöntemle açıklama cihetine gidilmesi ikna yöntemine dayalı söylemin toplum nezdinde dinin literal boyutuyla anlaşılması dışında başka bir anlama yönteminin olmayacağı kanaatine ulaştırılabilir. Müşebbihe ve Mücessime gibi fırkalar buna örnek olarak verilebilir. Bu tür zahirî sekteryen yapı ve anlayışların ortaya çıkmasına fırsat vermemek için toplumun zihni düzey açısından hem örgün hem de yaygın eğitim kurumlarıyla veya yaygın din hizmetleri yoluyla hatabî seviyeden ileriye taşınması gerekir.

Bu yaklaşım, hatabî söylemin her zaman için gerekli ve yeterli olmadığını, yanı sıra burhanî söylemin dinin anlaşılması ve muhataba aktarılmasında gerekli olduğunu başka bir açıdan teyit eder. Nitekim İslam toplumlarında bazı halk kesimlerinin belirli seviyede dinî konulara aşina olduklarını ve hatabî seviyenin ötesinde burhanî seviyede kendilerini yetkinleştirdiklerini söylemek mümkündür. Bu çerçevede toplumsal düzende tekdüze bir yapının olmaması kıyas sanatlarının farklı enstrümanlarını kullanmayı güçlendirir. Dolayısıyla muhatap

kitlenin bilişsel ve düşünsel konumu söylem tarzlarının niteliğini belirler. Buna göre, dinî konuların muhataba aktarımında muhatabın niteliğine göre söylem tarzlarının bütününden yararlanma imkânı bulunur (Deniz, 2018, 73). Hz. Peygamber'in "İnsanlara akılları ölçüsünde (*kadr*)<sup>24</sup> konuşun" (Buhârî, "İlim", 4) hadisi bu yaklaşımı teyit eder. İnsani aklın anlamaya ve akletmeye dönük kudret derecelerinin taksimine imkân tanıyan, hatta bu taksimin lüzumunu teyit eden söz konusu peygamber kavlinin konumuz itibariyle kıyas sanatlarını destekleyen bir mahiyete sahip olduğu görülür. Bu kapsamda konular muhataplara bilişsel düzey açısından aşağıdan yukarıya evvela hatabî (iknaî) ya da şiirsel (tahyîlî), sonrasında cedeli, en son da ise burhanî bir üslupla aktarılmalıdır.

Son olarak bu kapsamda şu hususu vurgulamak gerekir: İlim adamlarının ve din alanında yetkin uzman kişilerin dinle ilgili ihtilafli konuları cumhurun yoğunlukla takip ettiği görsel medya ortamlarında, kamuoyu önünde tartışmaya açmaları burhanî söylemi öne çıkarmaya ve toplumu bilinçlendirmeye yönelik bir gayeye matuf olsa da muhatap kitlenin tartışmaya açık konuları ve yapılan açıklamaları yükleneyecek istidadı olmadığına bu söylemin yanlış tutum ve davranışlara sebep olacağı aşikârdır; hatta bu yaklaşım toplum nezdinde aksi bir tesir bile oluşturabilir. Bu sebeple dinî alanla ilgili tartışmaya açık hususların medya ortamlarından ziyade burhanî istidada sahip muhatap kitlenin de takip etmesine olanak sağlayan makale, kitap, panel, sempozyum gibi ilmî platformlarda dile getirilmesi önem arz eder.

## Kaynakça

- Aristoteles. *İkinci Çözümlemeler*. Çev. Ali Houshiary. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2018.
- Aristoteles. *Organon V Topikler*. Çev. Hamdi Ragıp Atademir. İstanbul: Millî Eğitim Basımevi, 1952.
- Aristoteles, *Retorik*. Çev. Mehmet. H. Doğan. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2018.
- Aristoteles, *Sofistçe Çürütmeler*. Çev. Y. Gurur Sev. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Aslan, İbrahim. *Aklın ve Dilin Sınırlarında Kur'an*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2016.
- Baba, Coşkun. *Retoriğin İkna Gücü*. Konya: Çizgi Yayınları, 2018.
- Çağıl, Necdet. "Kur'an Nazmında Müşahede Edilen Eşsiz Mantık Örgüsüne Dair Bir Örneklendirme: Bazı Kıyas Formlarının Kur'an'a Uygulanması". *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 42, (2014): 1-46.

24 Kadr kelimesine "güç" veya "kudret" anlamı da verilebilir.

- Çağrıcı, Mustafa. “Zarûriyyât”. *TDV İslam Ansiklopedisi*. 44: 146-148. İstanbul: TDV Yayınları, 2013.
- Coşkun, Abdulkadir. *İbn Sinâ Felsefesinde Retorik*. İstanbul: Litera Yayıncılık, 2014.
- Ebü Zehra, Muhammed. *el-Hatâbe*. Kâhire: Daru'l-Fikri'l-Arabî, 1980.
- Ece, Muhammet Nasih. *İbn Bâcce Mantığı*. Konya: Çizgi Yayınları, 2021.
- Deniz, Gürbüz. “Din, Felsefe ve Mille”. *Diyanet İlmî Dergi* 52/1 (2016), 65-80.
- Doğan, Hüseyin. *İslâm Kelâmında Cedel Anlayışı*. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2015.
- Durhan, Gülümser. “Aristoteles Retoriğinde Kullanılan Kanıtlamaların Bilgi Değeri”. *Beytulhikme an International Journal of Philosophy* 8/2, (2018), 751-769.
- Fârâbî. *İhsaü'l-Ulûm İlimlerin Sayımı*. Çev. Ahmet Ateş. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi, 1990a.
- Fârâbî. “et-Tavtie fi'l-Mantık”. *Fârâbî'nin Bazı Mantık Eserleri* içinde. Haz. Mübahat Türker-Küyel. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını, 1990b.
- Fârâbî. *Kitâbu'l-Burhân*. Çev. Ömer Türker-Ömer Mahir Alper. İstanbul: Klasik Yayınları, 2012.
- Fârâbî. *Kitâbu'l-Hurûf Harfler Kitabı*. Çev. Ömer Türker. İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, 2015.
- Fârâbî. *Mantiğa Başlangıç Risaleleri*. Çev. Hüseyin Sarıoğlu. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi, 2017.
- Fârâbî. *Kategoriler ve Retorik*. Çev. Ali Tekin. İstanbul: Klasik Yayınları, 2019.
- Haklı, Şaban. “Felsefe Din İlişkisi Bağlamında Din Dilinin Yapısı”. *Uluslararası Fârâbî Sempozyumu Bildirileri* içinde. Ankara: Elis Yayınları, 2005.
- Al-Hindawi, Fared Hameed. “The Pragmatic Nature of Manipulation”. *Adab al-Kufa* 33 (2017), 9-54.
- İbn Rüşd. “Retorik Üzerine Küçük Şerh”. Çev. Ali Tekin. *KTUİFD* 2, (2015), 179-193.
- İbn Rüşd. *Faslu'l-Makâl Felsefe-Din İlişkisi*. Çev. Bekir Karlığa. İstanbul: İşaret Yayınları, 1999.
- İbn Sina, eş-Şifâ, *Mantık, VIII, el-Hatâbe*, Kahire, 1954.
- İbn Sina. *İlâhiyât-ı Şifâ Metafizik*. Çev. Ekrem Demirli, Ömer Türker. İstanbul: Litera Yayıncılık, 2011.
- İbn Sina. *Dânişnâme-i Alâî*. Çev. Murat Demirkol. İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, 2013.
- İbn Sina. *İkinci Analitikler Burhan*. Çev. Ömer Türker. İstanbul: Litera Yayıncılık, 2015.
- İmamoğlu, Halil. *Klasik Mantıkta Akıl Yürütme İstidlal*. Ankara: Araştırma Yayınları, 2018.

- Koç, Akif Kemal. "Gerçeklik, Dil, Medya ve Manipülasyon". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 56, (2018), 398-402.
- Mehmed Halis. "Mizânü'l-Ehzân". *Mantık Metinleri 1* içinde. İstanbul: İşaret Yayınları, t.y.
- Pehlivan, Necmettin. Ahmed Şevkî Efendi'nin Risâle fî Âdâbi'l-Munâzara İsimli Eseri ve Âdâbu'l-Bahs ve'l-Munâzara Geleneğindeki Yeri". *Eskiye* 30 (2015), 41-58.
- Pehlivan, Necmettin. Çelik Muhammet. "Tümel Önermenin Ciheti". *AÜİFD* 60/1 (2019), 1-80.
- Platon. *Gorgias*. Çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2017.
- Platon. *Phaidros*. Çev. Furkan Akderin. İstanbul: Say Yayınları, 2017.
- Sünter, Emel. "Fârâbî'nin Retorik Anlayışının Özgünlüğü". *Beitulhikme an International Journal of Philosophy* 4, (2019), 1155-1174.
- Tanrıverdi, Hasan, Kar, Sait. "İbn Rüşd Düşüncesinde Din-Felsefe İlişkisi Bağlamında Din Dili Problemi". *Bozok University Journal of Faculty of Theology [BOZIFDER]* 17, (2020), 43-72.
- Terkan, Fehrullah. *Çatışmanın Dinamikleri Din ve Felsefe Uzlaşmazlığı Üzerine*. Ankara: Elis Yayınları, 2007.
- Tokat, Latif. *Dinde Sembolizm*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2004.
- Uludağ, Süleyman. *İslâm Düşüncesinin Yapısı*. İstanbul: Dergâh Yayınları, 1979.

# Yeni Zihin Biliminin Bulgularının Medya Tarafından Suistimali<sup>1</sup>

Mehmet Ödemiş<sup>2</sup>

## Özet

Bu makale, karar süreçlerinin nörobiyolojik temelini teşkil eden beyin çalışma sistemine dair bilgilerin keşfedilmesiyle birlikte; bu alandaki gelişmelerin insanın aleyhine olacak şekilde nasıl araçsallaştırıldığını göstermeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda sinir ve zihin biliminin verileri incelenecek, beyin hakkında elde edilen hangi bilgilerin insan davranışlarını yönlendirmek için kullanıldığı özetle analiz edilecektir. Tarih boyunca pek çok farklı medeniyette zihinsel faaliyetler; mücerret bir cevher olarak ruha atfedilirdi. İnsan idrakinin ve kudretinin ötesinde kalan bu öz/özelliik, daha çok verili bir temele sahipti ve bu soyutlama, insanı çevresel koşullar karşısında daha az edilgen kılıyordu. Fakat 18. yüzyıldan itibaren; önce biyolojinin ardından sinir biliminin bulguları, insanın bilişsel yeteneklerinin gayri maddi bir töz olduğu varsayılan ruhla ilgisinin bulunmadığını; düşünme, hissetme, irade ve icra etmenin beyne bağlı bir şekilde gerçekleştiği düşüncesini ortaya çıkardı. Sinir bilimdeki gelişmeler, zihin biliminde de köklü değişikliklere yol açtı. İnsan davranışlarını inceleyen psikoloji, nöropsikolojiye hatta nörobiyolojiye evrildi. Gelişmeler, Darwin ile beraber ivme kazanan “insanın tek boyutlu biyolojik bir varlık olduğu” tezini güçlendirdi. Ruh kavramı; yerini benlik, ego, zihin ve bilinç gibi terimlere bırakarak daha natüralist bir içerik kazandı. İnsanın kognitif kabiliyetlerinin beyin kimyası ve fizyolojisine indirgenmesi, bedendeki herhangi bir organ gibi beynin de manipüle edilmesinin kapısını araladı. İnsan anlayışı, bilgi ve hız çağında medya yoluyla ticari şirketlerin kapital amaçlarının ve popüler hegemonik kültürün erişimine sunuldu. Âdemoğlunun düşündükleri ile yaptıkları, inandıkları ile yaşadıkları arasındaki uçurum; kendisini dahi hayrette bırakacak düzeyde açılmaya başladı. Alınasyon (kendine yabancılaşma) türün tarihinde hiç rastlanmadığı kadar

1 Bu makalenin özeti, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi tarafından düzenlenen “Din ve Medya” sempozyumunda, *Medyanın Yeni Zihin Biliminin Bulgularıyla İmtihanı* başlığıyla bir tebliğ olarak sunulmuştur.

2 Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, mehmetodemis@hotmail.com  
orcid.org/0000-0003-3657-480X

yaygınlaştı. Bu süreçte konvansiyonel ve dijital medya, insanın şakağına dayadığı bir naganta dönüştü. Haddizatında şakak (temporal) lobu, prefrontal korteks ile birlikte inancın ve ahlaki davranışların teşekkülünde birincil öneme sahipti. Eylem esnasında beynin hangi bölgelerinin devreye girdiği, fizikoşimik yapıyla birlikte değerlendirildiğinde insan davranışlarını kanalize etmenin yolu açılmış oldu. Görsel medyada sürekli dönen reklamlar, bir tür telkin görevi üstlenerek bireysel tercihleri hipnotize etti. Bilhassa nöropazarlama verileri çerçevesinde hazırlanan dijital iletiler, Nâs sure-sinde geçen “hannâs”ın (dügümlere üfleyerek akılı baypas eden üfürükçülerin) yerini çoktan aldı. Zira reklamlar ve sosyal medya içeriklerinin teshir edici özelliği, beyin hangi uyarıcıya nasıl tepki verdiği bilgisiyle yeniden düzenlendi. Sürekli maruz kalınan dezenformasyon ve manipülasyon, insanın öznel tekilliği üzerinde onulmaz hasarlar açtı. Beynin gizeminin çözülmeye başlamasıyla birlikte adeta pandoranın kutusu açılmış; sinir bilimin her geçen gün artan bulguları, insanın seçme ve eyleme hürriyetinin aleyhine kullanılmaya başlanmıştır. Özgürlüğü kitle iletişim aygıtlarıyla tahrip edilen kitlelerin din, etik, hukuk vb. konularda sağlıklı davranması zorlaşmaktadır. Epistemik imkânları gözden geçirmeden ve bilgiyi dezenfekte etmeden inancı, ahlaki hatta insanı korumak imkansızdır.

**Anahtar Kelimeler:** Kelâm, Din, Medya, Zihin Bilim, Ahlaki Davranış.

## The Misuse of Findings of the New Science of Mind by the Media

### Abstract

This article aims to show how neuroscience data is instrumentalized to the detriment of humans after the discovery of information about the working system of the brain, which constitutes the neurobiological basis of decision processes. In this context, the data of neuroscience and mental science will be examined, and what information about the brain is conducted to guide human behavior will be briefly analyzed. Since the 18th century, the findings of biology and then neuroscience have shown that human cognitive abilities are not related to the soul, which is supposed to be an immaterial substance; revealed the idea that thinking, feeling, will and execution occur in a way that depends on the brain. Advances in neuroscience also led to radical changes in the science of mind. The psychology that studies human behavior has evolved into neuropsychology and even neurobiology. Developments strengthened the thesis that “man is a one-dimensional biological being”, which gained momentum with Darwin. The reduction of human cognitive abilities to brain chemistry and physiology opened the door to manipulation of the brain, like any other organ in the body. In the age of information and speed, human understanding was made accessible to the capital aims of commercial corporations and popular hegemonic culture through the media. The gap between what the sons of Adam thought and did, and what he believed and lived; It began to open up to a size that would astonish even him. Alienation (self-alienation) has become more common than ever before in human history. In this process, conventional and digital media have turned into a weapon that people put on their temporals. As such, the temporal lobe, together with the prefrontal cortex, was of primary importance in the formation of belief and moral behavior. The contents of the advertisements were designed to hypnotize individual preferences by acting as a kind of suggestion. Especially well-constructed

advertisements have already replaced the “hannas” (the warlock who bypass the will by whiffle on the knots) in Surah Nas. Because the alluring feature of advertisements and media content has been rearranged with the knowledge of how the brain responds to stimuli. The constant exposure to disinformation and manipulation has damaged the precious singularity of man. With the revelation of the mystery of the brain, pandora’s box was opened; Developments in neuroscience have begun to be used against human freedom of choice and action. It is difficult for people whose freedom has been destroyed by mass media to act in a healthy way on issues such as religion, ethics and law. It is impossible to protect faith, morality and even human beings without reviewing the epistemic possibilities and disinfecting the knowledge.

**Keywords:** Kalâm, Religion, Media, Mind Science, Moral Action.

## Giriş

Zihin; kavramsal olarak efradını cami, ağyarını mâni ve üzerinde muttefekun aleyh bir mutabakatın sağlanamadığı terimlendendir. Bunun en önemli sebepleri; kendi hakkında düşünme ve kendi kendini tarif başta olmak üzere çeşitli epistemolojik zorluklardır. Zihin; insani melekeler şeklinde nitelenen öğrenme, düşünme, algılama, sezgi, tahayyül ve tasavvur gibi bilişsel yeteneklerin organizasyonuna verilen genel bir isimdir.<sup>3</sup> Bir diğer ifadeyle duygular, hafıza, akıl yürütme, arzular, güdüler ve karar verme süreçlerinin akıllı bileşenine zihin adı verilmektedir. Birey, kendi iç ve dış dünyasının farkına zihin aracılığıyla varmaktadır.

Arap dilinde zihin, bilgininin elde edilmesinde yararlı ve değerli bir araç olarak değerlendirilir. Bu araç hem iç hem de dış duyuşsal kanalları içeren nefsi ve potansiyel bir yeterliliğe karşılık gelmektedir. Arapça lügatlerde zihne (çoğulu ezhân) genel itibariyle zekâ ve hatırlama kuvveti manası verilmektedir. Zihnin İngilizce karşılığı kabul edilen *mind* da Latince “hafıza ve düşünme yeteneği” anlamına gelen *mens* ve *mentis* kelimelerinden Batı dillerine geçmiştir. Aynı şekilde Grekçe *meinen* düşünmek manasında kullanılmaktadır.<sup>4</sup> Çoğu zaman zihin, *psukhe* ya da *pneuma* (ruh) ile karıştırılır. Ruh, klasik açıklamada ağırlıklı olarak “bedene canlılık veren gayri maddi bir töz” şeklinde tarif edilirken günümüzde ya “zihinsel yeteneklerin fizyolojik veri tabanı”na verilen bir ad sayılmakta ya da varlığı “makinadaki hayalet dogması” şeklinde hicvedilerek reddedilmektedir.<sup>5</sup>

Zihnin temelde üç özelliği barındırması gerekir. Bunlar; bilme, duyumsama ve irade etmedir. Bilmek; hatırlamayı, sezgiyi, bilginin kaynaklarına yönelik merak ve erişimi ayrıca rasyonaliteyi kapsamaktadır. Duyumsama, duyuşsal algı başta olmak üzere çeşitli kişilik özelliklerini ve ruh durumlarını içerir. İrade ise genel olarak karar verme süreçlerinden eylemselliğe varıncaya kadar davranışlarla etki eden nihai aşamayı teşkil etmektedir.<sup>6</sup>

3 Ömer Demir - Mustafa Acar, *Sosyal Bilimler Sözlüğü* (İstanbul: Ağaç Yayıncılık, 1993), 390.

4 Bk. Muhammed Hâmid et-Tehânevi, *Keşşâf-ü istilâhâti'l-fünûn ve'l-ulum* (b.y., y.y., t.s.), “Zihin”, 830; Seyyid Şerif Cürçânî, *et-Târifât*, thk. Muhammed Sıddık el-Minşavi (Kahire: Dârü'l-Fazilet, ts.), 94; Hensleigh WedgWood, *A Dictionary of English Etymology* (London: Trübner Company, 1872), 423; Encyclopædia Britannica, “Mind” (Erişim 02 Nisan 2020).

5 Bk. Râgıb el-İsfahâni, *Müfredâtü Elfâzül'-Kur'an*, thk. Safvân Adnân Dâvûdi (Beyrut: y.y., ts.), 369; İbn Manzûr, *Lisânü'l-Arap*, nşr. Ahmed Fâris eş-Şidyâk (Beyrut: y.y., t.s.), 5/387, İsmail bin Hammâd el-Cevherî, *Tâcü'l-Lüga*, thk. Ahmet Abdülğafur Attar (Beyrut: y.y., 1979), 1/367; Adudüddin Abdurrahman el-İcî, *el-Mevâkıf* (İran: 1907), 8/318-319; İbn Kayyım el-Cevziyye, *er-Ruh*, çev. Şaban Haklı (İstanbul: 2007), 257. Erkan Yar, *Ruh-Beden İlişkisi Açısından İnsanın Bütünlüğü Sorunu* (Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2011), 46; Gilbert Ryle, *The Concept of Mind* (New York: Routledge, 2009), 5; Daniel C. Dennett, *Consciousness Explained* (New York: Back Bay Books, 1992).

6 Jerome A. Shaffer, *Zihin Felsefesi Açısından Bilinç, Ruh ve Ötesi*, çev. Turan Koç (İstanbul: İz Yayıncılık, 1991), 18-19.



Bu makalede zihin denilince “maddi bir yapısı bulunmamakla birlikte zuhuru için biyolojik bir temele ihtiyaç duyan ve insan için asli olan” bir niteliği kastedeceğiz. Zira bize göre beyin -çoğu nörobilimcinin iddia ettiğinin aksine- *zihinsel faaliyetin nedeni değil, aracıdır*. Ayrıca zihin, onu meydana getiren beynin fizikokimyasal bileşenlerinden daha fazlasına tekabül etmekte olup o fazlalığın ne olduğu henüz anlaşılabilmiş değildir.

Zihinsel yeteneklerin ana bileşenleri arasında sayılan bilme ve iradilik, insanlık tarihinde (Yunan’dan Hint’e, Çin’den Helenistik döneme hatta Yeni Platonculuk üzerinden belirli ölçüde İslam düşüncesine kadar)<sup>7</sup> bütünüyle olmasa da uzunca bir süre ruha atfedilmiştir. Dolayısıyla felsefenin ve teolojinin konusu olarak kalmıştır. Platon’dan Descartes’e kadar güçlü bir düşünce eksenini, insanın düşünüp irade eden, ihtiyarî kararlarıyla hayatının iplerini elinde tutmasını sağlayan organı ruh; ruhu da maddi dünyanın dışında, erişilemez kabul etmiştir. Aynı yaklaşım birkaç Mu‘tezili isim dışında İslam düşüncesinde de genel itibarıyla korunmuştur.<sup>8</sup> Bu erişilemezlik insana -metafizik anlamda olmasa da- nedenselliğin hüküm sürdüğü fenomenal evrende kısmi bir hürriyet imkânını tanımıştır. Fakat bilhassa 19. yüzyıldan itibaren ruh mefhumu yerini zihin ve bilinç kavramlarına bırakmıştır. Zihin ve bilinç, bir dönem psikolojinin merkezini celbettiyse de davranışsal psikoloji ile birlikte yeniden maddi bir boyuta evrilmiştir. Daha sonraları psikoloji, multidisipliner bir özellik kazanıncaya veya nöropsikoloji bir alt disiplin olarak gelişinceye kadar mevzu psikolojinin konusu olmaktan çıkmıştır.

Öznel deneyimlerin deneysel olarak incelenmesindeki güçlük, zihnin uzunca bir süre modern bilimin araştırma sahasının dışında kalmasına yol açmıştır. Fakat 20. asırdan itibaren gelişim seyri hızlanan sinir bilim, yeni bir zihin biliminin doğmasını sağlamıştır. Bu yeni paradigmada zihnin mahiyeti ve bedenle nasıl ilişkiye geçtiği sorusuna, biyoloji ve fizyoloji biliminin bulgularından hareketle monist yanıtlar üretilmiştir. Böylece düşünce tarihinde ruh-beden münasebeti bağlamında tartışılan konu bütünüyle zihin-beyin (mind-brain) düalitesine indirgenmiştir. Hatta soruna materyalist ön kabullerle yaklaşan çoğu bilim insanı, zihni beynin işlevselliğinden ibaret görmüş; biraz insafly yaklaşarlarsa onu beynin bir epifenomeni,<sup>9</sup> yani işlevselliğinin tezahürü şeklinde değerlendirmiştir.

7 Ruh kavramı pek çok dilde ifade bulmuştur; Hindistan’da “prana”, Yunancada “pneuma”, Çin’de “chi”, Japonya’da “ki”, İbranicede “ruach”, Latince “spiritus”, Hawai’de “Ha” gibi.

8 Ebü’l Hasan el-Eş‘arî, *Makâlâtü’l-İslâmiyyîn ve’htilâfü’l-Musallîn*, nşr. Helmut Ritter (Weisbaden: 1980), 329-331.

9 Epifenomen terimi, ilk defa *ikincil görünüm* veya *septom* anlamında patolojide kullanılmıştır. Nörofelsefede zihin ya da bilincin beynin işlevsel faaliyetlerinin bir yan ürünü olması anlamında kullanılmaktadır. Bk. Dennett, *Consciousness Explained*, 401-402.

Paradigmadaki bu köklü tagayyür (dönüşümden ziyade başkalaşma) insanın aleyhine sonuçlar doğurmuş çünkü o artık her yönüyle “ele geçirilebilir” alelade bir canlıya tenzil edilmiştir. Beyin; ruhu, nefsi, benliği, kimliği meydana getiren organ şeklinde tanımlandıktan sonra benîâdem artık daha kolay suistimal ve manipüle edilebilir, yönlendirilebilir ve aldatılabilir, daha çok kendine yabancılaştırılabilir bir varlığa dönüşmüştür.

Beyni anlamının, insanı anlamının anahtarlarından biri hatta birincisi olduğu fark edilinceye kadar beyin, insan vücudunun var kalımını ya da dengesini sağlayan (homeostasis), organizmanın bilinç dışı yaşamsal faaliyetlerini yürüten bir organdan ibaretti. Fakat beynin insan benliğinin biyolojik esasını teşkil ettiği ispatlanınca felsefeden teolojiye, matematikten fiziğe, psikolojiden tıbbı kadar pek çok alanda keskin paradigma değişiklikleri yaşandı. Felsefe camiasında düalizm yerini monizme terk etti. Bilim insanları arasında ruh kavramı demode olup bir esatir hâline geldi. Yine de insana bakışta köklü perspektif değişikliği sağlayan nörobilimin iddialı tezlerine rağmen mesele, hipotezlerin çarpışmasından ileriye gitmedi. Bu nedenle insanı meydana getiren bu iki aslın (tin ve soma) ilişkiselliğinin sır kapısı hâlen bütünüyle aralanmış değildir.

Makalenin başlığında zikrettiğimiz “yeni zihin bilimi” ile kastettiğimiz *nöro-zihin*<sup>10</sup> adı verilen yaklaşımdır. Buna göre zihin bütünüyle beyne bağlıdır ve beyin kimyası ya da fizyolojisinde meydana gelecek müspet ya da menfi bir değişiklik, beyinle birlikte zihinde de değişimlere sebebiyet vermektedir. Bugün nörobilimin ortaya koyduğu sayısız bulgu, zihnin beyne olan bağıllığını tartışmasız bir şekilde ispatlamıştır.

Peki, zihinsel kabiliyetlerimiz bütünüyle ya da kısmen beynin fizikokimyasal yapısına bağlı bir şekilde gerçekleşiyorsa bilimin hummalı çalışmalarıyla açığa çıkarılan bu bilgiler, insan aleyhine ne tür riskler içermektedir? Bu bulguların bireyin aleyhine kullanılması durumunda karşılaşacağımız problemler nelerdir? İnsan öznelliğinin ve hürriyetinin merkezî organı olan beynin iskandil edilmesi, düşünme ve eyleme süreçlerinin maddi temelinin bütünüyle bilinir hâle gelmesi bir bumerang etkisi yaratacak mıdır?

Bu makale özellikle bilginin yayılmasında birincil vasıta olan medyanın ve onların arkasındaki küresel organizasyonların, insan tekilliğini nasıl saktırdığını ve tahrip ettiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Zira kararlarını sanal bir hürlük ya da özgürlük sanrısı altında veren bireylerin ne kendileriyle ne diğerleriyle ne de Tanrıyla sağlıklı bir ilişki kurabilmeleri mümkündür. Öznel sahihliğinin aşındığı “kişilik fakirleşmesi”nin zengin-

10 Nöro-zihin ile kastımız; epifenomenalizmden işlevselciliğe, özdeşlik kuramından beyin-bilgisayar modeline kadar zihin teorisinde nöron teorisini temel alan yaklaşımlardır.

leştigi bir vetirede, insandan insanlık adına pozitif değer üretmesini beklemek beyhudedir.

Kuşkusuz kitle iletişim araçları, yalnızca kullanılış biçimlerine göre iyi ya da kötü olarak nitelenebilir. Tek başlarına onlara ne iyi ne de kötü nitelmesi yapılabilir. Kapitalizm üretimde çeşitliliği sağlayarak, modernizm ise düşünce ve eylemde plüralist paradigmlar ikame ederek bir yandan bireylere çoklu alternatifler arasından birini seçme fırsatı sunarken diğer yandan seçme hürriyetini belirgin şekilde kısıtlamıştır. Çünkü medyatik aygıtların yayılması aynı zamanda kitlelerin istismar edilmesine imkân sağlamıştır. Özellikle kültürel, politik ve pazarlama amaçlı reklamcılık endüstrisi; kitleleri yönlendirmek için her türlü bilimsel çabayı desteklemekte ve sonuçlarından fazlasıyla istifade etmektedir.<sup>11</sup>

İletişim çağında medya araçlarının yığınların kalbine, aklına ve tekâmül sürecine -ki insan; her dem olmaya devam eden, oluş süreci ilanihaye süren bir varlıktır- ne kadar etki ettiği izahattan varestedir. Nasıl ki psikiyatride “hakikat ilaçları” adı verilen eczalar aracılığıyla kişi evrenle bütünleştiğini hissedecek bir yanılısma yaşayabiliyorsa; imaj çağının bireyleri de bugün, dijital araçlar aracılığıyla benzer bir illüzyona maruz bırakılabilmektedir. Güdümlemiş dijital içerikler, seküler ve profan bir dünya algısının teşekkülüne hizmet etmekte ve kanaatlerle birlikte inançların da değişmesi sağlanmaktadır. Böylece bireyin iç dünyasında tin yara almakta, dış dünyadaysa görünenden ötesi sorgulanmaya değer görülmemektedir.

## 1. Zihin Yönetimi ve Medya

Canlı olmak, enformasyon işleyen bir varoluş sürecine sahip olmaktır. Bu biyolojik bilgi işleme süreci, virüslerden bakterilere, genetik yapıdan beyin-zihin ilişkisine kadar pek çok alanla ilgilidir. Doğanın işleyişinde bu kadar kritik önemi haiz bilgi; kuşkusuz insan söz konusu edildiğinde kimlik, kişilik ve benlik oluşumunda da birincil önemdedir. Beyne bağlı olarak tezahür eden, beyinle birlikte varlık kazanan yahut beynin aracılık ettiği tüm insani nitelikler ancak bilgiyle var olur. Âdemi, ademden adamlığa/varlığa çıkaran esmanın öğretilmesi de bilginin ontolojik önemini gösterir. Çeşitli felsefe ve inançlarda “hayat ağacı” şeklinde vafedilen bilgi, insan kaderinin temel eşliğini belirlemiştir ve bu durum; bugün de devam etmektedir. Ağırlığı 1.5 kg’ı bulmayan fakat içine galaksileri sığdıran kafatasındaki “yağsı kütle” ancak bilgiyle kendini geliştirmektedir. Her bilgi, nöronlar arasında örülen sinaptik ağlara/networklere bir yenisini eklemekte; böylece gelişen fiziksel yapıya zihinsel gelişim de eşlik etmektedir.

11 James Alexander Campbell Brown, *Beyin Yıkama*, çev. Behzat Tanç (İstanbul: Boğaziçi Yayınları, 2012), 250-252.

İnsan beyni, saniyede 100 milyarlarca işlem yapma hızına sahiptir. Herhangi bir konuda karar verirken, düşünürken, rasyonel süreçler işletirken çoğu zaman ne kadar hassas ve dakik bir iş yapıldığının farkına varılmaz. Bilinç dışı verilen kararlarda dahi beyin,  $10^{18}$  işlem yapmakta ve muazzam sinaptik bağlantılar kurmaktadır. İnsanın kim olduğunu belirleyen bilinçli ve bilinç dışı seçimler, aslında hayret verici düzeyde kaotik ve devasa süreçler sonunda gerçekleşmektedir.<sup>12</sup>

İnsan beyni ve zihin söz konusu olduğunda kritik işlevi öne çıkan bilgi, aynı zamanda insan aleyhine oluşturulmak istenen durumların da anahtarıdır. Eski Milli Eğitim Bakanlarından Nabi Avcı'nın *Enformatik Cehalet* kavramsallaştırması ile Stanford Üniversitesi'nden bilim tarihçisi Robert N. Proctor tarafından kavramsallaştırılan "agnotoloji"yi<sup>13</sup> (cehalet bilimi) birlikte düşünmek, içinde yaşadığımız *post-truth* çağını anlamamızı biraz daha kolaylaştıracaktır. Bilgiye erişmenin insanlık tarihinde görülmediği kadar kolaylaşmasına karşıt bir şekilde enformasyon aracılığıyla yaratılan cehaletin bu denli artması, insanlık adına büyük talihsizliktir.

Medya gücünü elinde tutanların bir yandan algılarımızla oynarken diğer yandan doğru bilgiyi manipüle etmesi, kolektif cehaleti katlamaktadır. Kitleleri bilgi bombardımanı ile cehaletin, küresel kapital ve siyasal aktörlerin dünya üzerindeki planları ve kişisel çıkarlarıyla yakın ilgisi bulunmaktadır. Küresel emperyalizmin amaçlarından biri; kitleleri sorgulamayan, umursamayan, düşünmeyen, itaat eden ve sadece kendine sunulanı satın alan veya empoze edileni kabullenen değersiz köleler hâline getirmektir. Medya desteği ile topluma idol olarak sunulan akademisyenler ve bazı popüler kişiler bilerek ya da bilmeyerek cehaletin sözde bilgi ile yayılmasına destek vermektedir.<sup>14</sup>

Cornell Üniversitesi'nden sosyal psikolog David Dunning de bilgisizliğin yayılmasında internetin ve sosyal medyanın rolüne vurgu yapar. Dunning, internetin ve sosyal medyanın kıymeti kendinden menkul uzmanlar yarattığını ve bunların kasıtlı olarak cehalet yaymak isteyen güçlü çıkar gruplarına hizmet edebileceğine dikkat çeker.<sup>15</sup> Dinî kurumların ve hükümetlerin yanı sıra kitle iletişim araçları da meşruiyet verme gücünü elinde tutar.<sup>16</sup> Cehaletin meşrulaşması "prefabrik kişilikler" dediğimiz tipolojilerin yaygınlaşmasına yol açar. Medya eliyle yaşanan karakter değişimi o kadar dramatiktir ki bireyler, kendilerinde

12 Beyin hakkında detaylı bilgi için bk. John E. Dowling, *Understanding the Brain / From Cells to Behavior to Cognition* (New York: W. W. Norton Company, 2018).

13 Bk. Robert N. Proctor – Londa Schiebinger, *Agnotology, The Making and Unmaking of Ignorance* (California: Stanford University Press, 2008)

14 Tayfun Uzbay, *Görünmeyen Beyin* (İstanbul: Destek Yayınları, 2017), 352.

15 David Dunning, "The Digital Human", *bbc.com* (Erişim 20 Eylül 2021).

16 Felicia Pratto, "Power Basis Theory: A Psychoecological Approach to Power", *Social Motivation*, ed. David Dunning (New York: Psychology Press, 2011), 208.

yaşanan değişimleri sorgulamaz ve hayat tarzlarındaki değişikliğin, *zamaneye uyma gereksinimi* (çağcıl oryantasyon) ile ilgili olduğuna ikna edilirler.

Geçmişte ağırlıklı olarak şirketler ve siyasetçiler, ellerinde tuttıkları medya gücüyle yığınlara yön verebilmekteydi. Fakat bugün, adeta zembereğinden boşanmış bir ok gibi hızını artırarak ilerleyen teknoloji sayesinde her birey, bir ‘influencer’a dönüşebilmekte; kişisel haber ağını yaratıp öngörülemez çapta etkiler yaratabilmektedir. Dijital evrende sosyal medya kullanıcıları, viral pazarlama uzmanları, sosyal medya fenomenleri ve ‘blogger’lar sanal gerçeklikler inşa edebilmektedir. Kitle iletişim platformlarının profesyonelleri, insan zihnini manipüle etmek için şaşırtıcı yöntemlere başvurabilmektedir. Bunların başlıcaları şöyle sıralanabilir:<sup>17</sup>

1- Bilgi kirliliği ile haberin ana fikrini örtmek ve bilgiyi yormak.

2- Çarpıtma ve yalan bilgi ile gerçeği bir arada tutarak dezenformasyonu afişe etmemek, bir diğer ifadeyle gerçeğe yaslanmak.

3- Otoriteye başvurmak. Başka bir deyişle muhatabı yönlendirmek için akredite edilmiş bilgiyi kullanmak. İstatistikler, kopilotun kaptanın yargılarına direnmemesinin yani otoriteye koşulsuz itaat kültürünün, beş uçak kazasından birinin nedeni olduğunu söyler.<sup>18</sup> Zayıf bilgilerin ‘güçlü insanların elinde hakikate dönüşmek’ gibi bir özelliği olduğu hatırlanınca otoritenin meşrulaştırıcı gücü daha iyi anlaşılacaktır.

Otoriteyi bir meşruluk aracı hâline getirmenin tarihteki ilk örneği, İngiltere’de *Mercurius Britannicus*’da yayımlanan bir çay reklamı olmuştur. Mezkûr reklamın aynı zamanda modern reklamcılık tarihinin ilk örneği olması, sektörün nasıl pragmatik ve makyavelist bir temel üzerine inşa edildiğini göstermektedir. Bir mantık tuzağı olarak otoriteye başvurma yönteminin kullanıldığı tanıtım afişinde çaydan “hekimlerin tavsiye ettiği mükemmel bir Çin içkisi (ça)” şeklinde bahsedilip nerede satıldığı bilgisine yer verilmiştir. Takvim yapraklarının 30 Eylül 1658 tarihini gösterdiği bu zaman diliminden sadece yedi yıl sonra medya, insanlığın en zor zamanlarından birinde reklamcılığın ilk suistimal örneğini sergilemiştir. Daniel de Foe (1660-1731) 1665 tarihinde -veba salgını yıllarında- halkın ilkel ilaç firmaları tarafından nasıl dezenforme edildiğinden ibretle bahseder.<sup>19</sup>

4- Basit ve küçük kelime değişiklikleriyle/oyunlarıyla mesajı zayıflatmak ya da kuşkulu hâle getirmek (“İddia etti” ya da “belirtti” yüklemeleriyle “vurguladı” yüklemelinin cümlenin anlamını nasıl değiştirdiği örneğinde görüleceği gibi).

5- Bilgiyi bütününden kopararak sadece bir parçasını vermek. Bütünlüğü bozulan bilgi veya özellikle bir bölümü verilen haber, çoğu zaman yanıltıcı olabilmektedir.

17 Bk. Mücahit Gültekin, *Algı Yönetimi ve Manipülasyon* (İstanbul: Pınar Yayınları, 2021).

18 Cordelia Fine, *Başına Buyruk Beyin*, çev. Pınar Turanlı (İstanbul: Sel Yayıncılık, 2010), 55.

19 Brown, *Beyin Yıkama*, 134-135.

Örneğin “Türkiye geçen yıl bin ton buğday ithal etti. Artık tarımda kendine yeten ülke değiliz.” Metninde bilgi ile yorum birlikte verilmiş ve böylece özel bir algı oluşturulmak istenmiştir. Bilginin sadece buğday ithaliyle ilgili kısmı verilmiş, mesajı tamamlayan gerçek kısmı örtülmüştür. Oysa buğday ithal ediliş nedeniyle yorumda ima edilen “tarımda kendisine yeten ülke” özelliğini kaybetmek arasında bir illiyet yoktur. Çünkü olay (buğday ithalatı) artan makarna üretimiyle ilgilidir. İç üretim ve tüketimle nedensel bağı bulunmamaktadır.

6- Kirletilmiş bilgiyle kompoze edilen haberi sürekli ve yaygın bir şekilde dolaşımda tutmak. Çünkü olguyu mas eden algının teşekkülünde süreklilik, gerçekliğin kendisinden daha önemlidir.

7- İşlenmiş bilgiyi dolaşıma sokmak. Olgunun asıl metnine ekleme yapmak ya da yokluğunda gerçekliği değiştirecek bazı önemli kısımlarını gizlemek. Gereksiz vurgularla ve maksatlı sözcük seçimleriyle algı yaratmak, bunun en yaygın örneklerindedir.

8- Toplumsal hassasiyetler (kadına şiddet, hayvan hakları, laiklik, Atatürkçülük vb.) ve insani duyguları (öfke, şehvet, korku vb.) ajite etmek. İnsan, korku ya da öfke gibi duygularla hareket ettiğinde beynin otokontrol merkezi olan ve davranışların disiplininde araçsallaştırılan prefrontal korteks devre dışı kalmaktadır. Bu durum uygunsuz ve pişmanlığa yol açan sonuçların oluşmasına sebebiyet vermektedir. Prefrontal korteks (ön alın lobu), bilişsel yeteneklerin merkezi kabul edildiği için “beynin beyni” şeklinde isimlendirilir. Örneğin; pandeminin başında Çin’den tüm dünyaya, virüsten daha tehlikeli ve versatil bir şey daha yayılmıştı: Korku. Ajansların -kasten ya da ihmalen- gerçekliğini araştırmadan yayımladıkları haberler, tüm dünyada paniğe yol açmıştı. Bu haberler arasında; sokakta yürürken birdenbire düşüp ölen insanların ve evlerinden çıkmasını diye kapılarına robokop polisler tarafından demir parmaklıklar çakılanların görüntüleri yer almaktaydı.<sup>20</sup> Panik ve kaygı durumlarında beynin kontrolü, bilinçli bölgelerden amigdala ve limbik sistem gibi daha ilkel yapılara geçmekte ve davranış kontrolü zorlaşmaktadır.

9- Modayı takip takıntısı ya da sürü psikolojisini tetiklemek. Benimsetilmek istenen düşüncenin tüm dünyada kabul gördüğünü ya da satılmak istenen nesnenin moda ikonları başta olmak üzere küresel ölçekte tercih edildiğini yayarak kesretle meşruiyet yaratmak. Oysa Kur’an’da çokluğun/tekâsürün asla hakikatin ölçütü olamayacağı açık bir şekilde belirtilerek insanlar uyarılır.<sup>21</sup>

20 Daily Sabah, “Dead Man Lies in Empty Street in China’s Wuhan Amid Emergency Over Coronavirüs”, *Dailysabah.com* (Erişim 1 Ekim 2021); Human Rights Watch, “China’s Covid success Story is Also a Human Rights Tragedy”, *hrw.org* (Erişim 26 Eylül 2021).

21 “Yeryüzündekilerin çoğuna uyarı sen Allah’ın yolundan saptırırlar. Onlar zandan başka bir şeye tabi olmaz, yalandan başka söz de söylemezler.” Kur’an-ı Kerim Meâli, haz. Hayrettin Karaman vd. (Ankara: TDV Yayınları, 2001), el-En’am 6/116.

Propagandacının<sup>22</sup> en çok hoşuna giden insan tipi, yığınlardır. Bunlar; araştırmayan, sorgulamayan, belli bir merkezden aldığı direktif ve yönergeler doğrultusunda hayatına yön veren insan tipleridir. Böylesi bir topluluğu manipüle etmek ve yönlendirmek, bilgi çağında cahil bırakmak ya da işlenmiş, kirletilmiş bilgiyle tahrif etmek zor değildir. Çünkü bu kitle, akıl konforunu bozmaktansa bir yalana inanmayı tercih edecek zihin yapısına sahiptir. Aynı şey, sosyal medya fenomenlerinin dogmatik takipçileri için de geçerlidir zira onlar da sanal dünyada dijital bir cemaat hâline gelmişlerdir. Karşımızda, fenomenin yazdığı her şeye inanmaya hâzır ve nâzır bir kütle/kitle vardır. Üstelik bu mecrada bilgi, daha hızlı kanıksanıp yayılabilmektedir.

Diğer yandan insan sosyalleşmesinin biyolojik temelini oluşturan Ayna Nöron Sistemi (Mirror Neuron System) üzerine yapılan ilk fMRI çalışmaları, insanların birbirlerini otomatik olarak taklit etme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Kişilik gelişiminin tamamlanmadığı çocuklarda ya da zayıf kişiliklerde yoğun bir şekilde rastlanan bu duruma (taklit/öykünme mekanizmasının çalışmasına) “bukalemun etkisi” adı verilmiştir.<sup>23</sup> Özellikle ayna nöronları harekete geçiren medyatik uyarıcılar, satılmak istenen mesajın etkinliğini artırmaktadır.

10- Gruba aidiyet duygusunu istismar etmek. Diğer bir ifadeyle mesaja/bilgiye, muhataplarına göre içerik kazandırmak. Bu metotta özellikle spesifik bir kitle hedefleniyorsa onların lokal aidiyetleri ve değerlerine atıf yapılır. Haddizatında grubun kanaatini değiştirmek, tek bir ferdin kanaatini değiştirmekten daha kolaydır. Liderin “durum”unun değiştirilmesiyle bütün cemaatin “durum”u değiştirilebilmektedir. Grup aidiyetinin insandan aldığı özelliklerden biri de özgürlüğün tekilliğidir.

11- Asıl mesajı vermeden evvel makul ve rasyonel yöntemlerle zihinleri hazır hâle getirmek.

Şurası muhakkak ki bugün insanlar, geçmişte olduğundan daha fazla bir şekilde, hakikat için bedel ödemek yerine yalan ya da sanal olanda kaybolmayı yeğleyebilmektedir. “Hakikat çizmesini giyinceye kadar yalan dünyayı yedi kez dolaşır.” vecizesi sadece bir söylence değildir. Zira hakikat nazlıdır. Çaba ve sabır ister. O adeta enformasyon cangılında endemik bir türe dönüşmüştür. Bilginin aperitifleştiği, sahteliğin janjanlı ambalajlara girdiği bir vetirede; doğası gereği kıvrak, hızlı ve oryantal olan yalan daha epidemik bir hüviyet kazanmıştır. Bu yüzden kolay ele geçen hakikatler karşısında temkinli olmak, çoğu zaman insanı hatadan koruyacaktır.

22 Propaganda kelimesi Latince *propagare* kökünden gelmektedir. Yeni fidanlar elde etmek üzere toprağı ekmek anlamındadır. İlk olarak Roma Katolik kilisesi tarafından fikirlerin yayılması anlamında kullanılarak literal bir mefhum hâline getirilmiştir.

23 Marco Lacoboni - Mirella Dapretto, “The Mirror Neuron System and the Consequences of its Dysfunction”, *Nature Reviews Neuroscience* 7 (2006), 942-951.

## 2. Dijital Medya ve Zihnin Erken İğvası

John Locke'ın (1632-1704) "tabula rasa"sının ya da William Godwin'in (1756-1835) "boş beyaz sayfası"nın, Jean-Jacques Rousseau'nun (1712-1778) "soylu vahşi"sine nasıl dönüştüğü sorusunun cevaplarından biri, epistemolojik imkânlarımızla ilgilidir. Britanyalı John Locke "akılda doğuştan gelen bilgi olmadığını ve aklın deneyimlerle dolacak boş bir sayfa olduğunu" ileri sürmüştü. Dünya hakkında bildiğimiz her şey öğrenilir; dolayısıyla bir fikirle ne kadar sık karşılaşsak ve bu fikri başka fikirlerle ne kadar etkin bir şekilde bağdaştırırsak zihnimizdeki tesiri o kadar kalıcı olur"<sup>24</sup> diyordu. Her ne kadar Locke'ın fikirleri bugün için geçerliliğini kaybetmişse de bir bilgiye sürekli maruz kalmanın, sürekli aynı fikri ekosistemin içinde yaşamamanın, zamanla *zihin körlüğü* denilen patolojik bir duruma yol açtığı artık bilinmektedir. Bu yüzden *sahih* ile *sahteyi* ayırt edebilmenin ön şartı, olabildiğince arınmış bir zihne sahip olmaktır. Zihni temizlemenin yoluysa öncelikle bilgi kanallarının arıtılmasından ve bilişsel süreçlerin tahkikinden geçmektedir.

Özellikle zihinsel gelişimi henüz tamamlanmamış çocukların ve gençlerin daha kolay manipüle edildiği bir gerçektir. Peki, "Çocukların kararları, gerçekten çocukların kararları mıdır?" Erken yaştan itibaren çocukların da kendi kararlarını alması gerektiğini söyleyen popüler kültür endüstrisi, bu fikri savunurken dünyada 2 trilyon \$'a dayanan çocuk tüketiminden ve küresel ideolojiden ne kadar bağımsız konuşmaktadır?<sup>25</sup>

"Genç bireyler inanç konusunda kendi özgür seçimlerini yapmalı" cümlesi sadece liberal bir söylem olarak değil, teolojik açıdan özgür iradenin değeri bakımından da önemlidir. Fakat gençlerin sağlıklı karar alabilmeleri için beş temel esastan biri olan; aklın korunmasının önemini vurgulamak da gereklidir. Bu hususta bireyden topluma ve devlete kadar alınması gereken tedbirler birlikte değerlendirilmelidir. Aksi takdirde henüz psikolojik gelişimleri ve karakter oluşumu tamamlanmamış gençlerin, seçme ikilemi ile değil; seçme çıkmazıyla karşı karşıya kalması, doğru bilgiye erişim sorunu ve buna bağlı olarak muhakeme zafiyetinin yaşanması kaçınılmazdır. Post-truth çağında tercihlerin sorumluluğunu almak yerine, haz ve hız ekseninde yaşamamanın geçer akçe olduğunu unutmamak gerekir.

David Riesman, çocuklarda karakter inşasını esasen insani araçların başaracağını; bunların da ebeveynler, öğretmenler, akran grupları ve son olarak masalcılar olarak dörde ayrıldığını kaydeder. Ancak masalcılar, sayılanlar içerisinde

24 John Locke, *İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme*, çev. Meral Delikara Topçu (Ankara: Öteki Yayınevi, 2000), 56,101,133.

25 Gültekin, *Algı Yönetimi ve Manipülasyon*, 33.



etkinlik gücü en yüksek olanlardır.<sup>26</sup> Zira sanatçılar, yazarlar ve sosyal medya fenomenleri gibi konvansiyonel ve dijital medyanın her türlüşünün dâhil olduğu bu grup, dijital çağın fırsatlarından alabildiğine yararlanarak içinde yaşanan dünyayı resmetmekte ve çocuğun zihnine kazıymaktadır. Haddizatında bu dönemde, zihnin biyolojik evresi en esnek aşamadır. Daha çok benliğin oluşumu esnasında yaşanan bu süreçte, kimliğin özerkleşmesi ve nevi şahsına münhasır bir özellik elde etmesi olanaksızlaşmaktadır.

Hasılı bilgiye muhatap olan birey, onun üretilmesinden yayılmasına kadar geçen çeşitli evrelerde muhtelif şekillerde yönlendirilmekte; sofistike bilinç dışı etkiler yaratılarak erken dönemden itibaren manipüle edilmektedir. Böylece insanın davranışları üzerindeki failliği açıkça sakatlanmaktadır. Failliği zedelenen bireyin eylemleri üzerindeki otokontrolü zayıflayınca, mükelleflik zedelenmekte ve sadece hukuki, etik, psikolojik ve sosyolojik değil; aynı zamanda teolojik bir sorunsal meydana gelmektedir.

### 3. Modern Bir Satış Yöntemi Olarak Nöropazarlama ya da Beyindeki Satın Alma/Karar Düşmesini Bulmak

Günlük hayattaki pek çok kararımız bilinç dışı olarak verilir. Bilinç dışının oluşmasında ise çevre, birinci derecede etkilidir. Oldukça geniş bir çeşitliliğe sahip çevrenin içerisinde ise medya ilk sırada yer alır. Zira medya, kullandığı yöntemlerle beyni zaman zaman diskalifiye edecek zaman zaman da onu ayartacak yöntemlere başvurabilmektedir. Karar biliminin modern uzmanları, reklamcılardır. “Antik Babil’deki ilk reklamlardan beri satıcılar, insanların satılan şeyin ismini bilmelerinin faydasının farkındadır.”<sup>27</sup> İsimleşmiş markalar (sana yağ, selpak ve neskafe gibi) bu hususun en çarpıcı örnekleridir. Reklamcıların işi “marka hafızası” oluşturmaktır. Marka adlarının büyük ve küçük harflerle yazılışına, harflerin karakterine ve rengine bağlı olarak dahi beynin verdiği nöropsikolojik tepkiler değişebilmektedir.<sup>28</sup>

Gün boyu baktığı her yerde -tefondada, televizyonda, radyoda, gazetede, internette, sokaktaki tabelada vb.- fikirden emtiyaya kadar “ürün” propagandasına/kakofonisine maruz kalan beynin, sağlıklı karar verme kabiliyetini koruması çok zordur. Propagandacılar hem düşüncelerimizi hem de düşünme biçimlerimizi etkilemek isterler. Reklamcılığın tek ahlakı vardır; o da ürünü (ideolojik

26 David Riesman vd., *The Lonely Crowded/ A Study of the Changing American Character* (New York: Yale University Press, 1969), 37.

27 Bruce Hood, *Benlik Yanılsaması*, çev. Eyüphan Özdemir (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014), 183.

28 Possidonia F. Gontijo vd., “How Brand Names are Special: Brands, Words, and Hemispheres”, *Brain and Language* 82 (2002), 327-343.

fikir, kültürel içerik, ticari emtia vb.) pazarlamaktır. Satış rakamlarının ve etki istatistiklerinin yanında ahlaki değerlerin bir kıymeti yoktur.

Reklamcılar ve propagandacılar, bireylerin arzu ve dürtülerini kışkırtarak satışa, tanıtıma ya da iknaya konu olanı pazarlamayı amaçlarlar. Nörobijolojinin sahne almadığı yıllarda psikoloji biliminin verilerinden yararlanan ajanslar, işlerinde başarılı olmak için Birleşik Amerika ve Avrupa’da psikolog, sosyolog, psikanalist ve sosyal antropolog istihdam etmeye özen gösterirdi.<sup>29</sup> Bugün ise bu listenin en önemli uzmanı, bir sinir bilimcidir. Reklamcılık ve pazarlama sektöründe buna *bilimsel reklamcılık* adı verilmektedir.

Tüketici sinir bilimine ilişkin ilk araştırmalar, markalar<sup>30</sup> hakkında beynin hangi alanlarının uzmanlaştığını keşfetmeye yönelikti. Zamanla marka tercihinde, nörobilimin verilerinden yararlanmak için karar bilimiyle de ilgilenilmeye başlandı ve süreç; var olanı keşiften, onu değiştirmeye evrildi.

Tanıtıma konu mesajın/ürünün özellikleriyle ilgisi olmayan çeşitli duyuşal unsurlarla muhatabın rasyonel karar verme yeteneğini by-pass eden reklam türleri, zihinsel kontrolü akamete uğratma özelliği taşır. *Journal of Neuroscience, Psychology and Economics*’de yayımlanan bir makale, tüketicilerin en çok bu türden reklamlara dikkat etmesini önermektedir. “Mantıksal ikna” (logical persuasion) yönteminin kullanıldığı reklamlarda, ürünle ilgili bilgiler verilerek alıcı ikna etmeye çalışılır. Örnek: “X yakıt türüyle şu kadar kilometre yol yapılabilir. İkinci reklam türünde ise ürünle ilgili içerik bilgisine hiç değinilmez. Sadece eğlencenin ya da cinselliğin öne çıkarıldığı yahut daha başka alakasız bağlarla betimlenen ürün bilgisi araya sıkıştırılır. Buna “rasyonel olmayan etki” (nonrational influence) adı verilmektedir. Araştırmada deneklerin EEG değerleri ölçülmüş ve çok ilginç sonuçlar ortaya çıkmıştır. Denekler, mantıksal iknaya dayalı reklamları izlediklerinde; duygusal işleme ve karar verme ile ilgili beyin bölgelerinin (orbitofrontal ve anterior singulat bölgeler ve hipokampus dâhil) belirgin şekilde yüksek aktivasyon sergilediği tespit edilmiştir. Bu beyin bölgeleri, rasyonel düşünceyle irade kontrolünün etkin olduğu ve dürtüsel tepkilerin kontrol edilmesine yardımcı olan beyin bölgeleridir. Fakat aynı beyin bölgelerinin “rasyonel olmayan etki” taktiğine göre hazırlanmış reklamlar izlenirken harekete geçmediği müşahede edilmiştir. Bu yüzden Semel Nörobilim ve İnsan Davranışı Enstitüsü’nde çalışmalarını yürüten psikiyatri profesörü Ian Cook’un “Beyninize ve cüzdanınıza dikkat edin.” sözü çok anlamlıdır.<sup>31</sup>

29 Brown, *Beyin Yıkama*, 141.

30 Marka kavramıyla sadece ekonomik ürünleri kastetmediğimizi, politikadan kültüre kadar her türlü toplumsal görüngüyü içeren geniş bir yelpazeyi kastettiğimizi belirtmek isteriz.

31 Ian A. Cook vd., “Regional Brain Activation with Advertising Images”, *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics* 4/3 (2011), 147-160.

Reklamlar aracılığıyla sağlanan marka bilinirliği hakkında yapılan fMRI araştırmalarında, favori markaların tercihinde duygular ve ödülle ilişkili beyin bölgelerinde daha belirgin değişiklikler gözlemlenirken aynı anda rasyonel süreçlerle ilişkili bölgelerde etkinliğin azaldığı tespit edilmiştir. Hafızaya dayalı ürün seçimlerinde beynin duygu bölgeleri etkinlik kazanırken işleyen bellek ve muhakeme ile ilgili beyin alanlarında aktivasyon azlığı gözlemlenmiştir.<sup>32</sup>

Nöropazarlamadaki son keşifler, hafızanın yapılandırılmasında duyguların başat role sahip olduğunu göstermiştir. Satın alma kararları, gerçeğin rasyonel bilgisine erişmeden 6-10 saniye içinde verilebilmektedir. İnsanlar çoğu zaman mantıklı bulduklarında değil, inandıklarında bir fikri benimsemekte yahut bir ürünü satın almaktadır. Propaganda faaliyetleri ve reklamlar, inanç ve niyetle ilgili beyin bölgelerini gözeten mantıksal zihne sızarak bilinçaltını etkilemek suretiyle bireyi manipüle eder. Bu tür duyuşsal uyarıcılar, adeta korunaklı kalenizi ele geçirmiş bir Truva atı ya da -beyni bir bilgisayar gibi düşünürseniz- işletim sisteminize sızmış bir Trojan virüsü gibidir.

Bilinç dışını tetikleyecek şekilde filmlere yerleştirilen görseller gerek tüketici tercihlerini değiştirmede gerekse kültürel asimilasyonda aktif bir şekilde kullanılır. Şirketlerin ve kültür üreticilerinin optimal tercihlerini elde etmek için beynin bilinç dışı mekanizmalarını suistimal ettikleri artık sır değildir. Yapılan pek çok araştırma, dijital içerikleri insan zihnini optimize etmek için kullanan reklamcılarının yöntemlerinin işe yaradığını göstermiştir.<sup>33</sup>

Kişinin görsel bir uyarıcıya sürekli maruz kalması, beynin tercihlerini değiştirmesine yol açmaktadır. Zira insan beyni, yoğun bir şekilde maruz kaldığı uyarıcılar karşısında edilgenleşen mekanizmalar içermektedir. “Görsel maruz kalma etkisi” ürünün ya da fikrin bilgisine erişme imkânı varken bilinçli beyni etkisizleştirmekte ve görsel algının rasyonaliteye tercih edilmesine sebebiyet vermektedir.<sup>34</sup> Duyuşsal uyarıcı şiddeti, beynin bilinçli karar süreçlerinden sorumlu nöral yollarını pasifize etmektedir.

Gerek konvansiyonel medyada gerekse dijital medyada ekrana kısa süreliğine (30 ms. ya da daha az) gömülen subliminal reklam tekniği de izleyiciyi çaresiz bırakan bir hızda oynar. Amaç şuur altını harekete geçirmektir. Öyle

32 Bk. Michael Deppe vd. “Evidence for a Neural Correlate of a Framing Effect: Bias-specific Activity in the Ventromedial Prefrontal Cortex During Credibility Judgments”, *Brain Research Bulletin* 67/5 (2005), 413-421; Deppe vd. “Nonlinear Responses Within the Medial Prefrontal Cortex Reveal When Specific Implicit Information Influences Economic Decision Making”, *Journal of Neuroimaging* 15/2 (2005), 171-82.

33 Mark Changizi, “Effects Of Unconscious Exposure To Advertisements”, *ScienceDaily* (Erişim 25 Eylül 2021).

34 Changizi, “Effects Of Unconscious Exposure To Advertisements”, *ScienceDaily* (Erişim 25 Eylül 2021)

ki 1950’lerde şuuraltını hedef alan reklamcılık tarzı, bireyin seçme hürriyetini akamete uğrattığı için hükümetler tarafından yasaklanmıştır.<sup>35</sup> 1950’den bugüne reklamcılığın ve dijitalizmin kat ettiği yolu düşününce yasaklamakla baş edilemeyecek denli büyük bir tröst ile yüzleşmek zorunda kalırız. Manipüle edilen insan anlağı yoluyla bireyler, sağduyulu bir şekilde düşünmeden tercih yapmakla karşı karşıya kalır. Otoriteye öykünmeyi esas alan, libidoya seslenen ya da sosyal grupların ideolojik dünyaları üzerinden geliştirilen haber mamulleri ve reklam içerikleri, epistemik birer serseri kurşun hâlinde her yeredir. Tarafsız olduğu varsayılan bir haber bile konuya rasyonel yaklaşımlar için janjanlı bir reklamdansa daha etkili olabilir.

Nöropazarlamanın varoluş nedeni; beynin enerjisinin yalnızca yüzde 2’sinin bilinçli aktiviteye harcanması, geri kalanının büyük ölçüde bilinçsiz işleme ayrılması gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden şirketler, bilinçli tercihlerden ziyade bilinçaltına odaklanmayı tercih ederler. Nöropazarlama firmaları, satış alanlarının başarılı olması için tüketicilerin ürünlere ilk ilgilerinin, satın alma eğilimlerinin ve marka sadakatının geliştiği beynin bilinçaltı seviyelerinin anlaşılması gerektiğini söyler. Beyin dalgalarının ölçülmesi yoluyla dikkat, duygu ve hafızanın incelendiği bu yeni metotlarla uyarılara verilen derin bilinçaltı tepkiler belirlenebilir. Bir başka ifadeyle “beynin gizli fısıltıları” deşifre edilebilmektedir. Nöropazarlama firmaları bugün, en yeni zihin madenciliği tekniklerinde (EEG, fMRI, Eye Tracking) veya ürün ve reklamlar karşısında cilt, kas ve yüz tepkilerini izleyen biyometrik yöntemlerde uzmanlaşmış durumdadır. Pennsylvania Üniversitesi’nde iletişim profesörü olan Joseph Turow, nöropazarlamanın en yeni enkarnasyon olduğunu belirterek pazarda bireysel tüketiciyi yakalamanın, reklamcılıkta her zaman kutsal bir kâse olduğunu belirtir.<sup>36</sup> Gelinek noktada nöropazarlama, tüketicilerde marka bilinci oluşturmaktan ziyade bir “beyin yıkama” özelliği taşımaya başlamış durumdadır. Bu yüzden uygulamalara sektörde artık “marka yıkama” şeklinde isim verilebilmektedir. Uzmanlar, çocuklar bir yana yetişkinlerin bile yeni yöntemlerle rasyonel savunma sistemlerinin aldatılabildiği belirtmektedir.<sup>37</sup>

Nöropazarlama teknikleriyle sadece ürünler pazarlanmamakta, inançtan ideolojiye, politik tercihten kültürel öğelere kadar geniş bir yelpazede her türlü fikir zihin virüsleri aracılığıyla yayılmaktadır. Bu bağlamda nöropazarlama aynı zamanda bireyin ahlaki davranış sergileme potansiyelini baltalayan bir amaca

35 Brown, *Beyin Yıkama*, 157.

36 Bk. Joseph Turow, *The Daily You / How the New Advertising Industry is Defining Your Identity and Your Worth* (USA: Yale University Press, 2011), 147-148.

37 Natasha Singer, “Making Ads That Whisper to the Brain”, *New York Times* (Erişim 15 Eylül 2021).

hizmet edebilmektedir. Zira sinir bilimin beyin hakkındaki bulguları arttıkça seçimler hususunda bireyin serbestliği daha çok kısıkaca alınır hâle gelmiştir. Kapitalist sistem ve seküler ideolojinin aktüel araçları, hayatlarımız üzerindeki etkinliğini artırmış; beynin işletim sisteminin ifşasıyla birlikte vahşi kapitalizmin ve küresel kültürün boyunduruğu, nobranlık sınırlarını aşmıştır.

#### 4. Karar Süreçlerinin Self-Manipülasyonu

İnsanlar, internette alışveriş yaparken en çok puan alan seçenekler üzerinde daha çok durur ve genelde seçimlerini o yönde kullanırlar. Çoğu zaman az puan almış bir ürünü tercih etmeye cesaret edilmez. Başkalarının deneyimlerinden yararlanmak, zihin konforuna uygundur. Kitle psikolojisi devreye girer ve karar/hüküm, kolayca verilir. Aksi takdirde bilişsel süreçlerde yorgun düşmek, seçme ikileminin ıstırabına maruz kalmak ve dolayısıyla beynin aşırı enerji tüketmesine göz yummak kaçınılmazdır.<sup>38</sup> Beyin, kendi enerji politikası gereği kişiyi, bazen bilinç dışı bir şekilde kolay olana yönlendirir. Fakat bu durumda birey, riske girmekten kaçınırken başka riskleri göze almak durumunda kalır. Başkalarının kolektif deneyimine teslim olmanın doğuracağı muhtemel sakıncalar bir yana bireysel özerklik ve özgünlüğün aşınması kaçınılmazdır. Beyne ilişkin bu bilgiyse dijital mecralarda çeşitli suistimaller için fırsatlar(!) sunar.

Karar verme süreçlerinde baskı unsuruna dönüşen pek çok faktör vardır. Alışkanlıklar, ideolojiler, inançlar ya da batıl inançların her biri nörozihinle yakından ilgilidir. Düşünce beyin biyolojisini etkilediği kadar, beyin biyolojisi de düşünce ve davranışları şekillendirebilmektedir.

Bilinçli ve bilinç dışı seçimlerimizle ilgili olan duyguların, hareketlerimiz üzerinde bariz rolü bulunmaktadır. Psikanaliz yaklaşım, insanların her zaman azami haz ve asgari acı çerçevesinde davranmamasının nedenlerinden biri olarak bilinçaltı ve bilinç dışı tesirleri gösterir. Bazı araştırmalar duyguların, doğuştan gelen beyin devreleriyle ilgisini ortaya koymuştur. Bu beyin devreleri, özelleştikleri bazı fiil kategorilerini etkinleştirerek organize olurlar. Bu bağlamda karşılıklı olarak birbirlerini ketleyen ve beynin orta kesimini, limbik sistemi ve temel sinir devrelerini harekete geçiren dört büyük duygu sistemi üzerinde

38 Beyin, vücudun bütününe oranla küçük bir alan kaplamasına rağmen toplam oksijen ve klorinin yaklaşık %20-25'ini tüketir. Bunun nedeni, yoğun işlevselliğe bağlı olarak beynin metabolik aktivitesinin vücudun geri kalanının aktivitesinden yaklaşık on kat daha fazla olmasıdır. Örneğin bir satranç ustası yalnızca düşünerek ve masadaki küçük tahta parçalarını hareket ettirerek 6000-7000 kalori yakabilmektedir. Bk. C. Robert Cloning, *Feeling Good/ The Science of Well-Being* (New York: Oxford University Press, 2004), 248; Hood, *Benlik Yanılsaması*, 49; Robin I.M. Dunbar, "The Social Brain Hypothesis", *Evolutionary Anthropology* 6 (1998), 178-190.

durulmaktadır. Bunlar; arzu ya da güdülenme, öfke, korku, çaresizlik ve panik hâlleridir.<sup>39</sup>

Özellikle korku gibi güçlü duyguların insan davranışlarına yön verdiği bilgisine Kur'an'da da rastlamak mümkündür: “Şeytan sizi fakirlikle korkutur ve size cimriliği (kötü işleri) telkin eder.”<sup>40</sup> Korkunun bu özelliği, kitleleri kanalize etmede araçsallaştırılır. Örneğin terörle, irticayla, göçmen istilasıyla, ekonomik buhran vb. vurgularla sadece halklar değil; siyasal akıllar da yönlendirilir. Korku ve öfke gibi duyguların temerküz ettiği beyin bölümü olan amigdala, iradenin kontrolünü ele geçirdiğinde akıl ve sezgi zorunlu olarak devre dışı kalır. İradenin ve bilişsel süreçlerin işlev kazandığı ön beyin bölgesi (prefrontal korteks) etkinliğini kaybeder.<sup>41</sup>

Bazı nörobilimciler mutluluk, öfke, endişe gibi duygu durumlarının soyut zihinsellikle ilgisinin olmadığını, özünde beynin basit elektriksel aktiviteleri olduğunu savunur. Duyguların da tıpkı düşünce gibi aslında nörokimya -yani madde- olduğunu ileri süren bu yaklaşım, insanda yapay duygular üretilbileceğini böylece davranışların kontrol edilebileceğini belirtmektedir. Bununla birlikte insanın soylu davranışlarının ardında nörobiyolojik nedenlerin bulunduğunu savunmanın, onların değerini tahfif etmediği savunulur.<sup>42</sup>

Çeşitli nörobilimsel kanıtlar, sağlam ve rasyonel karar vermenin aslında önceki duygusal süreçlere bağlı olduğunu göstermektedir. “Somatik belirteç hipotezi” adı verilen bu teoride, karar esnasında yaşanan duygusal etki için sistem düzeyinde nöroanatomik ve bilişsel bir çerçeve sağlandığı ileri sürülmektedir. Bilinçli ve bilinçsiz kararlarda biyo-düzenleyici beyin sistemleri aktif olarak görev almaktadır.<sup>43</sup>

İnsan beyni bir bilgisayar ya da hesap makinesi gibi çalışsaydı -yani girdi ve çıktılarının basit nedenselliğine dayansaydı- algı manipülatörlerinin davranışlar üzerindeki etkisinden söz edilemeyecekti. Ancak oldukça sofistike bir sisteme sahip olan beyin, duygusal girdileri karar ve davranışa dönüştürünceye kadar duygulardan hafızaya kadar geniş bir mekanizmayı işe koşmaktadır. Beyin psi-

39 Jaak Panksepp “Towards a General Psychobiological Theory of Emotions”, *Behavioral and Brain Sciences* 5 (1982), 407-467.

40 Kur'an-ı Kerim Meâli, haz. Hayrettin Karaman vd. (Ankara: TDV Yayınları, 2001), el-Bakara 2/268.

41 Jonah Lehrer, *Proust Bir Sinirbilimciydi*, çev. Ferit Burak Aydar (İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009), 187.

42 John Eccles, “Evolution of Consciousness”, *Proceedings of the National Academy of Science* 9 (August, 1992), 7320-7324; Antonio Damasio, *Descartes'in Yanılgısı/Duygu, Akıl ve İnsan Beyni*, çev. Bahar Atlamaz (İstanbul: Varlık Yayınları, 1999), 130-132; Francis Crick, *Şaşırta Varsayım*, çev. Sabit Say (Ankara: Tübitak Yayınları, 1997), 289.

43 Antoine Bechara - Antonio R. Damasio. “The Somatic Marker Hypothesis: A Neural Theory of Economic Decision”, *Games and Economic Behaviour* 52 (2005), 336-372.

ko-galvanik tepkimelerle işleyen bir süreç yürütür. Bu bağlamda geleneksel ekonomik düşüncenin aksine yalnızca faydaları hesaplamak ve maksimize etmek temelinde değil, aynı zamanda duygular ve “doğru” hissettiren şeyler temelinde de kararlar aldığımız artık bilinmektedir.<sup>44</sup> Bu malumat ise insanın “kim”liğinin tesisinde ana amil sayılan seçimlerin çevresel faktörlerce sabote edilmesine imkân yaratmaktadır.

## 5. Nöroplastisite ve Medya

Öğrenmenin, düşünmenin, duygulanımının, kişiliğin ve kısaca “ben olma”nın (ene) biyolojik temelini teşkil eden insan beyni, nöroplastisite özelliği ile değişime açık bir yapıya sahiptir. Nöroplastisite adı verilen bu durum sinir sisteminin temel özelliğidir.

Nöroplastisite; beynin sadece deneyimlere bağlı biyolojik değişimini ifade etmemekte, sistemin verdiği tepkileri de kapsamaktadır. Doğumla birlikte başlayıp ölünceye kadar devam eden tüm etkileşimler, beynin fiziksel yapısında hem etkilenme hem de etkileme boyutuyla karşılık bulmakta, bir başka ifadeyle bir karşılaşmaya yol açmaktadır. Bugün sinirbilimciler, nöroplastisiteyi işlevsel ve yapısal plastisite şeklinde tasnif ederler. İşlevsel esneklik, duyuşsal ve bilişsel süreçlerle ilgiliyken yapısal esneklik nörogenез de dâhil olmak üzere beyin fizyolojisindeki değişimleri konu edinmektedir.<sup>45</sup>

Nöroplastisite, bağımlılık yapan maddeler başta olmak üzere tüm müptelâlıkların ve kontrol dışı alışkanlıkların beynin ödül sistemiyle doğrudan ilgisini açığa çıkarmıştır. Bağımlılıklar, ödül sisteminin biyolojik sistemini ele geçirmekte ve iradi denetimi etkisizleştirmektedir. Bunlar öncelikle narkotik maddeler ve halk arasında “yeşil reçeteli ilaçlar” olarak bilinen ecza türleridir. Mutluluk hormonu da denilen dopamin salgılaması için beyni tetikleyen bu uyarıcılar, sürekli kullanıldığında zihin sağlığı ve otokontrol mekanizması için zararlı etkiler barındırmaktadır. Zira dopamin karar alma süreçlerinde kullanılan beyin kimyasallarının (nörotransmitter) en kritiğidir. Salgılanan dopamin, alışkanlık kazanımı ve istemli hareketlerin denetiminde kritik rol oynayan korteks altı yapılarına (akümben çekirdek) kadar uzanır. Bu bölge, bellek ve karar vermede işe koşulan beyin bölgeleriyle korku ve kaygı gibi duyguları kontrol eden amigdala ile yakın ilişki içerisindedir. İnsana haz veren her şey, ilgili beyin bölgesinde

44 Hilke Plasmann vd., “What Can Advertisers Learn From Neuroscience”, *International Journal of Advertising* 26:2 (2007), 151-175.

45 Moheb Costandı, *Nöroplastisite*, çev. Şiirsel Taş (İstanbul: Pan Yayıncılık, 2017), 20-26; Bogdan Draganski vd., “Changes in Grey Matter Induced by Training”, *Nature* 427 (2004), 311-312; Eberhard Fuchs - Gabrielle Flüge, “Adult Neuroplasticity: More Than 40 Years of Research”, *Neural Plasticity* 2014 (2014), 1-11.

nöron ateşlenmesine ve “nucleus accumbens”e (akümben çekirdek) dopamin gönderilmesine sebebiyet vermektedir. Bu nörobiyolojik ilişkiler nedeniyle tüketim alışkanlıklarından keyif veren deneyimlere kadar bir dizi itiyadın bağımlılık yapma ihtimali bulunmaktadır. Kumar, seks, alışveriş, takdir edilme, sosyal medyada beğeni alma vb. tüm tecrübeler benzer niteliktedir.<sup>46</sup>

Konumuz açısından bizi asıl ilgilendiren husus ise zahirde istence dayalı davranışlardır. Sosyal medya ve internet kullanımına bağlı olarak haber müptelalığı, görünme, beğenme ve beğenilme bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı ve genel olarak pek çok sosyopsikolojik soruna yol açan nomofobidir. Bilgi kanallarının ve medyatik araçların, insanlık tarihinde hiç olmadığı kadar hayatımızın bir parçasına dönüşmesi hatta iletişim aygıtlarının fiziksel bedenimizin bir parçası hâline gelmesi, insanın öznelğine ve özerkliğine vurulmuş zincirlere dönüşmektedir. İşin trajikomik yanıysa insanın, bu seçimleri kendi hür iradesiyle yaptığına inandırılmış olmasıdır.

Sosyalleşme ve empati başta olmak üzere kişisel yetenekleri geliştirmede insana çeşitli imkânlar sağlayan ve nöroplastisitenin temel bileşenlerinden biri olan ayna nöron sisteminin keşfi de insan davranışlarının manipüle edilmesine ve ticari amaçlar için suiistimaline kapı aralamıştır. Bilhassa reklamcılık sektörü, ayna nöronların manipülasyonu ile tüketici alışkanlıklarının değiştirilmesini sağlayabilmektedir. Haddizatında gerek kitle iletişim araçlarının etkisi gerekse beyinde bağımlılığa yol açan kimyasalları harekete geçiren tüketim alışkanlıkları, insan davranışlarının çoğunun özgür seçimlere dayanmadan gerçekleşmesine neden olabilmektedir. İnsan akli bu anlamda, tarihin belki de en edilgen dönemini yaşamaktadır. İnsanın herhangi bir epistemolojik ve enformatik yönlendirme altında kalmadan ahlaki öznelğini koruması ve aldığı kararı ayartılmadan uygulamaya koyabilmesi, postmodern koşullarda oldukça zor görünmektedir.<sup>47</sup>

## 6. Enformasyon Ağında/Çağında Dinin Rolü

Özgür iradenin sakatlandığı noktada devreye, teorik (iman) ve pratik (amel) düzeyde self-kontrolün değerinin farkında olan yapılar olarak dinler girmektedir. Bilhassa İslâm’daki namaz ve oruç ibadeti ile bencillik duygusunu törpüleyen, empati duygusunu geliştiren sadaka ve zekât gibi yardımlaşma araçları; bilinçli benliğin teşekkülüne ve irade kasının kuvvetlenmesine yardımcı olur. Sadece kurumsal dinlerdeki ibadetler değil, meditasyon gibi temelde dinî olmak-

46 Costandı, *Nöroplastisite*, 144-147; Bryan Kolb - Ian Q. Whishaw, *An Introduction to Brain and Behavior*, (Germany: Worth Publishers, 2005), 225; Barry Setlow, “The Nucleus Accumbens and Learning and Memory”, *Journal of Neuroscience Research* 49 (1997), 515-521.

47 Mehmet Ödemiş, *Özgürlüğün Trajedisi* (İstanbul: İnsan Yayınları, 2021), 96.



la beraber bugün popüler kültürün bir parçası olan uygulamalar da aynı şekilde insan zihninin beden üzerindeki kontrol kabiliyetini artırır. Bu bağlamda sinir bilimin verilerinin insanın manipüle edilmesine dolayısıyla onun aleyhine kullanılmasına karşı dinler, en fonksiyonel kişisel gelişim vasıtaları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireyin ahlaki ya da iradi davranış sergileyebilmesi için benliğin otokontrol sisteminin işlevsel olması gerekir. Dış dünyadan gelen güdümlenmiş iletilerle muhakeme yeteneği sarsılan zihin, iradenin kontrolünün ele alınmasını sağlayan araçlar sayesinde eylemsel aktörlüğü kısmen de olsa temin eder. Bu bağlamda öz disiplinin sağlanmasında en yararlı araçlar hâlâ dinlerdir. Dinler gerek vaz etikleri ahlaki ilkeler gerekse mensuplarından uyulmasını istedikleri şer'î yasalar aracılığıyla davranışların kontrolünde, inisiyatifin bireyde kalmasına yardımcı olurlar. Kâdir-i mutlak bir yaratıcı tarafından izlenildiği ve yapıp edilenlerin hesabının verileceği inancı, aktif bir şuur halinin oluşmasına aracılık eder. Diğer yandan bir cemaate yahut kiliseye mensup olmak, dindar bireyin iç dünyasında kontrolü ele almasına katkı sağlar.<sup>48</sup>

Dua ve muhtelif konsantre ibadetler gibi şakak lobu aktivasyonları; bireyde merhamet, empati, fedakârlık ve bilişsel davranış terapisinin altında yatan beyin bölgeleri aktivitesinin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Dinî deneyimin temelini oluşturan beyin bölgeleri ile benlik ve öz-bilinçliliğin gerçekleştiği beyin bölgeleri arasında kayda değer bir ilişki ve örtüşme vardır. Bu yaklaşımda din, ideal bir “yönetici benlik”in yaratılmasına katkıda bulunan öz-düzenleme süreçleri için güçlü bir araç olarak kabul edilmektedir. Bu durum her geçen an daha çok kirlenen/kirletilen dünyada insanlık adına umutlanmaya imkân verir.

Öte yandan dinî ahlaka mutabık olarak alınan kararlar, medya marifetiyle inancın ruhuna ve öğretilerine aykırı bir şekilde manipüle edilebilmektedir. Bu durum dindar insan için teori ile pratik, imanla amel arasında sürekli artan bir uçuruma sebebiyet vermektedir. Haddizatında din sadece akideden/inançtan mütevellit teorik veya psikolojik bir hâl değildir. Din yaşandıkça hayatta kalan bir olgudur. Yaşanmayan, hayata kıyısından/kenarından dokunmayan bir dinin var kalımını sağlaması zordur. Sorun sadece Müslümanların değil, her dinden müminlerin yüzleşmek mecburiyetinde kaldığı bir sorundur. Gidişatın kontrol altına alınamaması, insanı kaçınılmaz biçimde “tenakuzların insanı”na dönüştürmektedir.

48 Roy F. Baumeister – John Tierney, *İrade-İnsanoğlunun En Kudretli Gücünün Yeniden Keşfi*, çev. Oğuz Akyıldız (İstanbul: Tual Yayınları, 2012), 246-247.

## Sonuç

Kuşkusuz insan bir ada değildir; pek çok cüzden meydana gelen bir kıtanın parçasıdır. Bu nedenle etrafını saran her şey, zamanla onun bir parçası hâline gelir ve benliğine ilişir. Varlığın bu geniş kolonisinde yaşanan, tek sesli çalgıdan çok bir senfonidir.

İnsan bir bilgiyle düşünür, bir bilgiyle duygulanır, bir bilgi veya duyguyla inanır ve harekete geçer. Bunların hepsinin toplamı insan olmaktır. Denebilir ki insan bilgiyle insan olur. Beniâdemin eşyanın isimlerini öğrenerek ademden/yokluktan varlığa çıkmasında da kritik evre bilgilenme evresidir. Öyleyse insan olabilmek ve kalabilmek için evvela bilgilenim yollarımızın hijyenini sağlamanız gerekmektedir. Bilgi süreçlerini sterilize etmeden kişinin ne ya da kim olacağına özgürce karar verme imkânı yoktur.

Fert ve toplum olarak muhtelif yöntemlerle algılarımızla oynandığını ve dünyadan haberdar edilirken aslında hakikatten açıkça uzaklaştırıldığımızı akılda tutmalıyız. Bu amaçla kitle iletişim aygıtlarıyla birlikte sinir bilimin verileri araçsallaştırılmakta, sanal/dijital duygu kimyasallarıyla tetiklenen insan rasyonelliği azalır bir tür bilinç kaybıyla karşı karşıya kalınmaktadır.

Kültürel körlük, ideolojik bağnazlık, safiyeti ve feraseti sürekli azalan akıllar, çok boyutlu ve analitik düşünememe, eleştirel düşüncenin terki gibi hususlar, her çağda gerçeğe ulaşmanın önündeki engeller arasında yer almıştır. İçinde bulunduğumuz asırda ise karar organı olan beynin çalışma sisteminin ifşa olması, insan adına yeni bir edilgenliğe kapı aralamıştır.

İletişim vasıtaları, adeta birer virüse dönüştürülen GDO'lu bilgilerin salgın düzeyinde yayılıp bir kod gibi zihinlere yazılmasına aracılık etmektedir. Saf zihinler idlâl yani enfekte edilmekte böylece benliğin immün sistemi olan rasyonalite ve özgür iradenin iktidarsızlaştığı bir çağa tahammül etmek zorunda kalınmaktadır. Salgın düzeyinde gelişme seyreden bu tabloya karşı çağın insanına sunulan en etkili korunma kalkanı ise kanaatimizce yine dinlerden gelmektedir.

## Kaynakça

- Baumeister, Roy F. - Tierney, John. İrade-İnsanoğlunun En Kudretli Gücünün Yeniden Keşfi, çev. Oğuz Akyıldız. İstanbul: Tual Yayınları, 2012.
- Bechara, Antoine – Damasio, Antonio R. “The Somatic Marker Hypothesis: A Neural Theory of Economic Decision”. *Games and Economic Behaviour* 52 (2005), 336-372. DOI:10.1016/j.geb.2004.06.010
- Brown, James Alexander Campbell. Beyin Yıkama. çev. Behzat Tanç. İstanbul: Boğaziçi Yayınları, 2012.

- Cevherî, İsmail bin Hammâd. Tâcü'l-Lüga. thk. Ahmet Abdülğafur Attar. Beyrut: yy., 1979.
- Changizi, Mark. "Effects Of Unconscious Exposure To Advertisements". *ScienceDaily* (Erişim 25 Eylül 2021). [www.sciencedaily.com/releases/2008/12/081209125828.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2008/12/081209125828.htm)
- Cloning, C. Robert. *Feeling Good/The Science of Well-Being*. New York: Oxford University Press, 2004.
- Coleman, Lee. "New Religious and the Myth of Mind Control". *American Journal Orthopsychiat* 54/2 (April 1984), 322-323.
- Cook, Ian A. vd., "Regional Brain Activation with Advertising Images". *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics* 4/3 (2011), 147-160. <https://doi.org/10.1037/a0024809>
- Costandı, Moheb. *Nöroplastisite*. çev. Şiirsel Taş. İstanbul: Pan Yayıncılık, 2017.
- Crick, Francis. *Şaşırtan Varsayım*. çev. Sabit Say. Ankara: Tübitak Yayınları, 1997.
- Cürcânî, Seyyid Şerîf. *et-Târifât*. thk. Muhammed Sıddık el-Minşavi. Kahire: Dârü'l-Fazilet, ts.
- Damasio, Antonio R. *Descartes'in Yanılgısı-Duygu, Akıl ve İnsan Beyni*. çev. Bahar Atlamaz. İstanbul: Varlık Yayınları, 1999.
- Demir, Ömer - Acar, Mustafa. *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. İstanbul: Ağaç Yayıncılık, 1993.
- Daily Sabah. "Dead Man Lies in Empty Street in China's Wuhan Amid Emergency Over Coronavirus". (Erişim 1 Ekim 2021). <https://www.dailysabah.com/asia/2020/01/31/dead-man-lies-in-empty-street-in-chinas-wuhan-amid-emergency-over-coronavirus>.
- Dennett, Daniel C. *Consciousness Explained*. New York: Back Bay Books, 1991.
- Deppe, Michael. vd. "Evidence for a Neural Correlate of a Framing Effect: Bias-Specific Activity in the Ventromedial Prefrontal Cortex During Credibility Judgments". *Brain Research Bulletin* 67/5 (2005), 413-421. DOI:10.1016/j.brainresbull.2005.06.017
- Deppe, Michael. vd. "Nonlinear Responses Within the Medial Prefrontal Cortex Reveal When Specific Implicit Information Influences Economic Decision Making". *Journal of Neuroimaging* 15/2 (2005), 171-82. DOI:10.1177/1051228405275074
- Dowling, John E. *Understanding the Brain / From Cells to Behavior to Cognition*. New York: W. W. Norton Company, 2018.
- Draganski, Bogdan vd. "Changes in Grey Matter Induced by Training". *Nature* 427 (2004), 311-312.
- Dunbar, Robin I.M. "The Social Brain Hypothesis". *Evolutionary Anthropology* 6 (1998), 178-190.
- Dunning, David. "The Digital Human". *bbc.com* (Erişim 20 Eylül 2021). <https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/2JKXrnnIdSwbfjDvXT1RXjP/is-ignorance-bliss-in-a-digital-world>

- Eccles, John J. "Evolution of Consciousness". Proceedings of the National Academy of Science 9 (1992), 7320-7324
- Eş'arı, Ebü'l Hasan. *Makâlâtü'l-İslâmiyyîn ve'htilâfü'l-Musallîn*. neş. Helmut Ritter Weisbaden: ts., 1980.
- Fine, Cordelia. *Başına Buyruk Beyin*. çev. Pınar Turanlı. İstanbul: Sel Yayınları, 2010.
- Fuchs, Eberhard - Flügge, Gabrielle. "Adult Neuroplasticity: More Than 40 Years of Research". *Neural Plasticity* 2014 (2014), 1-11.
- Gültekin, Mücahit. *Algı Yönetimi ve Manipülasyon*. İstanbul: Pınar Yayınları, 2021.
- Gontijo, Possidonia F. vd., "How Brand Names are Special: Brands, Words, and Hemispheres". *Brain and Language* 82 (2002), 327-343.
- Hood, Bruce. *Benlik Yanılsaması*. çev. Eyüphan Özdemir. İstanbul: Ayrıntı Yayıncılık, 2014.
- Human Rights Watch. "China's Covid success Story is Also a Human Rights Tragedy". *hrw.org*. (Erişim 26 Eylül 2021). <https://www.hrw.org/node/377695/printable/print>
- İbn Kayyım el-Cezviyye, Ebû Abdillâh Şemsüddîn Muhammed b. Ebî Bekr b. Eyyüb ez- Züraî. *er-Ruh*. çev. Şaban Haklı. İstanbul: İz Yayıncılık, 2007.
- İbn Manzûr, Ebu'l Fadl Cemâlüddin Muhammed b. Mükerrerem. *Lisânü'l-'Arap*. nşr. Ahmed Fâris eş-Şidyâk. 20 Cilt. Beyrut: y.y., ts.
- İcî, Adudüddin Abdurrahman. *el-Mevâkîf*. thk. Abdurrahman Umeyre. 3 Cilt. İran: y.y, 1907.
- İsfahânî, Ebü'l-Kâsım Hüseyin b. Muhammed b. el-Mufaddal Râgıb. *Müfredâtü elfâzi'l-Kur'an*. thk. Safvan Adnan Dâvûdî. Beyrut: y.y., 1412/1992.
- Kalb, Jonathan. "The Downtown Gospel According to Reverend Billy", *New York Times*. (Erişim: 27 Şubat 2000). <https://www.nytimes.com/2000/02/27/arts/spring-theater-visions-america-downtown-gospel-according-reverend-billy.html>
- Kolb, Bryan - Whishaw, Ian Q. *An Introduction to Brain and Behavior*. Germany: McMillan Worth Publishers, 2005.
- Locke, John. *İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme*. çev. Meral Delikara Topçu. Ankara: Öteki Yayınevi, 2000.
- Lacoboni, Marco - Dapretto, Mirella. "The Mirror Neuron System and the Consequences of its Dysfunction". *Nature Reviews Neuroscience* 7 (2006), 942-951.
- Ödemiş, Mehmet. *Talita Kum*. Ankara: Maarif Mektepleri, 2019.
- Ödemiş, Mehmet. *Özgürlüğün Trajedisi*. İstanbul: İnsan Yayınları, 2021.
- Packard, Vance. *The Hidden Persuaders*. New York: Ig Publishing, 2007.
- Panksep, Jaak. "Towards a General Psychobiological Theory of Emotions". *Behavioral and Brain Sciences* 5 (1982), 407-467.
- Pratto, Felicia. "Power Basis Theory: A Psychoecological Approach to Power", *Social Motivation*. ed. David Dunning. New York: Psychology Press, 2011.

- Proctor, Robert N. – Schiebinger, Londa. *Agnology, The Making and Unmaking of Ignorance*. California: Stanford University Press, 2008.
- Riesman, David vd. *The Lonely Crowded/ A Study of the Changing American Character*. New York: Yale University Press, 1969.
- Ryle, Gilbert. *The Concept of Mind*. New York: Routledge, 2009.
- Setlow, Barry. “The Nucleus Accumbens and Learning and Memory”. *Journal of Neuroscience Research* 49 (1997), 515–521.
- Shaffer, Jerome A. *Zihin Felsefesi Açısından Bilinç, Ruh ve Ötesi*. çev. Turan Koç. İstanbul: İz Yayıncılık, 1991.
- Singer, Natasha. “Making Ads That Whisper to the Brain”, *New York Times* (Erişim 15 Eylül 2021). <https://www.nytimes.com/2010/11/14/business/14stream.html>
- Tehânevî, Muhammed A'lâ b. Ali b. Muhammed Hâmid et-Tehânevî el-Fârûkî. *Keşşâfü ıstılâhâtî'l-fünûn ve'l-'ulum*. 2 Cilt. b.y., y.y., t.s.
- Uzbay, Tayfun. *Görünmeyen Beyin*. İstanbul: Destek Yayınları, 2017.
- Wedgwood, Hensleigh. *A Dictionary of English Etymology*. London: Trübner Co., 1872.
- Yar, Erkan. *Ruh-Beden İlişkisi Açısından İnsanın Bütünlüğü Sorunu*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2011.



# Evanjelik Hıristiyanlıkta Kitle İletişim Araçlarının Rolü: Kurtuluş Ordusu Örneği<sup>1</sup>

Şevket Özcan<sup>2</sup>

## Özet

İngiltere ve Amerika'daki etkinliğiyle tanınan ve muhataplarının büyük bir teveccüh ve saygı gösterdiği Kurtuluş Ordusu, İngiliz evanjelist William Booth (1829-1912) ile eşi Catherine Booth'un (1829-1890) kurucuları oldukları Viktoryan İngiltere'de ortaya çıkarak gelişen ve günümüzde yüz otuzdan fazla ülkede faaliyet gösteren dini ve sosyal bir harekettir. Çeşitli araştırmalara göre Amerika ve İngiltere'de faaliyet gösteren en yüksek bütçeli dini yardım organizasyonu olarak kayıtlara geçmektedir. Metodist kökenli evanjelik bir hareket olan Kurtuluş Ordusu'nun mesajı İncil'e ve Tanrı sevgisine dayalıdır. Buna göre misyonu Tanrıyı vaaz etmek ve herhangi bir ayırım yapmaksızın insanların ihtiyacını karşılamaktır. En büyük amacı muhataplarını İsa-Mesih taraftarı yaparak Kurtuluş Ordusu'nun saflarında aktif bir evanjelist olarak yetiştirmektir. Kurtuluş Ordusu dini ve sosyal faaliyetlerini gerçekleştirmek için çok çeşitli stratejiler geliştiren ve bu stratejileri uygulamak için her yolu kendine meşru sayan ve her fırsatta yeni yöntemleri kullanmaktan kaçınmayan bir anlayışa sahiptir. Nitekim William'in trenlerle gidemediği kasaba ve köylerdeki faaliyetleri için döneminde ilk defa otomobil kullanan kişi olması ve çocuklara yönelik faaliyetlerde projeksiyon cihazından faydalanılması Kurtuluş Ordusu'nun Viktoryan döneminde fark yaratarak mesajını kitlelere ulaştırmadaki yenilikçi yönünü ve teknolojik araçlardan yararlanmadaki hassasiyetini göstermektedir. Genel olarak Kurtuluş Ordusu'nun bir buçuk asırlık tarihine bakıldığında erken dönemlerinden itibaren dini ve sosyal faaliyetlerini duyurmak ve etkinliğini artırmak amacıyla mevcut kitle iletişim araçlarını etkin biçimde kullandığı görülmektedir. Öyle ki 1879 yılının Noelinde yarım centlik bir kâğıt olarak yayın hayatına başlayan War Cry (Savaş Çığlığı) adlı dergi günümüzde yalnızca Amerika'da Noel döneminde dört milyonluk tираjıyla adından söz ettirmektedir. War Cry'in yanında 1881 yılında çocuk ve gençlere yönelik olarak hazırlanan The Young Soldier (Genç Asker) veya güncellenen adıyla Kids Alive! (Ya-

1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*'nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.

2 Doç. Dr., Kırıkkale Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, ozcan.sevket06@gmail.com, orcid.org/0000-0002-9019-6507

şam Dolu Çocuklar) adlı haftalık çocuk dergisi dünyada türünün en eski yayınlarında birisi olma özelliğini taşımaktadır ve aynı zamanda günümüzde dini çocuk dergileri arasında en büyük tirajı sahiplenmektedir. Ayrıca Kurtuluş Ordusu'nu temsilen farklı ülkelerde çeşitli isimlerle dergilerin çıkarıldığı gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda günümüzde Kurtuluş Ordusu, dini ve sosyal faaliyetleri için gazete, dergi, internet ve sosyal medya gibi birçok kitle iletişim aracını etkin olarak kullanan bir dini hareket görünümünü sunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada Kurtuluş Ordusu'nun evanjelik yaklaşımı çerçevesinde kitle iletişim araçlarını nasıl ve niçin kullandığı kendi kaynaklarından hareketle deskriptif olarak ortaya konmaya çalışılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Hıristiyanlık, Evanjelizm, Kurtuluş Ordusu, Medya.

## Abstract

The Salvation Army, acknowledged with its impact in England and America and to which its interlocutors show great favour and respect, it is a religious and social movement that emerged in Victorian England, founded by the English evangelist William Booth (1829-1912) and his wife Catherine Booth (1829-1890), and is active in over one hundred-thirty countries today. According to several studies, it is recorded as the highest-budget religious aid organization operating in the United States and England. The message of the Salvation Army, an evangelical movement of Methodist origin, is based on the Bible and the love of God. To this idea, its mission is to preach God and to meet the needs of people without any discrimination. Its greatest aim is to persuade its interlocutors to Jesus Christ and to train them as active evangelists in the ranks of the Salvation Army. The Salvation Army has an understanding that develops a wide variety of strategies to realize its religious and social activities and considers every way legitimate to implement these strategies and does not hesitate to use new methods at every opportunity. Thus, the fact that William was the first person to use a car in his period for his activities in towns and villages where he was not able to go by train, and the use of a projector in activities for children made a difference in the Victorian era, showing the innovative direction of the Salvation Army in conveying its message to the masses and its sensitivity in making use of technological tools. When looking at the one and a half century history of the Salvation Army, in general, it is seen that it has used the existing mass media effectively in order to announce its religious and social activities and to increase its effectiveness since its early periods. So much so that the magazine called the War Cry, which started its publication process as a half-cent paper on Christmas of 1879, is estimated with its four million circulation only in America during the Christmas period. Alongside the War Cry, the Young Soldier or with the weekly children's magazine its updated name the Kids Alive! has the distinction of being one of the oldest publications of its kind in the world, and has also the largest circulation among religious children's magazines today. In addition, it is known that magazines with various names are published in different countries representing the Salvation Army. In this direction, the Salvation Army presents a religious movement that effectively uses many mass media such as newspapers, magazines, net and social media for its religious and social activities. From this point of view, in this study, it is tried to descriptively reveal how and why the Salvation Army uses the mass media within the framework of its evangelical approach, based on its own resources.

**Keywords:** Christianity, Evangelism, Salvation Army, Media.



## Giriş

Hıristiyanlık, yaklaşık dünyanın üçte bir nüfusuna karşılık gelen iki milyar mensubuyla günümüzde en fazla taraftarı bulunan din olma özelliğine sahiptir. Hıristiyanlığın bu bakımdan önde yer almasının temel nedeninin yayılmacı bir din olması ve buna bağlı olarak Hıristiyanların dini yayma noktasında her türlü imkân ve aracı kullanmayı önceliklelediği ifade edilebilir (Ellwood-Alles, 2007, 103). Zira Hıristiyanlara göre dünya acı ve ıstıraplarla dolu iken Tanrı ile insan arasındaki uzlaşma bozulmuş vaziyettedir. İnsanlar çobansız koyunlar gibi şaşkın ve perişandırlar (Matta 9/36). Buna karşılık Hıristiyanların temel görevi dinlerini yaşamak, yaşatmak ve diğer insanları Hıristiyan yapmaktır. Tarihi süreçte bu anlayış doğrultusunda Hıristiyanlık dairesi içerisinde farklı yapılanmaların teşekkül ettiği görülür. Bunların en önemlilerinden birisi günümüzde dünyada en büyük Hıristiyan yardım kuruluşu ve aynı zamanda dini bir yapılanma olan Kurtuluş Ordusu (Salvation Army) hareketidir. Kurtuluş Ordusu, “Eylem İçerisindeki Din” sloganıyla dini ve sosyal faaliyetlerini gerçekleştirmek için çağın imkân ve araçlarını kullanmada titiz davranmaktadır (Winship, 2016). Bu itibarla geçmişten günümüze Kurtuluş Ordusu için kitle iletişim araçları faaliyetlerini gerçekleştirmede önemli roller üstlenmiştir. Bu bağlamda öncelikle Kurtuluş Ordusu’nun genel özelliklerine temas edilerek ardından kitle iletişim araçlarını nasıl ve niçin kullandığı ortaya konmaya çalışılacaktır.

## 1. Genel Hatlarıyla Kurtuluş Ordusu

İngiltere ve Amerika’daki etkinliğiyle tanınan ve muhataplarının büyük bir teveccüh ve saygı gösterdiği Kurtuluş Ordusu, İngiliz evanjelist William Booth (1829-1912) ile eşi Catherine Booth’un (1829-1890) kurucuları oldukları Viktoriyen İngiltere’de ortaya çıkarak gelişen ve günümüzde yüz otuzdan fazla ülkede faaliyet gösteren dini ve sosyal bir harekettir. Çeşitli araştırmalara göre bu hareket Amerika ve İngiltere’de faaliyet gösteren en yüksek bütçeli dini yardım organizasyonu olarak kayıtlara geçmektedir. Metodist kökenli evanjelik bir hareket olan Kurtuluş Ordusu’nun mesajı İncil’e ve Tanrı sevgisine dayalıdır. Buna göre misyonu Tanrıyı vaaz etmek ve herhangi bir ayırım yapmaksızın insanların ihtiyacını karşılamaktır. Amacı muhataplarını İsa-Mesih taraftarı yaparak Kurtuluş Ordusu’nun saflarında aktif bir evanjelist olarak yetiştirmektir. Bu amaçla insanları yoksulluk, yalnızlık, bağımlılık, suç işleme, evsizlik, insan kaçakçılığı, hastalık, cahillik, sosyal tecrit, suiistimal gibi maruz kaldıkları her türlü acı ve ıstıraptan kurtarmaya çalışan Kurtuluş Ordusu, yönetim ve pratik bakımından farklılıklarına rağmen kendisini Evrensel Hıristiyan Kilisesinin bir parçası olarak tanımlayan dini ve sosyal bir harekettir (Kinley, 2005, 8063; Özcan, 2020).

Kurtuluş Ordusu'nun ortaya çıktığı Viktoryan İngiltere'de sanayileşmenin etkisiyle toplumsal sınıflar arasındaki farkın giderek büyüdüğü ve işçi sınıfının görünür hale geldiği bir ortamda dönemin ruhunu yansıtan evanjelizmin, sosyal aktivizm anlayışı doğrultusunda toplumsal ve ekonomik sorunlar ve gelişmeler çerçevesinde hareket ettiği görülmektedir. Zira Kurtuluş Ordusu'na kaynaklık eden geç Viktoryan dönemin en önemli iki özelliği, işçi haklarındaki gelişmeler ve 1870'den 1890'a kadar süren ekonomik çöküntü olarak görülmektedir. Kurtuluş Ordusu'nun manifestosu niteliğindeki William Booth'un *In Darkest England and the Way Out* (1890) "En Karanlık İngiltere'de ve Çıkış Yolu" adlı kitap da bu ortamın ürünüdür. Sonuç olarak giderek kentleşen, endüstrileşen ve çeşitli sınıflara ayrılan Viktoryan toplum -özellikle fakir insanlar- ile Hıristiyanlık arasında yeni bir ilişki kurma ihtiyacının bu dönemde ön plana çıktığını ve Anglo-Amerikan fenomen olarak Kurtuluş Ordusu'na hareket noktası kazandırdığını söylemek mümkündür (Hill, 2017, 3; Özcan, 2020: 32).

Kurtuluş Ordusu, sakrament anlayışı ve organizasyonel yapısı itibarıyla Hıristiyanlık dairesinde kendine has bir yere sahiptir. Vaftiz ve evharistiyayı tatbik etmeyen Kurtuluş Ordusu, kurtuluş için sakramentlere gerek olmadığını düşünerek sakramentsiz yaklaşıma sahip olmasına rağmen sembolik anlamların daha lüzumlu olduğunu vurgulamak suretiyle ve faydacılık anlayışı gereğince birtakım ritüelleri tatbikten geri durmamıştır. Yeni doğan bebeğin Tanrıya adanma töreni olan bebek adaması, kurtuluşçu olmak isteyenlerin yemin ettiği asker yemini, kurtuluşçu çiftlerin evlenmeyi kabul etmekle birlikte evliliklerini organizasyonlarına adadıkları evlilik töreni ve matem yerine şölen havasında ve siyah yerine beyaz giyerek uygulanan cenaze töreni bu ritüellerin başlıcalarıdır (Rightmire, 2006, 487; Özcan, 2020: 367).

Organizasyonel açıdan yarı askeri bir yapılanmaya sahip olan Kurtuluş Ordusu'nda seçilen aday subaylardan generale kadar giden bir subay (din adamı) anlayışı mevcuttur. Yönetimin en tepesindeki general bir konsey tarafından seçilirken organizasyonun bütün yönetiminden general ve onun altında rütbesine göre konumlanan subaylar sorumludur. Kurtuluş Ordusu organizasyonel yapısıyla hızlı hareket etmektedir ve otoriter bir yönetim anlayışına sahiptir (Norman, 2006, 414-420; Özcan, 2020: 368).

Kurtuluş Ordusu dini ve sosyal faaliyetlerini gerçekleştirmek için çok çeşitli stratejiler geliştiren ve bu stratejileri uygulamak için her yolu kendine meşru sayan ve her fırsatta yeni yöntemleri kullanmaktan kaçınmayan bir anlayışa sahiptir. Nitekim William'ın trenlerle gidemediği kasaba ve köylerdeki faaliyetleri için döneminde ilk defa otomobil kullanan kişi olması ve çocuklara yönelik faaliyetlerde projeksiyon cihazından faydalanılması Kurtuluş Ordusu'nun Viktoryan döneminde fark yaratarak mesajını kitlelere ulaştırmadaki yenilikçi yönünü

ve teknolojik araçlardan yararlanmadaki hassasiyetini göstermektedir (Benge, 2002, 184). Genel olarak Kurtuluş Ordusu'nun bir buçuk asırlık tarihine bakıldığında erken dönemlerinden itibaren dini ve sosyal faaliyetlerini duyurmak ve etkinliğini artırmak amacıyla mevcut kitle iletişim araçlarını etkin biçimde kullandığı görülmektedir. Buna istinaden Kurtuluş Ordusu'nun kitle iletişim araçlarını kullanması basın-yayın (dergi, gazete vb.) ve sosyal medya (internet sitesi, youtube, facebook vb.) başlıkları altında incelenebilir.

## 2. Kurtuluş Ordusu ve Basın-Yayın

Bütün dinler ve dini hareketler kitlelere iletmek istediği ve ilettiği oranda daha fazla taraftara sahip olduğu/olabileceği belli bir mesaja sahiptir. İlk dönemlerden itibaren kutsal metinler ve din adamları söz konusu mesajların iletimi noktasında önemli roller üstlenirken, sanayi devrimi ve aydınlanma döneminden itibaren dünya tarihinde etkisini hissettiren basın-yayın araçları bu mesajların daha geniş kitlelere iletilmesinde ön plana çıkmış durumdadır. Matbaanın kullanımının yaygınlaşması bunda en önemli rolü üstlenirken gazete ve dergi faaliyetleri dini faaliyetlerin etkinliğini ve hızını artıran bir enstrümana dönüşmüştür. 19. yüzyılın ortalarından itibaren sosyal ve dini faaliyetleriyle tezahür eden Kurtuluş Ordusu öncelikle dergicilik faaliyetleriyle kendi döneminde fark yaratıcı olmuştur. 1879 yılında yayın hayatına başlayan War Cry (Savaş Çığılığı) adlı dergi ile birlikte 1881 yılında çocuk ve gençlere yönelik olarak hazırlanan The Young Soldier (Genç Asker) adlı haftalık dergilerin önde gelenleridir (Moss, 1990, 65-66). Dolayısıyla War Cry (Savaş Çığılığı) ve The Young Soldier (Genç Asker) adlı dergilerin Kurtuluş Ordusu'nun faaliyetleri bakımından önemini belirtmek yerinde olacaktır.

### 2.1. War Cry Dergisi

Kurtuluş Ordusu erken dönemlerinden itibaren faaliyetlerini duyurmak ve etkinliğini artırmak amacıyla basın-yayın faaliyetlerine önem vermiştir. İlk başlarda bazı dini gazetelerde haberler yaptırılmasına rağmen istenen başarı sağlanamadığından ötürü bundan vazgeçilmiştir. Bunun yerine 1868 yılının Ekim ayında East London Evangelist adıyla organizasyonun kendi dergisi William ile Catherine'in editörlüğünde aylık olarak çıkartılmaya başlanmıştır. Bu sayıda Catherine'in Hıristiyanların ayrıcalıklarını ve Tanrı için çalışmaları gerektiğini ele alan yazısı dikkatleri çekmiştir. Dergi 1870'de Christian Mission Magazine, 1879'da The Salvationist ve aynı yılın aralık ayında nihai adı olan War Cry (Savaş Çığılığı) adını almıştır. O zamandan beri War Cry ve yerel muadilleri dünyanın dört bir yanındaki ülkelerde Kurtuluş Ordusu'nun kurtuluş mesajını yay-

mak amacıyla yayın hayatına devam etmektedir. Yüz elli farklı dilde yayınlanan War Cry, Kurtuluş Ordusu'nun farklı departmanlarının ihtiyaçlarına ve seküler okuyuculara da hitap eden özellikler taşımaktadır. Bu derginin yayın hayatına başlaması haftalık bir yayının kutsal savaş ruhu içinde tüm kurtuluşçulara ilham verip onları eğitime ve bir araya getirme ihtiyacının bir sonucu olarak değerlendirilir (Chase, 2006, 625; Moss, 1990, 65-66).

1879 yılının noelinde yarım kuruşluk bir kâğıt olarak başlatılan War Cry, dini yazılar arasında hızlı ve olağanüstü bir başarı elde etmiştir. Zira bir yılda yüz bin rakamını aşan bir tiraja ulaşmıştır. Ancak ilk sayıdan itibaren organizasyonun reklamı dışında bir reklama veya kurguya yer vermemiştir. Pek çok ülkede War Cry'nin tirajı dağıtım işini gönüllü olarak yapan taraftarları nedeniyle diğer süreli Hıristiyan yayınlarından daha fazladır. Örneğin Amerika'da iki hafta bir yayınlanan dergi beş yüz bin tiraja ulaşmıştır. Noelde bu sayı dört milyon gibi ciddi rakamlara ulaşabilmektedir. Günümüzde internet ortamında da erişime açık olan bu dergilerin daha fazla sayılarda okunduğunu söylemek mümkündür (Moss, 1990, 66; Özcan, 2020, 360).

İngiltere özelinde War Cry'nin son sayısına bakıldığında genel itibarıyla derginin amacı ve temel mantığı açıkça görülebilir. Nitekim War Cry'nin 2021 Eylül sayısı, "Yirmi Yıl Sonra: 9/11'i Hatırlamak" kapak yazısını taşıırken "*Tanrı için Savaşmak*" sloganıyla derginin Kurtuluş Ordusu'nun İngiliz teşkilatının resmi dergisi olduğu belirtilmektedir. Genel olarak ilk sayfalarda ücretsiz kitap tanıtlarına yer verilirken bu sayıda Kurtuluş Ordusu'nun saflarında asker olarak görev almayı arzulayanlardan istenilen asker yeminini ve asker olmanın teorik ve pratik boyutlarını ele alan "*Called To Be A Soldier*" (*Asker Olmaya Çağrı*) ve İsa Mesih'in nasıl takip edilebileceğine ilişkin görüş ve tavsiyeleri içeren "*Day by Day Call to Mission*" (*Günbegün Misyon Çağrı*) adlı kitaplar tanıtılmaktadır (War Cry, 2021, 1-2).

Dergi içerik olarak "Standartlar", "Misyon" ve "Gelişim" olarak üç bölüme ayrılır. Standartlar; bölge yöneticisinin ve dergi editörünün yazıları, editöre gelen mektuplar, bulmaca, tarifler, tarihte öne çıkan olaylar ve kurtuluşa ilişkin söz ve dualardan oluşur. Misyon; Kurtuluş Ordusu tarafından yapılan yardımların anlatıldığı "öndekiler", kişisel gelişim ve kurtuluşa ilişkin uzmanın kaleminden "on soru ve cevap", bir adayın dilinden Kurtuluş Ordusu'na katılım sürecinin anlatıldığı "aday tanıklığı" ve değişik coğrafyalardan kurtuluşçulara dair haberlerin verildiği "geniş ölçüde ordu" kısımlarından oluşur. Gelişim bölümü ise kutsal metinden pasajların verilip yorumların yapıldığı "İncil çalışması", kurtuluşçuların sahip olması gereken değerlerin kutsal metin temelli olarak açıklandığı "Birlik değerleri" ve azizlerin yaşamlarının anlatıldığı "Ben ve sen gibi" kısımlarını ihtiva eder (War Cry, 2021, 4).

Bu bilgiler ışığında War Cry'nin içeriğinde Kurtuluş Ordusu'nun hem dini hem sosyal yönünü bulmak mümkündür. Nitekim bir taraftan dini içeriklerle kurtuluş ve kurtuluşçuluk ruhu benimsetilmeye çalışılırken diğer taraftan yardıma muhtaç insanlara yapılan yardımların haber ve bilgilerine yer verilmektedir. Ayrıca kişisel gelişim ve gündelik meselelere de temas edilerek dergi yalnızca dini olma özelliğinden kurtarılmış görünmektedir. Bununla birlikte adaylık, aday süreçleri ve adayların sahip olması gereken değerlerin vurgulanması Kurtuluş Ordusu'nun organizasyonel yöne verdiği önemi ortaya koymaktadır. Bu itibarla War Cry'nin içerik ve görsel olarak oldukça profesyonel hazırlandığı ve Kurtuluş Ordusu'nun insanları maddi ve manevi açıdan kurtarma misyonuna önemli katkılar sunduğu söylenilebilir. Bu yönüyle de Kurtuluş Ordusu tarafından yaklaşık bir buçuk asırdır faaliyette bulunan dergilerinin bir övünç vesilesi görüldüğü de ifade edilebilir. Genel itibariyle Kurtuluş Ordusu'nun radyo ve televizyonu özellikle reklam ve tanıtım amaçlı kullanmasına karşılık dergicilik faaliyetlerine daha fazla önem verdiği ve gelenek haline getirdiği söylenebilir.

## 2.2. The Young Soldier Dergisi

Kurtuluş Ordusu tüm dünya için kurtuluş amacını gerçekleştirmek amacıyla War Cry'nin yanında 1881'de Little Soldier (Küçük Asker) adında haftalık bir çocuk dergisi yayınlamaya başlamış ve The Young Soldier (Genç Asker) olarak adı değiştirilmiştir. 1996 yılından itibaren Kids Alive! (Yaşam dolu çocuklar) adıyla yayın hayatına devam etmektedir. Derginin ilk sayısında Kurtuluş Ordusu'nun esas işinin bilim adamı değil İsa-Masih'in askerlerini yetiştirmek olduğu vurgulanmıştır. Bu itibarla kurtuluş anlayışı gereğince daha önce çeşitli çocuk toplantılarıyla çocuklara yönelen Kurtuluş Ordusu, yayımladığı çocuk dergisiyle de faaliyetlerini desteklemeye çalışmıştır. Bu dergi dünyada türünün en eski yayınıdır ve bugün dini çocuk dergileri arasında en büyük tiraja sahiptir. Ayrıca farklı ülkelerde çeşitli isimlerle dergilerin çıkarıldığı ve internet ortamında da erişime açık oldukları görülmektedir (Ryan, 2006, 87; Özcan, 2020, 360).

Kurtuluş Ordusu harekete katılacak gençlerden istediği yemini önceleyerek çocuk dergisinin içeriğini şekillendirmektedir. Yemin şöyledir: *“İsa'nın günah-tan kurtarıcım olduğumu biliyorum. Ondan günahlarımı bağışlamasını istedim ve beni koruması için ona güveneceğim. Onun yardımıyla, onun sevgi dolu ve itaat-kâr çocuğu olacağım ve başkalarının onu takip etmesine yardım edeceğim. Dua edeceğime, İncilimi okuyacağıma ve düşünce, söz ve eylemde temiz bir hayat süreciğime söz veriyorum. Zararlı uyuşturucular, alkol ve tütün de dâhil olmak üzere vücuduma veya zihnime zarar verebilecek hiçbir şeyi kullanmayacağım.”* (SAI, 9 Eylül 2021). Kurtuluş Ordusu War Cry'da olduğu gibi Young Soldier veya güncel

adıyla Kids Alive! ile dini ve sosyal yönünü ortaya koyarak gençler üzerinden organizasyonun sağlam temeller üzerinde devamını sağlamaya çalışmaktadır. Nitekim İngiltere’de yüz kırk yıldır yayınlanan Kids Alive’in, çocuklara yönelik dünyanın en uzun soluklu dergisi olduğunu deklare ederek içeriğini “*İngiltere’nin tek haftalık Hıristiyan dergisi; çizgiler, şakalar, yarışmalar, İncil’e dayalı karikatürler ve çok daha fazlasıyla dolu.*” (SAI, 10 Eylül 2021) şeklinde tanımlaması söz konusu anlayışa işaret etmektedir.

### 3. Kurtuluş Ordusu ve Sosyal Medya

20. yüzyılın sonlarından itibaren insan hayatına giren internet ilk zamanlarından itibaren Kurtuluş Ordusu’nun organizasyonel yönünün ve faaliyetlerinin vazgeçilmezi haline gelerek hem daha fazla kitlelere ulaşmasını sağlamış hem etkinliğini artırmıştır. Öyle ki Kurtuluş Ordusu’nda görev almak isteyenlerin başvuruları internet ortamında alınarak atamalar gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda Kurtuluş Ordusu’nun internet sitesi fonksiyonları açısından oldukça önemli bir mekanizma olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal medya araçlarına da Kurtuluş Ordusu’nun faaliyetlerinin tanıtımı ve takibi açısından başvurulmaktadır. Dolayısıyla burada internet sitesi ve diğer sosyal medya araçlarının Kurtuluş Ordusu’nun tanıtımı ve faaliyetleri açısından rolü belirtilecektir.

#### 3.1. İnternet Sitesi

Kurtuluş Ordusu’nun Londra’da bulunan uluslararası merkezinin resmi internet sitesi “The Salvation Army International” adıyla “<https://www.salvationarmy.org/>” şeklindedir. Bununla birlikte Amerika’da <https://www.salvationarmyusa.org/>, İngiltere’de <https://www.salvationarmy.org.uk/> örneklerinde olduğu gibi faaliyet gösterilen yüz otuzu aşkın ülkenin kendilerine özel internet siteleri mevcuttur. Uluslararası merkezinin resmi internet sitesinde hareketin tarihi, amacı, doktrinleri ve faaliyetleri hakkında ayrıntılı bilgiler bulmak ve böylelikle Kurtuluş Ordusu’nu bütün yönleriyle tanımak mümkündür. Nitekim “Hakkımızda” sekmesi altında evrensel kilisenin bir parçası oldukları deklare edilerek misyon, vizyon ve liderlik anlayışı hakkında bilgi verilir. İstatistiklerle faaliyet gösterilen ülkeler ve buralarda faaliyet gösteren birlikler ile sosyal yardım, eğitim ve sağlık kuruluşlarının sayıları verilir (SAI, 12 Eylül 2021). “İnancımız” sekmesi altında hareketin İncil’in öğretilerine dayandığı belirtilerek ibadet anlayışı ve on bir maddelik resmi inanç bildirgesine yer verilir (SAI, 13 Eylül 2021). “Çalışmamız” sekmesi altında hareketin her biri bir uluslararası sekreter tarafından yönetilen beş bölgede gerçekleştirilen

faaliyetlere ilişkin bilgiler vardır (SAI, 14 Eylül 2021). “Haberler” sekmesi altında Kurtuluş Ordusu’nun uluslararası merkezinin iletişim ekibi tarafından hazırlanan en son haberler ve özel hikâyeler mevcuttur (SAI, 15 Eylül 2021). Diğer sekmelerde Kurtuluş Ordusu’nun Covid-19, insan ticareti ve köleliği gibi küresel meselelere ilişkin deklarasyonları yer alır. Kitap tanıtımları ve yardıma yönelik tavsiyelerde internet sitesinin olmazsa olmazlarından. Ayrıca her yılın sonunda yıllık alınan bağışlar ve yapılan yardımlara yönelik bir bilanço internet sitesinde açık biçimde yayınlanmaktadır (SAI, 16 Eylül 2021). Uluslararası merkezin internet sitesine görsel ve içerik açısından bakıldığında gayet profesyonel hazırlandığını ve çok fonksiyonlu tarzda kullanıldığını söylenebilir. Böylece Kurtuluş Ordusu’nun internet sitesi yoluyla da dini ve sosyal yönünü açıkça ortaya koyduğunu ve bir yanı sıra yardım kuruluşu olması nedeniyle faaliyetlerine yönelik şeffaflık sağlamaya çalıştığı da ifade edilebilir. Çünkü Kurtuluş Ordusu’nun tarihinde hesap verilebilirlik ve şeffaflık gündemde tutulan konular olmuştur (Özcan, 2020, 215).

### 3.2. Twitter, Facebook, Youtube vb.

Günümüzde giderek daha fazla dijitalleşen ve fiziksel mesafelerin ortadan kalktığı veya başka bir ifadeyle fiziksel mesafenin anlamını yitirmeye başladığı post-modern dünyada iletişim alanında farklı araçlar geliştirilmekte ve yediden yetmişe herkes tarafından kullanılmaktadır. Bunların başında yazı ve görsellerin paylaşılabilirdiği, mesajlaşmaların yapılabildiği, çeşitli grupların oluşturulduğu ve çevirim içi toplantıların gerçekleştirilebildiği twitter, facebook ve youtube gibi sosyal medya araçları vardır. Dinler ve dini hareketler de sosyal medya araçlarını etkin biçimde kullanarak daha geniş kitlelere ulaşmak amacıyla bütün faaliyetlerinin tanınırlığını ve takibini artırmaya çalışmaktadır. Kurtuluş Ordusu faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde ve takibinde sosyal medya araçlarından etkin biçimde yararlanmak amacıyla hareket etmektedir. Kurtuluş Ordusu’nun uluslararası merkezinin bazı sosyal medya hesapları şöyledir: <https://twitter.com/SalvArmyIHQ>, <https://www.facebook.com/SalvationArmyIHQ>, <https://www.youtube.com/c/SAIHQ>. Bunlara ilaveten her ülkelerdeki Kurtuluş Ordusu teşkilatının ve general başta olmak üzere yöneticilerinin sosyal medya hesapları vardır. Bütün bu sosyal medya hesapları incelediğinde Kurtuluş Ordusu’nun faaliyetleri ile bunlara dair duyuru ve tanıtımlar başta olmak üzere dini, sosyal, ekonomik ve kişisel gelişim tarzında paylaşımlar yapıldığı dikkatleri çekmektedir (Salvation Army IHQ, 17 Eylül 2021; The Salvation Army International, 17 Eylül 2021; The Salvation Army International Headquarters, 17 Eylül 2021; General Brian Peddle, 17 Eylül 2021).

## Sonuç

Post-modern dünya, 21. yüzyılın ilk çeyreği bitmek üzere iken hayatın bütün alanlarını etkileyecek şekilde dijitalleşen bir görünüme kavuşmakta ve son dönemde yaşanan salgının dijitalleşmeyi daha fazla hızlandıracağı ön görülmektedir. Dolayısıyla giderek gelişen ve farklılaşan kitle iletişim araçlarının insan hayatındaki yeri ve önemi daha derin anlamlar kazanmaktadır. Buna bağlı olarak din veya dini hareketlerle mensupları arasındaki ilişkinin bir yönüyle de bu düzlemde değerlendirilmesi gerekmektedir. İngiltere ve Amerika'daki etkinliğiyle tanınan, yüz otuzdan fazla ülkedeki faaliyetleriyle Tanrı'nın mesajını insanlara ulaştırarak onları kendi saflarında evanjelist olarak yetiştirmeyi amaçlayan Kurtuluş Ordusu da kuruluşundan itibaren kitle iletişim araçlarını kullanmaya önem veren yaklaşımıyla tanınmaktadır. Bu minvalde yaklaşık yüz kırk yıllık geçmişleriyle War Cry ve alanda ilk olma özelliği taşıyan The Young Soldier veya güncel adıyla Kids Alive! dergileri de Kurtuluş Ordusu'nun misyonunu tatbik etmede ciddi katkılar sağlayıcı ve farklar yaratıcı roller üstlenmiştir. Bir bakıma bu dergiler, Kurtuluş Ordusu'nun hem güncelliğini korumasını hem ilk elden bilgilerin muhataplarına ulaştırılmasını sağlayarak daha sağlam temeller üzerinde hareket etmesine katkı sunmuştur. Gelişen teknolojiyle beraber hayatı ve ilişkileri kökten etkileyen sosyal medya araçları da Kurtuluş Ordusu'nun faaliyetleri için kullandığı başlıca araçlar haline gelmiştir. Nitekim resmi internet sitesi, Kurtuluş Ordusu'nu bütün yönleriyle anlamayı ve takip etmeyi sağlayan bir yapıyla hizmete sunulmaktadır. Bunlara ilaveten twitter, facebook, youtube gibi sosyal medya araçları da aynı amaç doğrultusunda kullanılmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları ilk dönemlerinden itibaren Kurtuluş Ordusu'nun faaliyetlerinin etkinliğini artıran ve devamına katkı sağlayan yönleriyle alame-tifarikasındandır. Böylelikle Kurtuluş Ordusu, kitle iletişim araçlarının dini faaliyetlerde niçin ve nasıl kullanıldığına ve rolünün ne olduğuna ilişkin bir bakış açısı kazandırmada yol gösterici bir örnek sunmaktadır.

## Kaynakça

- Chase, Marlene. "The War Cry/Salvation Army Publications". Historical Dictionary of The Salvation Army. ed. Major John G. Merritt. Oxford: The Scarecrow Press, Inc., 2006.
- Ellwood, Robert S.-Alles D. Gregory. The Encyclopedia of World Religions. America: Facts On File, Inc., 2007.
- General Brian Peddle. Twitter. Erişim 17 Eylül 2021. <https://twitter.com/GeneralBPeddle>.



- Howe, Norman. "Officer/Officership". Historical Dictionary of The Salvation Army. ed. Major John G. Merritt. Oxford: The Scarecrow Press, Inc., 2006.
- Kinley, Edward M. "Salvation Army". Encyclopedia of Religion. Lindsay Jones vd. USA: Macmillan Reference, 2005.
- Moss, Jim. Marching On! The Salvation Army- Its Origin and Devolopment. London: The Campfield Press, 1990.
- Özcan, Şevket. Evanjelizmin Yardımsever Yüzü Kurtuluş Ordusu Hareketi: Boyutsal Bir İnceleme. Ankara: İlahiyat Yayınları, 2020.
- Rightmire, R. David. "Sacrament", Historical Dictionary of The Salvation Army. ed. Major John G. Merritt. Oxford: The Scarecrow Press, Inc., 2006.
- Ryan, Maxwell. "Children's and Youth Publications". Historical Dictionary of The Salvation Army. ed. Major John G. Merritt. Oxford: The Scarecrow Press, Inc., 2006.
- SAI, Salvation Army International. "About Us". Erişim 12 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org/ihq/about>.
- SAI, Salvation Army International. "Annual Report". Erişim 16 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org/ihq/annualreport>.
- SAI, Salvation Army International. "Junior Soldier's Promise". Erişim 9 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org/ihq/5685B006CB0C3AC7802573750042401C>.
- SAI, Salvation Army International. "Kids Alive!". Erişim 10 Eylül 2021 <https://www.salvationarmy.org.uk/publications/kids-alive..>
- SAI, Salvation Army International. "News". Erişim 15 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org/ihq/news>.
- SAI, Salvation Army International. "Our Faith". Erişim 13 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org/ihq/faith>.
- SAI, Salvation Army International. "Our Work". Erişim 14 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org/ihq/ourwork>.
- SAI, Salvation Army International. Erişim 11 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org/>.
- Salvation Army IHQ. Twitter. Erişim 17 Eylül 2021. <https://twitter.com/SalvArmyIHQ>.
- SAU, Salvation Army UK. 11 Eylül 2021. <https://www.salvationarmy.org.uk/>. Erişim
- SAU, Salvation Army USA. Erişim 11 Eylül 2021. <https://www.salvationarmyusa.org/>.
- The Salvation Army International Headquarters. Youtube. Erişim 17 Eylül 2021. <https://www.youtube.com/c/SAIHQ>.
- The Salvation Army International. Facebook. Erişim 17 Eylül 2021. <https://www.facebook.com/SalvationArmyIHQ>.

War Cry, 141/10 (September 2021).

Winship, Jim. Faith in Action: Guiding Principles of The Salvation Army Social Services Ministries. USA: Salvation Army, 2016.

# Katolik Kilisesinin Modern Dünyaya Uyumu: Dijital Dünyada İnanç İletişimi Projesi<sup>1</sup>

Halil Temiztürk<sup>2</sup>

## Özet

Katolik Kilisesi, II. Vatikan Konsili (1962-1965) ile beraber dönüşüm sürecine girmiştir. Misyonerlikten, inkültürasyona, diyalogdan, sosyal medya iletişimine kadar farklı açılımları içeren bu dönüşüm günümüze kadar devam etmiştir. Bu bağlamda Katolik Kilisesi, medyadaki yenilikleri yakından takip etmiş ve onlara adapte olmuştur. Örneğin Vatikan Gazetesi L'Osservatore Romano 1861'den, Vatikan Radyosu 1931'den, Vatikan İnternet Hizmetleri ise 1995'den beri faaliyet göstermektedir. Gelişen iletişim imkanlarıyla medyanın etkin kullanımı daha sonraki papalarla devam etmiştir. Her ne kadar medya, dinî yaşamı ihlal etmesi ve Hıristiyanlık öğretileri ile ters düşen propagandaların kaynağı olmasıyla Kilise tarafından eleştirilse de, medyanın dinî propaganda için kullanılması Vatikan'ın medyayı göz ardı etmesini engellemektedir. Özellikle Papa Francis'in medyaya daha fazla özen gösterdiği bilinmektedir. Nitekim kendisi 2015 yılında Roman Curia'ya bağlı "Dicastery for Communication" adlı bir merkez kurarak tüm medya ve iletişim araçlarının faaliyetlerini tek elde toplamıştır. Ayrıca Papa Francis, her yıl iletişim gününde farklı bir kurumu ziyaret etmekte, bugüne ait bir kilise mesajı yayınlamakta, Vatikan medyasına tavsiyeler vermekte ve sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Bu çalışmada Katolik Kilisesinin dijital dünyada inanç iletişimi adlı projesi ele alınmaktadır. Proje kapsamında adayların aldıkları eğitimlerle profesyonel iletişim uzmanları olması hedeflenmektedir. Adaylar, Katolik Hıristiyanlığı tanıtmak için Twitter, Facebook ve Instagram gibi farklı kanallarda iletişim kurmak üzere eğitilmekte böylece hem kilise öğretilerini özümseyen hem de dijital içerik üreten uzmanlar olarak yetiştirilmektedir. Çalışmada Vatikan'ın kendi resmi internet sitesi ve diğer kaynaklardan yararlanılarak bu projenin amaç ve çerçevesi ele alınmıştır. Böylece hem Hıristiyan misyonunun güncel metotları hakkında bilgi verilmekte, hem de ülkemizde

1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*'nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.

2 Dr. Öğretim Üyesi, Namık Kemal Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, haliltemizturk@gmail.com.

din eğitimi alanında yetişen bireylere yönelik öneriler sıralanmaktadır. Dolayısıyla çalışmaların hem dışa dönük bir inceleme hem de içe dönük bir değerlendirme sunmasıyla, ülkemizde yapılacak akademik faaliyetlere kaynak teşkil etmesi beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dinler Tarihi, Katolik Kilisesi, Medya, İletişim, İnanç İletişimi Projesi.

## **Adaptation of the Catholic Church to the Modern World: The Faith Communication in the Digital World Project**

### **Abstract**

The Catholic Church has entered the process of transformation since II. Vatican Council (1962-1965). The transformation, which includes different expansions such as missionary, enculturation, dialogue and social media communication, has continued until today. The Catholic Church closely followed the innovations in the media and adapted to them. For example, L'Osservatore Romano the Vatican Newspaper has provided service operating since 1861, Vatican Radio since 1931 and Vatican Internet Services since 1995. The effective use of the media has been continued by the popes with the developing communication opportunities. Although as a power that threatens religious life, and the source of propaganda the media has been criticized by the Church, the Vatican does not ignore the media because of its effects. Particularly, it is known that Pope Francis focuses more attention on the media. For instance, Francis established a unit called "Dicastery for Communication" affiliated with Roman Curia in 2015 to centralize the activities of all media and communication units. Furthermore, he visits a different media institution every year on the communication day, publishes a message about this day, advises the Vatican on media and uses social media actively. It is discussed the project of the Catholic Church called faith communication in the digital world in this study. This project aims to instruct qualified experts who will work in the field of communication with the training program they have received. Candidates are educated as experts who both absorb in church teachings and produce digital content to communicate about Catholic Christianity on social media channels such as Twitter, Facebook and Instagram. We tackled the purpose and framework of the project by using the Vatican's official website and other resources. The study aims to give information about the current methods of the Christian mission. In addition, some recommendations are listed for those working in the field of religious education in our country. Therefore, it is expected that the study will provide a source for academic studies in our country, as it includes both an external examination and an internal evaluation.

**Keywords:** History of Religions, Catholic Church, Media, Communication, The Faith Communication Project

## Giriş

İnsanoğlunun tarih boyunca meydana getirdiği medeniyet ve kültür havzalarının oluşmasını sağlayan ve onları günümüze miras bırakan etkenlerden biri iletişimidir. Hem doğayı hem de hayatın gayesini anlamlandırmaya çalışan insan, çevresiyle etkileşimde bulunarak, araştırarak, gözlem yaparak ve bunları toplumsal düzlemde tartışarak bir dünya görüşü kazanmaktadır. Yine insanlık tarihinin bir parçası olan dinler de, hayatın gayesi noktasında insanı donatan, besleyen ve sorunlarına rehberlik edecek düşünce ve eylemleri içerisinde barındıran bir gerçekliktir. Bu anlamda dinin ve sosyal aidiyet, haberleşme ve bilgi aktarımına dayanan iletişimin birbirlerini tamamlayan kaynaklar olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle dinî geleneklerin özünün tebliğ olduğu ve dışarıya yayıldığı ölçüde başarılı, güçlü ve kalıcı olduğu göz önüne alındığında bu kaynağı aktarma rolünü üstlenen iletişimin, tebliğ sürecine ne kadar yardımcı olduğu ortadadır. Ancak buna rağmen bu araçların, hangi ölçü ve sınırlar dahilinde kullanılacağı problem teşkil ettiği için dinî gelenekler, iletişim ve medya araçlarına karşı ölçülü ve temkinli bir yaklaşım göstermektedir. Bu yaklaşım söz konusu araçların dinî süzgeçlerden geçirilerek kullanılmasını veya dindar kısıtlara sahip bireyler ve bizzat dinsel kurumların kendileri tarafından yönetilmesini beraberinde getirmiştir.

Özellikle matbaanın icadı ve 1990'lı yıllardan itibaren hayatımıza giren internet sayesinde iletişim alanında meydana gelen gelişmeler dindar bireyler ve dinî kurumlar tarafından bu araçlara karşı nasıl bir yaklaşım sergilemesi gerektiği konusunda yeni tartışmalar meydana çıkarmıştır. Çünkü medyanın, dinin lehine ve aleyhine yönelik içerik üretme potansiyeline sahip olması, popüler kültürün evrensel hale gelmesine aracılık etmesi ve kitleleri en az dinî düşünceler kadar etkileme gücüne sahip olması, dindar bireyler için medyaya karşı dikkatli bir yaklaşımı gerekli kılmıştır. Diğer taraftan bu potansiyelin dinî propagandaya yönelik zengin bir kaynak içermesi dinî kurumları medyaya muhtaç kılmıştır. Benzer şekilde medya da, din adamları tarafından eleştirilere muhatap olsa da, dinî hayattan tamamen uzaklaşmamaktadır. Çünkü dinler, muhâtabı insan olan ve geçmişten günümüze toplumsal hayatın bir parçası olması bakımından medya tarafından dışlanamayacak potansiyele sahiptir.

Medyanın yukarıda sözü edilen iki yönlü potansiyeli Hıristiyanlığın Katolik mezhebi tarafından da yüzyıllardır yakından takip edilmektedir. Geçmişte Kilise'nin kendi tekelinde bir iletişim ağı oluşturduğu ve bazı bilimsel ve dinî eserlerin yaygınlaşmasına karşı koyduğu bilinse de, artık medya ve iletişimin dinî propagandaya yönelik kullanılması yönünde Kilise'nin hem iradesi hem de çabası görülmektedir. Katolik Kilisesi "evangelizasyon" adı verilen dini dışarıya

yayma sürecinde, medyanın klasik yöntemlerden daha fazla etkili olduğunu fark etmiş ve yatırımlarını bu yönde yapmıştır. Bu politika değişikliğinde Katolik Kilisesinin dış dünyayla uyuma odaklandığı II. Vatikan Konsili'nin (1962-1965) önemli bir payı vardır.

## 1. II. Vatikan Konsili Sonrası Katolik Kilisesi'nin Medya Algısı

Katolik Kilisesi'nin, kendisi dışındaki dünyayla olan iletişimde bir dönüm noktası olan II. Vatikan Konsili, “öteki” olarak kabul edilen Yahudiler, Müslümanlar ve diğer dinlerin mensuplarıyla diyalog sürecini başlatarak farklı bir açılıma girmiştir. Bu konsilde aynı zamanda diğer bir “öteki” olan seküler dünyaya yaklaşmak, sosyal gelişmelere ayak uydurmak ve kilisenin politikasına uygun teknolojik yeniliklere uyum sağlamak gibi kararlar benimsenmiştir.<sup>3</sup> Dolayısıyla görünüşte konsilin ana teması diyalog olsa da gerçek mesele reform ve dışarıya uyum ihtiyacıdır. Çünkü konsil sonrası yayınlanan on altı doküman dikkatlice okunduğunda Katolik olmayanlarla iş birliği konusunda açık bir eylem ortaya konmadığı ve güncel problemler hakkında söz söylemek için çaba harcanmadığı, aksine modern dünyadan kaynaklanan yeni şartlara uyum sağlamanın temel hedef olduğu görülecektir.<sup>4</sup> Örneğin konsilde alınan kararlardan biri olan *inter Mirifica* adlı kararname ile kilisenin teknolojik gelişmeleri ve medyanın gücünü, kendi misyonunu genişletmek için kullanması ve din adamlarının bu bakımdan kendilerini donanımlı yetiştirmeleri kararı alınmıştır.<sup>5</sup> Bu karar Kilise'nin daha sonraki politikalarına da yön vermiş ve kilisenin yeni gelişmeler konusunda atfı yaptığı bir kaynak olmuştur. Örneğin 2002'de kardinal John Foley'in yayınladığı “Kilise ve İnternet” adlı belgede, İkinci Vatikan Konsili'nde alınan bu kararlara atıfta bulunarak medyanın insanların zihinlerinin genişlemesine ve zenginleşmesine, Tanrı'nın krallığının yayılmasına ve sağlanmasına büyük katkı sağladığı ayrıca medyanın baş döndürücü fırsatlara sahip olmasıyla Kilise'ye hizmet edeceği belirtilmiştir.<sup>6</sup>

Ayrıca konsilde “Dünya İletişim Günü” altında yeni bir tema ortaya çıkmıştır. Böylece Kilise'ye dünyaya mesaj vermek için yeni bir gün ihdas edilmiş ve her yıl belirlenen bir konu çerçevesinde tüm dünyaya mesaj verme imkanı ortaya

3 II. Vatikan Konsili'nde alınan kararlara ilişkin bk. İsmail Taşpınar, “Katolik Kilisesi'nin Modern Dünyaya Uyumu: II. Vatikan Konsili ve Katoliklerin Yaklaşımı”, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 41 (Aralık 2011).

4 Jean François Mayer, “II. Vatikan Konsili'nden Sonra Hıristiyan Dünyasındaki Yeni Temayüller ve Gelişmeler”, *Divan: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi* 9 (Aralık 2000), 87.

5 Pope Paul VI, “Inter Mirifica” (04 Aralık 1963).

6 John P. Foley, “The Church and Internet”, *Pontifical Council For Social Communications* (Erişim 06 Eylül 2021).

çıkmıştır.<sup>7</sup> Nitekim 1967 yılından beri “Dünya İletişim Günü” Vatikan tarafından takip edilmekte ve papalar tarafından bugüne özel bir mesaj yayınlanmaktadır. İlk olarak 6. Paul tarafından 1967 yılında “Kilise ve Sosyal İletişim” başlığı ile İngilizce, İtalyanca, Portekizce ve İspanyolca olarak dört dilde yayınlanan bu mesaj günümüzde artık Arapça, Çince, Tayvanca ve Lehçe gibi 10 farklı dilde yayınlanmaktadır. 1. John Paul haricinde-muhtemelen 33 gün papalık görevinde bulunduğu için bu mesajı yayınlamaya fırsat bulamamıştır- bütün papaların bugüne özel mesajları Vatikan’ın resmi internet sitesinde yer almaktadır.<sup>8</sup>

Medyanın Katolik Kilisesi için çok önemli bir araç olduğunu ve bu aracın muhafazakar görüşlere sahip papalar tarafından bile önemsendiği bilinmektedir. Örneğin günümüzde görev yapan Francis’in selefi olan Papa Benediktus (görev süresi 2005-2013) her ne kadar öteki inançlarla diyalog, kadın hakları, kürtaj ve AB ile ilişkiler gibi hususlarda katı bir kilise politikası izlemiş olsa da medyanın dinî mesajı yaymadaki etkinliğini kabul etmiştir. Nitekim Benediktus, 2010’da 44. Dünya İletişim Günü münasebetiyle yayınladığı “Dijital Dünyada Rahiplik ve Kelama Hizmet İçin Yeni Medya” başlıklı genelgede rahiplerin, geleneksel araçların yanı sıra diyalog, İncil’i müjdeleme ve kateşizm için resim, video, animasyon, blog ve web siteleri gibi geniş ufuklar açabilen yeni nesil görsel-işitsel kaynakları kullanmak zorunda olduklarını ifade etmiştir.<sup>9</sup>

Dolayısıyla seküler bir kaynak olan medyanın, kutsal alan olan ilahi kelamı yaymada araç olarak kullanılacağı fırsatı doğmuştur. Nitekim 2000’li yıllarda Vatikan’ın UNESCO ile imzalamış olduğu anlaşma, devletler arasındaki problemlere çözüm arayışları, Katoliklerin artık seküler organizasyonlarla iş birliğine ne derece hazır olduklarını göstermektedir.<sup>10</sup>

Özellikle gazete, radyo ve televizyonun kitle iletişiminde sağladığı kolaylıklar, Katolik Kilisesi’nin geniş kesimlere mesaj verme gücünü artırmıştır. Sanayi Devrimi ile beraber başlayan süreçte bireylerin yoğun iş hayatına girmeleri, ebeveynlerin ailelerine daha az zaman ayırması ve çocukların da bu durumdan etkilenerek kilise faaliyetlerine katılma oranlarının düşmesi gibi nedenler televizyon ve radyo gibi iletişim araçlarını daha öne çıkarmıştır. Bu sosyal değişimler çerçevesinde Vatikan Radyosu 12 Şubat 1931’den beri, Vatikan Gazetesi

7 Margaux Kay LaPointe, “Mass Media, Ethics, and Faith: The Catholic Church’s Conversation with the World” | Villanova University”, *Villanova University College of Liberal Arts and Sciences* (Erişim 04 Eylül 2021).

8 Dünya İletişim Gününe ait metinler her bir papanın mesajlar bölümünde yer almaktadır. Vatikan, “The Holy See”, *Messages* (Erişim 17 Eylül 2021).

9 Pope Benedict, “Holy See/Benedict XVI/Messages World Communications Days”, *44th World Communications Day, 2010 - The Priest and Pastoral Ministry in a Digital World: New Media at the Service of the Word* (Erişim 02 Eylül 2021).

10 Mayer, “II. Vatikan Konsili’nden Sonra Hıristiyan Dünyasındaki Yeni Temayüller ve Gelişmeler”, 90.

L'Osservatore Romano ise 1 Temmuz 1861'den günümüze faaliyet göstermektedir. Vatikan radyosunun çeşitli dillerde yayın yapan 1000 civarındaki radyoyla bağlantılı olması ve L'Osservatore Romano'nun da farklı dillerde yayın yaptığında 40000 okuyucuya ulaşması bu medya gücünün etkinliğini göstermektedir.<sup>11</sup> Ayrıca 1995 yılında Vatikan İnternet Servisi ve 2006 yılında Vatikan Fotoğraf Servisi gibi kurumlar faaliyetlerine başlamıştır.<sup>12</sup>

Yakın dönemde internet ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla beraber birçok dinî yayın, faaliyet alanlarını bu mecralara kaydırmıştır. Bu kapsamda online sohbetler, vaazlar, eğitim organizasyonları, yardım kampanyaları ve dinî içerikli dijital programlar artmıştır. Adeta dindar bireylerin veya grupların rekabet alanı olan sosyal medya platformları ve mobil uygulamalar artık klasik tebliğin yerini online tebliğ yöntemine çevirmiştir. Özellikle son yıllarda yaşanan pandemi nedeniyle insanların uzaktan erişime daha fazla adapte olmaları da bu süreci pekiştirmiştir.<sup>13</sup> Katolik Kilisesi bu dönüşümün farkına vararak faaliyet alanını bu mecralara kaydırmış, bu doğrultuda sanal cemaatler oluşturulup, onlara yönelik seminerler ve programlar yapmaya başlamıştır. Günümüzde artık online kiliseler uzaktan ayin yapmakta ve bu kapsamda vaaz, ibadet, meditasyon ve Hıristiyanlığa davet gibi pratikler sanal ortama yayılmakta ve bu çalışmalar yerel kilise hizmetlerini tamamlayıcı faaliyetler olarak kabul görmektedir.<sup>14</sup>

## 2. Papa Francis ve Dijital Medya'ya Yönelik Faaliyetler

Katolik Kilisesi'nin II. Vatikan Konsili'nden itibaren benimsediği bu medya algısını, verdiği demeçler ve yaptığı eylemlerle pekiştiren Papa Francis olmuştur. Papa Francis, günümüzün getirdiği teknolojik gelişmelere paralel olarak medyanın gücünü dikkate almış ve Vatikan'ın dışı açılma sürecinde medyanın etkin kullanımı konusunda adımlar atmıştır. Örneğin Francis, Vatikan'ın medya işlerini koordine etmek ve farklı birimleri tek elde toplamak için çalışmalar yapmıştır. Bu kapsamda çalışmamıza konu olan "Dijital Dünyada İnanç İletişimi" projesi dahil olmak üzere Vatikan'ın medyaya yönelik tüm faaliyetlerini koordine

11 Nicole Winfield, "Pope to Vatican's Own Media Workers: Who Reads Your News?", *AP NEWS* (24 Mayıs 2021).

12 "History of the Dicastery for Communication", *Dicastery for Communication* (Erişim 14 Ağustos 2021).

13 Farklı dinlerin medya ile olan ilişkileri için bk. Giulia Isetti vd. (ed.), *Religion in the Age of Digitalization: From New Media to Spiritual Machines* (Routledge, 2020); Kim Knott - Elizabeth Poole, *Media Portrayals of Religion and the Secular Sacred: Representation and Change* (Routledge, 2016); Birgit Meyer - Annelies Moors, *Religion, Media, and the Public Sphere* (Indiana: Indiana University Press, 2005).

14 Tim Hutchings, "Considering Religious Community Through Online Churches", *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, ed. Heidi A. Campbell (London ; New York: Routledge, 2013), 164.



eden *Dicastery for Communication* adlı bir kurum oluşturulmuştur. 2015 yılında kurulan bu birim, doğrudan Papalığa bağlı idari işleri yöneten Romalı Curia'nın altında faaliyet göstermekte ve tüm medya ve iletişim araçlarının faaliyetlerini organize etmektedir.<sup>15</sup>

Bu kurumun *Motu proprio* adı verilen ve papaların kendi inisiyatifleri ile ortaya koydukları belgeye istinaden kurulması, Francis'in özel olarak medyaya ilgilendiğini göstermektedir. Kurum, ilk olarak *Secretariat for Communicatio* adıyla faaliyetlerine başlamış daha sonra günümüzdeki adını almıştır. DfC (*Dicastery for Communication*'un kısaltması) olarak da anılan kurum, Francis'in Kilisenin misyonuna yönelik en iyi cevaplar verme gayesiyle oluşturulmuştur. Kurum, Vatikan televizyonu, radyosu, resmi internet siteleri, Vatikan yayınevi, video ve fotoğraf merkezi ve Sosyal İletişim Komisyonu gibi farklı birimleri bünyesinde toplamaktadır.<sup>16</sup> Papa, ayrıca *L'Osservatore Romano* adlı Vatikan gazetesinin editörlüğüne güvendiği isimlerden biri olan İtalya *L'Aquila* piskoposu Luigi Maria Epicoco'yu getirerek, gazeteye önem verdiğini göstermiştir.<sup>17</sup> Papa bu medya kurumlarını sıklıkla ziyaret etmekte ve denetlemekte, ayrıca bu birimlere papalık bütçesinden ciddi pay ayırmaktadır.<sup>18</sup> Son verilere göre 2021 yılı için 43 milyon euroluk bir meblağın dile getirilmesi Vatikan'ın medyayı yöneten *Dicastery of Communications* adlı bu birime ne kadar önem verdiğini göstermektedir.<sup>19</sup> Kişisel sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmakta olan Francis, ayrıca rahiplerin iletişim becerilerini geliştirmek ve bünyesinde istihdam ettiği grupları yetiştirmek için projeler yürütmektedir. Bu çalışmada bahsedeceğimiz Dijital Dünyada İnanç İletişimi Projesi bunlar arasında en fazla dikkat çekendir.

### 3. Dijital Dünyada İnanç İletişimi Projesi

Yukarıda sözü edilen tüm medya birimlerini koordine eden *Dicastery for Communication* adlı birim son yıllarda pandeminin ortaya çıkardığı durumlarla beraber bazı online faaliyetlerde bulunmaktadır.<sup>20</sup> Bu faaliyetlerin bir kısmı cemaat içi bilgilendirmeye yönelik iken, büyük bir kısmının Hıristiyan misyonunu tanıtmaya ve dünya üzerindeki diğer din sahipleriyle diyalog kurma amacı taşıdığını söylemek mümkündür. Bu faaliyetlerden biri de, sosyal medya ve iletişim alanında donanımlı bireyleri tespit edip bunları Kilise eğitiminden geçirmek

15 "History of the Dicastery for Communication".

16 "History of the Dicastery for Communication".

17 Fabio Colagrande, "Pope Names Ecclesiastical Assistant for Dicastery for Communication", *Dicastery for Communication* (Erişim 08 Eylül 2021).

18 Winfield, "Pope to Vatican's Own Media Workers: Who Reads Your News?"

19 Winfield, "Pope to Vatican's Own Media Workers: Who Reads Your News?"

20 "Events", *Dicastery for Communication* (Erişim 17 Eylül 2021).

suretiyle hem Hıristiyan rehberi hem de sosyal medya uzmanı olmalarını hedefleyen İnanç İletişimi projesidir. 2020 yılının Aralık ayında başlatılan proje doğrultusunda *The Dicastery for Communication* adlı kurum bünyesinde yüz yüze ve uzaktan eğitimle tecrübe edinecek gençlerin Kilise maneviyatı kazandırılarak hizmet etmeleri hedeflenmektedir. (Bk. Ek 1)

Kilise, bu projenin özellikle pandemi döneminde sosyal iletişimin artmasından dolayı bir ihtiyaç haline geldiğini belirterek dünyanın farklı bölgelerinden 10 gencin seçileceğini açıklamıştır.<sup>21</sup> Adayların seçiminde öncelikle geçmişte kilise faaliyetlerine katılma, teknik becerilere sahip olma, mental ve duygusal iletişime açık olma gibi kriterler belirlenmiştir. Adayların sanat dalında yüksek lisans yapmış olması, 35 yaşını geçmemiş olması, iletişim konusunda becerikli olması ve tercihen Katolik kilisesine daha önce hizmet etmiş veya hizmet etmeye aday olması gibi şartlar aranmaktadır. Ayrıca adayların yazı, grafik, ses ve video programı ve pazarlama gibi konularda donanımlı olmaları aranan şartlar arasındadır.<sup>22</sup> Daha sonra adayların iletişim, diyalog, tarih, retorik ve teknik bilgi odaklı kurslarla eğitilmeleri ve yeterlilik belgesi ile Vatikan bünyesinde istihdam edilmeleri amaçlanmaktadır. (Bk. Ek 2)

Proje kapsamında öncelikle adayların uzaktan erişimle uzmanlar tarafından verilen derslerle yetiştirilmeleri sağlanmaktadır. Adaylar zoom programı üzerinden yapılan toplantılardan sonra 7 ve 13 Haziran 2021 tarihleri arasında yüz yüze eğitime alınmıştır. Bu eğitim süresince Papa Francis'in ziyaret ettiği (Bk. Ek 4) adayların eğitimleri bir süre daha devam etmiştir.<sup>23</sup> Adayların daha sonra Roma'da Sistina Şapeli, Etnografya Müzesi ve Museo Pio Cristiano gibi Vatikan'a bağlı mekanları ziyaret ederek bilgilendirildikleri ve sosyal medya konusunda uzmanlar tarafından eğitildikleri belirtilmektedir. (Bk. Ek 3) Proje kapsamında adayların bu mekanlara gelecek turistlere rehberlik etmesi amaçlanmaktadır. Adayların Vatikan kurumları ve hiyerarşisi hakkında detaylı bilgileri yerinde görmeleri, böylelikle Katolik inançlarının dış dünyaya aktarılmasında etkin olmaları beklenmektedir.<sup>24</sup> (Bk. Ek 2)

Projenin başında 10 kişi olarak belirlen aday kontenjanının daha sonra 16'ya çıkarıldığı görülmektedir. Bu kişilerin Kamboçya, Kanada, Kosta Rika, İtalya, Kenya, Meksika, Peru, Filipinler, Güney Kore, İspanya, Amerika ve İngiltere gibi 12 farklı ülke vatandaşı olmaları dikkat çekicidir.<sup>25</sup> Görünüşte projenin ama-

21 "Faith Communication in the Digital World", *Dicastery for Communication* (Erişim 08 Eylül 2021).

22 "Faith Communication in the Digital World".

23 "Young Communicators Complete Their Training at the Vatican", *Dicastery for Communication* (Erişim 08 Eylül 2021).

24 "Faith Communication in the Digital World".

25 "The 'Faith Communication in the Digital World' Project Begins", *Dicastery for Communication* (Erişim 08 Eylül 2021).

cı dinler arası diyalog kapsamında iletişimi artırmak olarak belirlenmişse de, esasen Katolik Kilisesi'nin misyonerlik alanını dijital dünyada genişletmek ve faaliyetlerini organize edecek kalifiyeli iletişim uzmanları yetiştirmenin hedeflendiğini söylemek mümkündür.

Benzer çalışmaların farklı adlarla gerçekleştirildiği görülmektedir. Örneğin “Multimedya Eğitim Kursu 3. Edisyon” adlı eğitim semineri çalışması “İletişim Bir Misyondur” mottosuyla bir çalışma yürütmüştür. Bu eğitimde Vatikan'ın medyaya yönelik eğitim çalışmalarının kilisenin pastoral hizmetlerinin kalitesini artırmak kadar “Halkların Evanjelizasyonu Kurumu” (Congregation for the Evangelization of Peoples (CEP) ile de ortak hedefler taşıdığı belirtilmiştir.<sup>26</sup>

Projenin direktörlüğü aynı zamanda Dicastery for Communication biriminin başkanı olan Paolo Ruffini üstlenmektedir. Halen devam eden bir proje olan bu çalışmanın ne zaman biteceği ya da faaliyetlere ilişkin bir takvim yayınlanmamıştır. Ancak proje ile bağlantılı şekilde medyaya yönelik farklı çalışmalar için dünya üzerinden talepler toplanmaktadır. Örneğin doğrudan Katolik Kilisesi'ne bağlı olmayan SIGNIS adı verilen birimin yöneticiliğinde özellikle Asya, Afrika, Pasifik ve Latin Amerika ülkelerindeki Katolik bireylerin iletişim ve medya eğitimi projelerine yönelik web sitesi tasarlama konusunda destekleneceği çalışmalar yapılmaktadır.<sup>27</sup> Dolayısıyla Katolik Kilisesi'nin özellikle Papa Francis döneminde artan medyaya yönelik ilgisinin ve faaliyetlerinin hem hizmet içi eğitim hem de dışa dönük misyon çalışmalarına yardımcı olacak şekilde planlandığını söyleyebiliriz. Ancak bütün bu online temelli çalışmaların muhafazakar kesim tarafından temkinli bir yaklaşımla değerlendirildiğini ve Francis'in kilise içerisinde eleştirilen politikalarından biri olduğunu da belirtmek gerekir. Çünkü e-mail listeleri, chat odaları, web siteler, forumlar, video ve sosyal ağlar temelinde online şekle dönüşen Hıristiyanlık öğretilerinin genelde teorik düzeyde kaldığı ve sadece bireyin ruhani yönüne katkı yaptığı, dolayısıyla geleneksel kilise ritüellerine ve pratiklerine daha az ilgi duyulmaya başlanacağı yönünde bir endişe oluşmaktadır.<sup>28</sup> Bütün bu tartışmalara rağmen bu sosyal değişimlerin Hıristiyanlıktaki klasik kilise algısını değiştirmeye başladığını ve Katolik Kilisesinin bu değişimlere geleneksel kodları bozmadan uyum sağlamaya çalıştığını söylemek mümkündür. Ayrıca ekonomi, siyaset, uluslararası ilişkiler gibi birçok alanda güçlerin kendi kontrolünde olmasını isteyen Vatikan'ın medya alanında da aynı yaklaşımı benimsemiş olması şaşırtıcı olmamıştır. Nihayetinde medya-

26 *Agenzia Fides*, “Third edition of the multimedia course: ‘Communication is Mission’” (Erişim 09 Eylül 2021).

27 “SIGNIS: Website to Submit Communication and Media Education Projects”, *Dicastery for Communication* (Erişim 18 Eylül 2021).

28 Hutchings, “Considering Religious Community Through Online Churches”, 164.

nın seküler bir güç olduğu ve kutsal alandan ayırt edilmesi gerektiği yönündeki ifadeler<sup>29</sup> Vatikan'ın kendi kontrolünde olan bir medya sistemi istediğini göstermektedir. Kısaca Katolik Kilisesi'nin medyaya olan ilgisinin nedeni onun insanlara ulaşmadaki hızı, tekniği ve tesir gücüdür. Yoksa birçok skandalın, çocuk istismarı ve rahipler arasındaki yolsuzluğun yine medya kanalıyla yayılması Vatikan'ın ona tamamen olumlu bakmadığını göstermektedir. Bu durumun farkında olan Kilise, medya sayesinde kendilerine karşı yapılan haksız muamelelerin arttığını dile getirmekte, aynı zamanda yayınladıkları “İnternet Etiği” başlıklı belgede de internetin fırsatlar yanında endişeler de getirdiği ifade edilmektedir.<sup>30</sup>

## Değerlendirme

Katolik Kilisesi erken dönemlerden itibaren kurumsallaşmaya başlamış ve Roma İmparatorluğunun siyasi desteğiyle otoriteyi elinde bulundurmaya hedeflemiştir. Bu bağlamda Katolik Kilisesi bilimsel gelişmelerden, devletler arası münasebetlere kadar bu otoriteyi sağlamlaştıracak adımlar atmış ve çağın gerektirdiği gelişmelere uyum sağlayarak dönüşüm geçirmiştir. Tarihsel süreçte Kilise'nin dış dünyaya uyum sürecinde II. Vatikan Konsili'nin önemli bir etkisi olmuştur. Bu konsille hem öteki kabul edilen dinî inançlara hem de seküler alana ilişkin açılımlar getirilmiştir. Konsille beraber Dünya İletişim Günü'nün belirlenmesi, her yıl bugüne ait bir kilise mesajının yayınlanması, Vatikan yayınevi, gazetesi, radyosu ve televizyonu gibi teknolojik gelişmelerin takip edilmesi dikkat çekmiştir. Özellikle internet sayesinde kilise hizmetlerinin yaygınlaştığı ve Papa Francis döneminde bu hizmetlerin kurumsallaştığını söylemek mümkündür. Her ne kadar dijital kilise anlayışının geleneksel kilise anlayışını bozacağına ilişkin eleştiriler ortaya çıksa da, Katolik Kilisesi'nin hem ekonomik hem de insan kaynağı bakımından bu alana yoğunlaştığını söylemek mümkündür.

Katolik Kilisesi'nin dijital dünyaya uyum sağlaması veya bunun geleneksel kodları bozacağı endişesi yani medyanın dinî öğretiler için kullanıp kullanılmaması yönündeki tartışmaların diğer din müntesipleri için de geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü iletişim, medya ve sosyal ağlar üzerinden gelişen ve dönüşen dünya düzeni bireylerin dinî hayatını ve pratiklerini yakından ilgilendirmektedir. Bu bağlamda İslam dininin temsil edilmesi anlamında dijital platformların kullanışlı ve etkili araçlar olduğunu söyleyebiliriz. Nitekim son yıllarda özellikle Amerika'da Nouman Ali Khan, Omar Suleiman ve Dalia Mogahed'in verdikleri online sohbetler, TEDx konuşmaları ve ilmi tartışma programları dikkat çek-

29 Foley, “The Church and Internet”.

30 John P. Foley, “Ethics in Internet”, *Pontifical Council for Social Communications* (Erişim 06 Eylül 2021).

meğdendir. Bu programlar neticesinde sağlanan geri dönütlerde İslam hakkında olumlu ifadelerin artması ve İslamofobi ile mücadele için medyanın ne derece etkili olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla medyanın etkin kullanımını konusunda İslam ülkelerinde daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Çocuklara yönelik animasyon içerikli programlardan, ailelere yönelik destekleyici manevi programlara kadar dijital medya çalışmalarının çeşitlenmesi değişen ve dönüşen yeni nesil ihtiyaçlarını karşılamak için gereklidir.

Ayrıca Katolik Kilisesi'nin yürüttüğü projeler göz önüne alındığında ülkemizde dini sahada görev yapan bireylerin iletişim, sosyal medya, dijital içerik üretme ve kullanma konusunda donatılmaları gerekmektedir. Çünkü sözü edilen dijital projelerin aynı zamanda bir dine davet metodu içermesi hem misyonerlik çalışmalarına karşı donanımlı olmayı hem de din eğitimi alanında faaliyet gösteren bireylerin salt sözlü iletişim yerine dijital platformları da etkin kullanmalarını gerekli kılmaktadır.

Üstelik büyük bölümü iletişim üzerinde kurulu dinî öğretilerin bu alanda çalışma yürüten bireyler tarafından etkili kullanılması gerektiği ortadadır. Her ne kadar dinî eğitim kurumlarımızda hitabet, güzel konuşma ve etkili sunum yapma gibi eğitimler olsa da bunların büyük kısmı teorik olmakta veya yetersiz kalmaktadır. Örneğin İlahiyat Fakültelerindeki pedagojik formasyon derslerinde kısmen gösterilen iletişim teknikleri bir kenara bırakıldığında iletişim, medya ve dijital uygulamalara dönük herhangi bir içerik görülmemektedir. Oysa mezunların ister MEB isterse Diyanet bünyesinde istihdam edilecekleri göz önüne alındığında ve artık çoğu muhataplarının aktif sosyal medya kullanıcısı oldukları düşünüldüğünde, bu öğrencilerin etkili iletişim becerilerine sahip olmaları bir gerekliliktir. Nitekim İlahiyat öğrencilerinin iletişim becerilerinin incelendiği akademik çalışmalarda bu alanda ciddi problemlerin olduğu, dolayısıyla, öğrencilerin insan ilişkileri ve iletişim becerileri konusunda çok daha fazla emek sarf edilmesi gerektiği belirtilmektedir.<sup>31</sup>

Ayrıca ülkemizde birçok yerde faaliyet gösteren misyonerlerin İlahiyat fakülteleri öğrencileri ile karşılaşarak çeşitli tartışmalara girdikleri ve öğrencilerin onlarla konuşma sırasında nasıl bir metot izleyeceklerine dair kafa karışıklığına sahip oldukları bizzat öğrenciler tarafından dile getirilmektedir.<sup>32</sup> Üstelik Afrika, Orta Asya ve Uzak Doğu gibi bölgelerden ülkemize gelen öğrenciler mem-

31 İsmail Arıcı - Yasemin Nakşeye Angın, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin İletişim Beceri Düzeyleri", *Amasya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8 (30 Haziran 2017), 203.

32 Örneğin Türkiye'de yaşayan Hıristiyanlara yaklaşımın ele alındığı bir çalışmada İlahiyat öğrencilerinin öteki inançlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve karşılaşılan problemleri çözme noktasında ciddi sıkıntılar ve tedirginlikler yaşadıkları ortaya konmuştur. Bk. Selman Yılmaz, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Türkiye'deki İnanç Gruplarına Bakışı", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 57/1 (01 Nisan 2016), 128.

leketlerine döndükleri zaman başta Hıristiyan misyonerler olmak üzere farklı dinî gruplarla karşılaşmakta ve İlahiyat eğitimi almalarından dolayı bu gruplarla iletişim noktasında aktif olmaları beklenmektedir. Bu bakımdan dinî sahada eğitim gören öğrenci ve personelin İletişim veya Eğitim Fakülteleri gibi kurumlardan profesyonel eğitim almaları bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. İlahiyat öğrencilerinin toplum içinde konuşma konusunda yaşadığı tedirginlikler ve gördükleri derslerin bu konudaki eksikliklerini gidermede yetersiz kaldığı yönündeki geri dönütler yeni bir planlamayı gerekli kılmaktadır.<sup>33</sup> Her ne kadar bazı üniversitemizde havuz dersler kapsamında farklı branşlardan ders almak mümkün olsa da genelde iletişim ve medyaya yönelik derslerin bu sistemde yer almadığı veya bu kapsamdaki seçmeli derslerden sınırlı sayıda öğrencinin yararlandığı bilinmektedir. Ayrıca Diyanet İşleri Başkanlığına uzman personel yetiştiren İhtisas Eğitim Programları müfredatına bakıldığında da teorik derslerin dışında iletişim, medya kullanımı, retorik ve hitabet gibi artık elzem olan branşların programda yer almadığı görülmektedir.<sup>34</sup> Dolayısıyla klasik vaaz sistemi ve vaiz profilinin değişime uğradığı bir çağda yeni nesle yönelik irşat faaliyetlerinin de paralel olarak dönüşüme uğraması yönünde niyet ve eylemlerin ortaya konması gereklidir.

## Kaynakça

- Agenzia Fides*. “Third edition of the multimedia course: ‘Communication is Mission’”. Erişim 09 Eylül 2021. [http://www.fides.org/en/news/70747-VATICAN\\_Third\\_edition\\_of\\_the\\_multimedia\\_course\\_Communication\\_is\\_Mission](http://www.fides.org/en/news/70747-VATICAN_Third_edition_of_the_multimedia_course_Communication_is_Mission)
- ARICI, İsmail - Angın, Yasemin Nakşiye. “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin İletişim Beceri Düzeyleri”. *Amasya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8 (30 Haziran 2017), 199-219. <https://doi.org/10.18498/amauidf.325835>
- Benedict, Pope. “Holy See/Benedict XVI/Messages World Communications Days”. *44th World Communications Day, 2010 - The Priest and Pastoral Ministry in a Digital World: New Media at the Service of the Word*. Erişim 02 Eylül 2021. [https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20100124\\_44th-world-communications-day.html](https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day.html)

33 Ömer Demir, “İlahiyat Son Sınıf Öğrencilerinin Dini Hitabet Yeterlikleri DİB ve Din Görevlileri ve Din Hizmetleri İle İlgili Görüşleri”, *Bayburt Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9 (30 Haziran 2019), 79-115.

34 Örneğin Diyanet İşleri Başkanlığı Eğitim Hizmetleri Genel Müdürlüğü Program Geliştirme Daire Başkanlığı tarafından hazırlanan 2017 tarihli İhtisas Eğitim Programında iletişim becerilerine dair içerik bulunmamaktadır.

- Colagrande, Fabio. "Pope Names Ecclesiastical Assistant for Dicastery for Communication". *Dicastery for Communication*. Erişim 08 Eylül 2021. <https://www.comunicazione.va/en/notizie/notizie-2021/media-vaticani-don-epicoco-nominato-assistente-ecclesiastico.html>
- Demir, Ömer. "İlahiyat Son Sınıf Öğrencilerinin Dini Hitabet Yeterlikleri DİB ve Din Görevlileri ve Din Hizmetleri İle İlgili Görüşleri". *Bayburt Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9 (30 Haziran 2019), 79-115.
- Dicastery for Communication. "Events". Erişim 17 Eylül 2021. <https://www.comunicazione.va/en/eventi.html>
- Dicastery for Communication. "Faith Communication in the Digital World". Erişim 08 Eylül 2021. <https://www.comunicazione.va/en/eventi/2020/faith-communication-in-the-digital-world-iniziativa-di-formazione.html>
- Dicastery for Communication. "History of the Dicastery for Communication". Erişim 14 Ağustos 2021. <https://www.comunicazione.va/en/chi-siamo/storia.html>
- Dicastery for Communication. "SIGNIS: Website to Submit Communication and Media Education Projects". Erişim 18 Eylül 2021. <https://www.comunicazione.va/en/notizie/notizie-2021/signis-online-portale-per-presentazione-progetti-comunicazione-educazione-ai-media.html>
- Dicastery for Communication. "The 'Faith Communication in the Digital World' Project Begins". Erişim 08 Eylül 2021. <https://www.comunicazione.va/en/notizie/notizie-2021/faith-communication-in-the-digital-world-incontro-inaugurale.html>
- Dicastery for Communication. "Young Communicators Complete Their Training at the Vatican". Erişim 08 Eylül 2021. <https://www.comunicazione.va/en/notizie/notizie-2021/giovani-comunicatori-si-formano-in-vaticano.html>
- Foley, John P. "Ethics in Internet". *Pontifical Council for Social Communications*. Erişim 06 Eylül 2021. [https://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_ethics-internet\\_en.html](https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html)
- Foley, John P. "The Church and Internet". *Pontifical Council For Social Communications*. Erişim 06 Eylül 2021. [https://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_en.html](https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html)
- Hutchings, Tim. "Considering Religious Community Through Online Churches". *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. ed. Heidi A. Campbell. 164-173. London ; New York: Routledge, 1st edition., 2013.
- Isetti, Giulia vd. (ed.). *Religion in the Age of Digitalization: From New Media to Spiritual Machines*. Routledge, 1st edition., 2020.
- Knott, Kim - Poole, Elizabeth. *Media Portrayals of Religion and the Secular Sacred: Representation and Change*. Routledge, 2016.

- LaPointe, Margaux Kay. “Mass Media, Ethics, and Faith: The Catholic Church’s Conversation with the World’ | Villanova University”. *Villanova University College of Liberal Arts and Sciences*. Erişim 04 Eylül 2021. <https://www1.villanova.edu/villanova/artsci/newsevents/2008/0926.html>
- Mayer, Jean François. “II. Vatikan Konsili’nden Sonra Hıristiyan Dünyasındaki Yeni Temayüller ve Gelişmeler”. *Divan: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi* 9 (01 Aralık 2000), 75-112.
- Meyer, Birgit - Moors, Annelies. *Religion, Media, and the Public Sphere*. Indiana: Indiana University Press, 2005.
- Pope Paul VI. “Inter Mirifica”. 04 Aralık 1963. Erişim 06 Eylül 2021. [https://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_en.html](https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_en.html)
- Taşpınar, İsmail. “Katolik Kilisesi’nin Modern Dünyaya Uyumu: II. Vatikan Konsili ve Katoliklerin Yaklaşımı”, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 41 (Aralık 2011).
- Vatican. “The Holy See”. *Messages*. Erişim 17 Eylül 2021. <https://www.vatican.va/content/vatican/en.html>
- Winfield, Nicole. “Pope to Vatican’s Own Media Workers: Who Reads Your News?” *AP NEWS* (24 Mayıs 2021). <https://apnews.com/article/journalists-religion-health-coronavirus-pandemic-3eb19e4d60575961c3a7ebff11ae17e4>
- Yılmaz, Selman. “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Türkiye’deki İnanç Gruplarına Bakışı”. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 57/1 (01 Nisan 2016), 103-144. [https://doi.org/10.1501/Ilhfak\\_0000001447](https://doi.org/10.1501/Ilhfak_0000001447)



## Ekler

### Ek 1: İnanç İletişimi Aday Başvuru Formu



#### Young communicators announcement

The Dicastery for Communication of the Holy See is seeking 10 "Young potentials" to communicate the faith through digital media

#### Context

The Catholic Church is living in a digital age and considers it necessary to improve its communication and to offer spiritual education through online platforms, especially social media and mobile applications.

The recent covid-19 crisis has led to an increased sense of urgency to address the question on how the Church can and should be present online in order to respond adequately to people's spiritual needs. The Church considers it necessary to learn effective communication methods, ensuring a social media presence that bears witness to the "style" of the Gospel.

### Ek 2: Projede Çalışacaklar için Gerekli Şartlar

#### Why apply?

- The 10 "Young potentials" will go through a unique **vocational training experience**, from February to December 2021, in which they will gain both content and communication expertise in using social media (and apps) for spiritual education purposes. They will be offered lectures and individual coaching on specific topics that will be assigned at the end of the selection process. With this practical experience, they will develop skills useful for work in catholic organizations, institutions, congregations and in their local church provinces, so as to be better able to serve the mission of the Church.
- The 10 "Young potentials" will be involved in the development of practical tools, namely communication proposals regarding the four pontifical basilicas in Rome. They will also be involved in a discussion – together with internationally renowned experts – about best practices for the proper use of digital instruments in the communication of faith. Indeed, the final outcome of the project will be twofold: concrete tools dedicated to some specific assignments and a proposal for best practices that also points out the main problems and issues that users currently face with the internet.
- The 10 "Young potentials" will obtain a certificate of participation in the project 'Faith Communication in the Digital World' from the Dicastery.



### Ek 3: Eğitim Çalışmaları

Meeting with young communicators for the project "Faith Communication in the Digital World"



### Ek 4: Papa Francis'in Projede Görev Alanları Ziyareti



# TRT World ile Al Arabiya English Kanallarının Trump'ın Ortadoğu Planı Hakkındaki Haberlerinin Eleştirel Söylem Analizi<sup>1</sup>

Cuma Yavuz<sup>2</sup>

## Özet

Bu çalışmada 45. ABD Başkanı Donald Trump'ın İsrail-Filistin ihtilafına çözüm bulmayı amaçladığı iddia edilen ve "yüzyılın anlaşması" olarak adlandırılan Ortadoğu barış planı ele alınmıştır. Çalışmadaki amaç, iki farklı yayın kuruluşu olan TRT World ve Al Arabiya English kanallarının internet sitelerinde yer alan haberleri ele alış farklılıklarını ortaya koymaktır. Çalışmanın tarih aralığı belirlenirken planın açıklandığı 28 Ocak 2020 tarihi ile bir sonraki gün kanallarda yayınlanan haberler incelenmiştir. Araştırmada van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi yöntemi temel alınarak çözümleme yapılmaya çalışılmıştır. Eleştirel Söylem Analizi irdelenerek, yayın kuruluşlarının ülkelerinin dış politikaları doğrultusunda plana yaklaşımıyla ilgili genel bir çerçeve çizilmiştir. TRT'nin, Türk kamuoyunun görüşleri ve hükümetinin dış politikası doğrultusunda Trump'ın Ortadoğu planına karşı bir söylem kullandığı ancak Al Arabiya'nın Suudi Arabistan hükümetinin çelişkili, belirsiz ve yoruma açık cümlelerle de olsa desteklediği planı çok net bir söylem ile savunduğu belirlenmiştir. Medya kuruluşlarının kendilerini denetleyen ve finanse eden yapıların politikaları çıkarları ve ideolojileri doğrultusunda söylem ürettikleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İsrail-Filistin Çatışması, "Yüzyılın Anlaşması", TRT World, Al Arabiya, Eleştirel Söylem Analizi.

- 
- 1 Bu çalışma, 2021 tarihli "Selective Media Coverages of Trump's Middle East Plan" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Bu çalışma Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)'nda özet bildiri olarak sunulmuştur.
  - 2 TRT Haber Muhabiri, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Kudüs Çalışmaları.

## Abstract

In this study, the 45th President of the U.S., Donald Trump's Middle East peace plan, which claims to find a solution to the Israel-Palestine conflict and is called the "Deal of the Century", is discussed. The study aims to reveal the differences in the handling of the news by two different broadcasters, the websites of TRT World and Al Arabiya English news channels. While determining the working range, the news on 28 January 2020, when the plan was announced, and the news on the next day were examined. In the research, analysis was tried to be made based on van Dijk's Critical Discourse Analysis method. By examining the Critical Discourse Analysis, a general framework was drawn regarding the broadcasters' approach to the plan in line with the foreign policies of their own countries. It was determined that TRT used a discourse against Trump's Middle East plan in line with the views of the Turkish public and the foreign policy of the government, but Al Arabiya English defended the plan with a very clear discourse, which the Saudi Arabian government supported, albeit with contradictory, vague and open-to-interpretation sentences. It has been determined that media organizations produce discourse in line with the policies, interests and ideologies of the structures that control and finance them.

**Keywords:** Israeli-Palestinian Conflict, the "Deal of the Century", TRT World, Al Arabiya, Critical Discourse Analysis.

## Giriş

Medya, mesajın ve sembollerin izleyicilere iletilmesinde en etkili araçtır. Ortaya çıktığı günden bu yana medya kamuoyunu bilgilendirirken ve eğlendirirken, kitle algısını inşa etmek ve yönlendirmek için de önemli bir aygıt olagelmıştır. Medya kuruluşlarının devletlerine, ülkelerine ve/veya patronlarına göre bir yayın politikası belirledikleri de bir sır değildir. Medya, onu denetleyen ve finanse eden güçlü sosyal grupların çıkarlarına hizmet eder ve onların lehine propaganda yapar (Herman - Chomsky, 1988). Medya bu yönüyle ideolojik bir boyut kazanır. Tutum ve inançların temelini oluşturan ideoloji, medyanın devlet aygıtı olarak kullandığı söylemin de temelini oluşturur (Althusser, 2000); mesajı egemen gücün çıkarları ve politikaları doğrultusunda kitlelere iletir (van Dijk, 2000). Aslında ideolojik olarak tarafsız bir dilin olabileceğini, habercilikte de mutlak bir nesnellik sağlanabileceğini söylemek pratikte imkânsız bir durumdur (İnal, 1994, 21). Farklı yayın kuruluşları aynı konu veya olay hakkında çok farklı hikayeler anlatabilir, çok farklı yaklaşımlar geliştirebilir ve çok farklı söylemler kullanabilir. Sosyal-dijital ya da geleneksel-konvansiyonel medya araçları ile ideolojilerin mitleri oluşturulmakta, kahramanlar yaratılmakta, itibar suikastları de gerçekleştirilebilmektedir (van Dijk, 1998). Bazen olaylar gerçekte olduğundan çok farklı sunularak, iyi kötü, kötü de iyi olarak da anlatılabilmektedir. İktidar aygıtı olarak medya, mesajını çıkarlar, politikalar ve ideoloji doğrultusunda kullandığı “söylem” ile izleyiciye aktarır. Söz konusu söylem, doğru yöntemlerle analiz edilerek ortaya çıkarılabilmekte ve haberin veya anlatılanın ötesindeki anlam kavranabilmektedir.

Türkiye, Trump'ın “Yüzyılın Anlaşması”na en açık ve en sert şekilde karşı çıkan ülkeler arasında yer almıştır (Khan, 2020). Filistin'e 50 milyar dolarlık yatırım vadeden söz konusu plana mali katkı sağlayan ülkelerden biri de Suudi Arabistan olsa da bu süreçte Kral Selman, Filistin Yönetimi Başkanı Mahmud Abbas'ı arayarak Filistin davasına sadakatini dile getirirken, Suudi Dışişleri, planın bölge için önemli bir fırsat olduğunu ifade ederek planı desteklemiştir (Khan, 2020). Bu çalışma ile bölgenin iki önemli ülkesinin iki etkili yayıncısının söylem analizi ile Türkiye ve Suudi Arabistan'ın Filistin meselesine ilişkin son pozisyonları ideoloji-politika-medya ilişkisi bağlamında ortaya konacaktır.

Van Dijk'in söylem ve eleştirel söylem çalışmaları haber odaklıdır. Bu nedenle diğer düşünürlerden farklı olarak bu çalışmada haber üzerine çalışan van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi (ESA), yöntemi tercih edilmiştir. Bu çalışmada van Dijk yöntemi kullanılarak Trump'ın Ortadoğu planının TRT World ve Al Arabiya English haber kanallarında nasıl yer aldığı incelenecektir. Trump'ın Ortadoğu planına karşı çıkan Türkiye ve destekleyen Suudi Arabistan'ın devlet

veya devlet destekli kanalları olan TRT World ve Al Arabiya English analiz edilecektir. Bu nitel araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Acil durum örnekleme yoluyla derin incelemeye tabi tutulabilecek sınırlı sayıda ama aynı zamanda bilgi açısından zengin vakaların incelenmesi öngörülmektedir. Van Dijk'in son yıllarda anlatılanların ötesindeki anlamı ortaya çıkarmak için kullandığı ESA yöntemiyle, Trump'ın Ortadoğu siyasetinde ülkelerinin dış politikaları doğrultusunda farklı konumlar alan TRT World ve Al Arabiya English kanallarındaki haberlerin söylem analizi yapılmıştır.

## 1. Türkiye'nin Filistin Meselesine Yönelik Dış Politikası

Genelde Batı yanlısı bir dış politika izleyen Türkiye, İslam dünyasında İsrail'i tanıyan ilk devlet olmuştur. İsrail ile ilişkiler ABD ile ilişkilerin seyrine göre iniş çıkışlar yaşasa da Ankara-Tel Aviv ilişkileri hiçbir zaman kopmamıştır. 1947 tarihli BM Bölünme Planı'ndan bu yana Birleşmiş Milletler başta olmak üzere uluslararası arenada Filistinlilere destek vererek Filistinliler lehinde oy kullanan Türkiye, İsrail ile ilişkilerini de geliştirmiştir. 1990'larda ve 2000'lerin başındaki AK Parti iktidarının ilk döneminde, Türkiye-İsrail ilişkileri savunma sanayii ve güvenlik konularını da içeren ciddi ilerlemeler kaydetmiştir (Hale, 2013, 231). Ancak İsrail'in 2002'de Cenin mülteci kampındaki katliamı, Hamas'ın ruhani lideri Şeyh Ahmed Yasin'in tekerlekli sandalyesinde öldürülmesi ve ardından 2004'te Hamas liderlerinden Abdülaziz Rantisi'nin öldürülmesi, 2006'da Lübnan saldırısı, 2006'da Filistin'de Hamas'ın seçimleri kazanmasının ardından başlayan süreç ve İsrail'in 2008'in son günlerinde başlattığı Dökme Kurşun Operasyonu, Davos'ta yaşanan "one minute" krizi ve son olarak 2010 yılında Mavi Marmara olaylarının Türk kamuoyu ve siyaseti üzerindeki etkisinin ardından İsrail ile ilişkiler son dönemde en düşük seviyeye gerilemiştir (Kaya, 2019, 1060). Ayrıca Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan, "dünya beşten büyüktür" söylemi ile Mescid-i Aksa, Kudüs ve Yahudi yerleşimleri gibi dünya kamuoyunun vicdanını yaralayan konularda Filistinlilerin uluslararası hukuktan kaynaklanan haklarını savunmaktan çekinmemektedir (Aydın - Poyraz, 2020, 21).

## 2. Suudi Arabistan'ın Filistin Meselesine Yönelik Dış Politikası

Buna karşılık Suudi Arabistan, Arap dünyasındaki öncü rolü, Müslüman dünyasının iki kutsal mekânına ev sahipliği yapması, ekonomik ve jeopolitik avantajlarına uygun olarak, geleneksel ve resmi dış politikasında ilk etapta Filistin davasını benimsemiş ve savunmuştur. Bölünme Planına karşı çıkmış, İsrail ile savaşan Arapları desteklemiş, İsrail'i destekleyen ülkelere petrol ambargosu uygulamış ve İslam Konferansı Örgütü'nün kurulmasına öncülük etmiştir.

Ancak 1979 İran devriminden sonra Suudi dış politika öncelikleri değişmeye başlamıştır. İran'ın etnik ve mezhepsel yayılmacı politikası Suudi Arabistan ve İsrail tarafından benzer bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir (Bostancı, 2013, 298). Suudi Arabistan'ın tehdit algısında Şii İran'ın yanı sıra Sünni bloktaki Hamas ve Müslüman Kardeşler ile Arap baharı süreci, İsrail'in yerini alan faktörler arasında yer almaktadır. Bu iki yeni tehdit algısı, Riyad-Tel Aviv ilişkilerini hiç olmadığı kadar yakınlaştırmaktadır (Ahren, 2019). İsrail ile ilişkiler, özellikle de veliaht prens olarak Muhammed bin Salman ile daha görünür hale gelmiştir. Suudi-İsrail ilişkilerinin gelişmesi, Suudi Arabistan'ın Arapların en temel sorunu olan Filistin meselesine bakış açısını da değiştirmiştir. (Leonnig, 2018; Zaken, 2019). Bu durum Suudi Arabistan'ın Filistin meselesini öncelikli görmemesine, İran, Hamas, Müslüman Kardeşler tehditlerini öncelikli olarak değerlendirmesine neden olmuş ve Suudi Arabistan'ın geleneksel Filistin yanlısı dış politikasının yerini İsrail yanlısı bir politika almaktadır. Son olarak, Trump'ın Ortadoğu planı bunu açıkça ortaya koymaktadır. Suudi Arabistan-İsrail ilişkileri istihbarat ve güvenlik gibi kritik alanlar da dahil olmak üzere gelişirken, Suudi Arabistan kamuoyunda İsrail algısı da daha olumlu hale getirilmektedir (Podeh, 2018).

### 3. Eleştirel Söylem Analizi

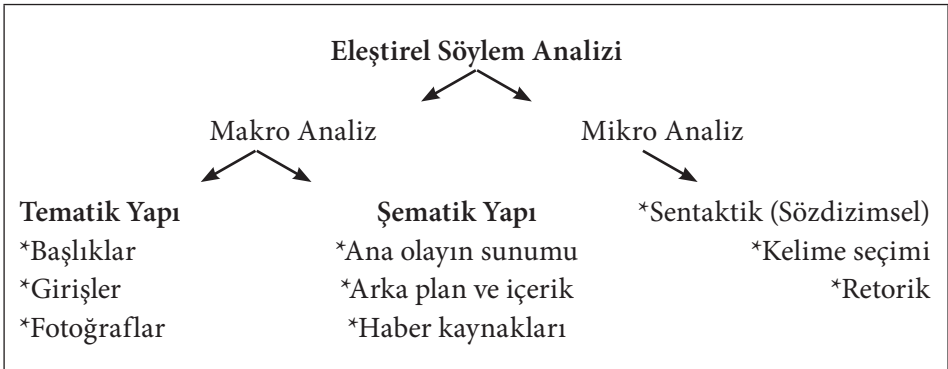
Eleştirel Söylem Analizi, politik, güç ve güç ilişkilerini, kültürel etkileri, sosyal yaşamı ve ideolojileri tanımlaması bakımından eleştirel olmayan söylem modelinden farklıdır (Fairclough, 1992, 12). Foucault'un (1970) öncülük ettiği ESA çalışmaları dil, iktidar ve siyasetin rolüyle ilgilenir. Eleştiri, söylem analizinin temelini oluşturur ve söylem analizi, genel olarak, sosyal grupların veya bireylerin iktidarı elde etmek için dili nasıl kullandıklarını inceler. ESA, güç, hegemonya, sınıf farkı, ırk, ideoloji, çıkar ve sosyal yapı gibi olguları araştırma konusu olarak seçer. Söylem analizi, var olan söylemlerin özelliklerini yeniden üretebilir, değiştirebilir veya ortaya çıkarabilir (Fairclough, 2013). Söylem analizinin eleştirel doğası 1970'lere denk gelir (Foucault, 1970). Ana akım medya çalışmalarının kurucularından biri olarak kabul edilen Lippmann (1922), kitle iletişim araçlarının zaman ve mekân sınırlaması gibi bazı nedenlerden dolayı bir yerde yaşanan olay ile o olayın haberdeki sürümlerinin aynı olmadığını vurgular. Sonuç olarak eleştirel yaklaşımda kitle iletişim mesajlarının ideolojik olarak birilerini ikna etmek için üretildiği ve güç ya da güç merkezlerine hizmet ettiği kabul edilmektedir (Gerbner, 2014, 165).

ESA, şu gibi temel sorulara dayanmaktadır: Güçlü gruplar söylemi nasıl kontrol etmektedir? Böyle bir söylem, zayıf grupların zihinsel faaliyetlerini ve eylemlerini nasıl etkilemektedir? Bu kontrol, sosyal eşitsizliğin yaratılmasında

nasıl bir rol oynamaktadır? Kontrol edilen gruplar bu güce söylemsel olarak nasıl rakip olabilir? (Mora, 2008, 11). ESA denilince akla ilk gelen isimlerden biri olan van Dijk, haberleri sözdizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı dilbilimsel çözümleme türünde ele almaktadır. Söz dizimi, kullanılan tümcelerın gramer yapılarını ifade ederken, anlamsal inceleme kelimelerin, cümlelerin ve diğer bir deyişle tüm söylemin anlamını ifade etmektedir. Van Dijk, söylemde ikna boyutunu ortaya çıkarmak için metinde dikkat edilmesi gerekenleri şöyle sıralıyor: Olayın açık bir şekilde tanımlanması, görgü tanıklarının ifadelerinden yararlanılması, olayın zamansal ve sayısal boyutlarının açıklanması, olayla ilgili profesyonellerin görüşleri de dahil konunun, olayın neden ve sonuçlarının belirtilmesi ve metnin duygusal anlatımı (van Dijk, 1998, 84-88).

Bu çerçevede bu çalışmada TRT World ve Al Arabiya'nın Trump'ın "Yüzyılın Anlaşması"na ilişkin haberlerinde nasıl bir söylem kullandığı incelenecektir. Planı desteklediler mi, yoksa karşı mı çıktılar? Manşetlerde, ana metinde, seçilmiş haber kaynaklarında ve kelimelerde nasıl bir dil kullandılar? Haberlerde ne tür fotoğraflar tercih edildi? Bu amaçla TRT World ve Al Arabiya English kanallarının internet sitelerinde Trump'ın "Ortadoğu" planına ilişkin haberler van Dijk'in ESA yöntemi ile incelenecektir. Planın açıklanmasına ilişkin tüm haberlerin 28 ve 29 Ocak 2020 tarihlerinde servis edildiği, TRT World'un 6 Al Arabiya'nın da toplam 7 haber yaptığı tespit edilmiştir. Köşe yazıları, analiz ve yorum kapsamındaki metinler çalışmaya dahil edilmemiş sadece yayın kuruluşlarının servis ettiği haber kategorisindeki metinler dikkate alınmıştır. Çalışma van Dijk'in ESA yöntemine göre aşağıda belirtildiği üzere makro ve mikro ana başlıkları altında gerçekleştirilecektir. Makro analizde tematik yapı içerisinde haber başlıkları, haber girişleri ve fotoğrafları değerlendirilirken şematik yapı içerisinde ana olayın sunumu, arka plan ve içerik bilgisi ile haber kaynakları incelenecek, mikro analiz kapsamında sentaktik (sözdizimsel), kelime seçimi ve retorik unsurlar ele alınacaktır.

**Grafik 1: Van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi Modeli**





### 3.1. Makro Analiz

Van Dijk'in ESA modeline göre makro analiz, tematik ve şematik yapı incelemesi olarak iki bölümden oluşmaktadır. Tematik analizde en önemli konu hiyerarşik yapılarıdır. Bu yapıda başlık, alt başlık, spot ve haber girişleri yer almaktadır. Şematik çözümlemede daha çok durumsallık ve yorumlar ön plana çıkmaktadır. Arka plan bilgisi, bağlam ve tarih bilgisi, haber kaynakları ve alın-tılar da önemlidir. Şematik çözümlemede, hikaye/olay örgüsü incelenmektedir.

#### 3.1.1. Tematik Yapı İncelemesi

Tematik analizde en önemli unsur olarak hiyerarşik yapılar ön plandadır. Bu yapıda başlık, alt başlık, spot ve haber sunuşları bulunmaktadır. Tematik analizde başlıklar, haber girişleri ve fotoğraflar ele alınacaktır.

##### 3.1.1.1. Haber Başlıkları

**Tablo 1: TRT World ve Al Arabiya English Başlıkları**

TRT World	Al Arabiya
"Filistinliler, Trump'ın 'yüzyılın anlaşması' planını açıklamasını protesto etti" (TRT World-28 Ocak, 2020a)	"Trump, Yüzyılın Anlaşması Ortadoğu barış planını açıkladı" (Al Arabiya- 28 Ocak, 2020a)
"'Yüzyılın tokadı': Filistinliler Trump'ın Ortadoğu planını reddetti" (TRT World- 29 Ocak, 2020b)	"Filistinliler Trump'ın Ortadoğu barış planına şüpheyle bakıyor" (Al Arabiya- 28 Ocak, 2020b)
"Filistinliler nihayet İsrail'e direnmek için hizipçiliği bir kenara mı atıyorlar?" (TRT World- 29 Ocak, 2020c)	"Önceki Filistin barış anlaşmalarının ve başarısızlıklarının kısa bir tarihi" (Al Arabiya- 28 Ocak, 2020c)
"Yeni İsrail sadece eski Güney Afrika mı?" (TRT World- 29 Ocak, 2020d)	"Kaynak: Trump Ortadoğu barış planı iki devletli çözümü içerecek" (Al Arabiya- 28 Ocak, 2020d)
"Trump'ın Netanyahu ile Filistin anlaşması Evanjelikleri mutlu etti, ama neden?" (TRT World- 29 Ocak, 2020e)	"Trump, Filistinlilerin reddine rağmen barış planından umutlu" (Al Arabiya- 28 Ocak, 2020e)
"Ortadoğu "barış planı" neden başarısızlığa mahkum?" (TRT World- 29 Ocak, 2020f)	"Trump'ın Orta Doğu barış planından ne beklenebilir?" (Al Arabiya- 28 Ocak, 2020f)
	"İsraili Gantz, Trump barış planını övdü, seçimden sonra uygulamaya söz verdi" (Al Arabiya- 28 Ocak, 2020g)

Van Dijk, eleştirel söylem analizinde okuyucunun ilk olarak başlıkla karşılaştığını ve olayla ilgili en önemli bilgilerin başlıklarda verildiğini belirtmektedir (1988, 226). TRT World ve Al Arabiya English örneklerinde de durum bu şekildedir. Her iki kanal da başlıklarında olayın ne olduğu hakkında okuyucuya bilgi vermektedir. Bazı başlıklarda tarafsız olarak sadece olayın

ne olduğu hakkında bilgi verilirken, bazı başlıklarda yayıncının görüşleri doğrultusunda plan desteklenmekte veya karşı çıkılmaktadır. Öncelikle planı hazırlayanların kullandığı “Yüzyılın Anlaşması” ifadesi TRT tarafından tırnak içinde verilerek planın “Yüzyılın Anlaşması” olup olmadığı tartışmaya açılmış ve bunun yüzyılın anlaşması olmayabileceği ima edilmektedir. Ancak Al Arabiya, planı doğrudan ABD ve İsrail’in kullandığı söylem olan “Yüzyılın Anlaşması” olarak vermeyi tercih etmektedir. TRT, Filistinlilerin plan için kullandığı “yüzyılın tokadı” ifadesini manşetlerine taşımakta ve Filistinlilerin plana karşı olduğuna dikkat çekmektedir. Planın açıklanmasının hemen ardından Filistinliler tarafından protesto gösterileri düzenlendiği vurgulanmakta, planla uygulanmak istenenin Güney Afrika’daki gibi bir apartheid olduğu belirtilirken Evanjeliklerin de plandan memnun olduğu belirtilerek Trump’ın planının ideolojik arka planı sorgulanmaktadır. “Barış planı” ifadesi de tırnak içinde verilerek bu kavram sorgulanmakta ve bu görüşü benimsemeyenlerin olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca TRT Filistinlilerin planı kesin olarak reddettiğini vurgularken Al Arabiya English Filistinlilerin plana karşı şüpheli olduğunu söylemeyi tercih etmektedir. Al Arabiya, 2000’li yılların başından itibaren İsrail’de iktidarda bulunan aşırı sağ siyaset tarafından desteklenen planın, sosyal liberal Mavi Beyaz Parti’nin lideri Gantz tarafından da desteklendiğini de TRT’den farklı olarak özellikle vurgulamaktadır.

### 3.1.1.2. Haber Girişleri

Haber girişleri, haber metninin önemli bir bölümünü oluşturur. Okuyucunun dikkatini çekmek için genellikle başlıktan küçük, haber metninden daha büyük punto ile yazılır. Haberde belirtildiği gibi bir haber girişi yoksa haberin ilk cümlesi haber girişi olarak değerlendirilir. Haber girişleri, başlıktaki konuyu özetlemesi ve haberin ana fikrini aktarması açısından da önemlidir (Özer, 2000, 84). İncelenen haberlerde haber girişlerinin konuyu özetlediği ve okuyucuyu bilgilendirmek için haberin ana fikrini aktardığı görülmektedir.

**Tablo 2: TRT World ve Al Arabiya English Haber Girişleri**

TRT World	Al Arabiya
ABD Başkanı Donald Trump'ın tartışmalı planının İsrail'in işgal altındaki toprakların büyük bir bölümünü ilhak etmesine izin vermesi bekleniyor.	Başkan Donald Trump salı günü, İsrail-Filistin ihtilafını çözmeye yönelik ABD planının uzun zamandır beklenen ayrıntılarını açıkladı ve bunun Filistinliler için devlet olma yolunda son şansı temsil edebileceği konusunda uyardı.
"Utanç anlaşması", "saldırgan", "komplo", "saçmalık" - ABD Başkanı Trump, İsrail'e talep ettiği her şeyi veren tartışmalı haritayı açıklarken Filistinliler öfkeyle tepki veriyor.	Filistinliler, Başkan Trump'ın salı günü tam öneriyi açıklamasının ardından, Trump yönetiminin uzun zamandır beklenen Orta Doğu barış planına şüpheyle bakıyor ve bunu "yüzyılın çalması" olarak nitelendiriyor.
Filistinli siyasi gruplar, "yüzyılın anlaşmasına" karşı alışılmadık bir şekilde birleşti ve uygulanmasına direnmek için bu ivme korunmalıdır.	Trump yönetimi, merakla beklenen Orta Doğu barış planının bölümlerini bugün 17:00 GMT'de (Dubai saati ile 21:00) açıklıyor.
Trump'ın açıkladığı plana göre, apartheid rejimindeki Güney Afrika'daki siyahlar gibi, Filistinliler de fiziksel, politik ve duygusal olarak ayrı tutulacak ve kontrol edilecek.	Al Arabiya muhabirinin planı hazırlayan barış ekibine yakın bir kaynaktan edindiği özel bilgilere göre, Trump yönetiminin Ortadoğu barış planı, İsrail devletinin yanında bir Filistin devleti oluşturarak iki devletli bir çözümü içerecek.
2020 ABD seçimleri sürerken, anlaşma 2016 başkanlık seçimlerinde Trump'ın seçmenlerinin yüzde 80'inden fazlasını oluşturan Evanjeliklerin desteğini sağlamayı amaçlıyor.	Başkan Donald Trump pazartesi günü yaptığı açıklamada, Filistinliler önerilen Ortadoğu barış anlaşmasını zaten reddetmiş olsalar da, Beyaz Saray'ın İsrail Başbakanı Netanyahu ve baş rakibi Gantz ile görüşmelerinin ardından duyurmayı planladığı planı eninde sonunda kabul edeceklerini umduğunu söyledi.
'Yüzyılın Anlaşması', Filistinlilerin zaten katlandığı ve reddettiği yıllarca vaatlere ve müzakerelere dayanıyor.	Trump yönetimi, merakla beklenen Orta Doğu barış planının bölümlerini bugün 17:00 GMT'de (Dubai saati ile 21:00) açıklıyor.
	İsrail merkez partisi lideri Benny Gantz pazartesi günü ABD Başkanı Donald Trump'ı bir Orta Doğu barış anlaşması taslağı hazırladığı için övdü ve İsrail'in Mart seçimlerinden sonra anlaşmanın uygulanmasına yardım etmeyi taahhüt etti.

TRT'nin haber girişlerinde kullandığı söylem dikkate alındığında (Tablo 3) plana açıkça karşı bir pozisyona sahip olduğu anlaşılmaktadır. TRT'de söz konusu plan "tartışmalı" olarak nitelendirilmekte ve plana karşı argümanlar dile getirilmektedir. Planın İsrail'in işgal altındaki toprakları ilhak etmesine izin vermesinin beklendiği ve Filistinlilerin Güney Afrika'daki apartheid sistemdeki siyahlar gibi fiziksel, politik ve duygusal olarak ayrılacağı ve kontrol edileceği belirtilmektedir. Filistinlilerin plana tepkisi, "utanç verici", "saldırgan", "komplo", "saçma" ifadeleri ile aktarılmakta ve planın İsrail'e talep ettiği her şeyi verdiği ve Filistinli siyasi grupların buna karşı alışılmadık bir şekilde birleştiği vurgu-

lanmaktadır. Trump'ın planla ABD seçimlerinde Evanjeliclerin oylarını almayı hedeflediğinin altı çizilerek, bunun ABD iç siyasetine doğru bir adım olduğu, amacın soruna bir çözüm bulmak olmadığı ima ediliyor.

Buna karşılık Al Arabiya'nın haber girişlerinde ise planın ve planı açıklayanların dilini kullanmayı tercih ettiği görülmektedir (Tablo 3). Donald Trump'ın, ABD'nin "İsrail-Filistin ihtilafını çözme" planının uzun zamandır beklenen ayrintılarını açıkladığı belirtilirken, Trump'ın açıklamasındaki Filistinlilere yönelik tehdidin de doğrudan haber girişinde "Filistinliler için devlet olma yolundaki son şansı" ifadesi ile aktarıldığı görülmektedir. Plana göre, müzakereler anlaşmadan önce değil daha sonra 4 yıl boyunca gerçekleştirilecek ve belki de Filistinliler egemen olmayan devlet bile denemeyecek bir yapı kurabilecekler. Hal böyleyken Al Arabiya, Trump yönetiminin "Ortadoğu barış planı"nın iki devletli çözümü içereceğini ve sanki her şey normalmiş gibi bir Filistin devleti oluşturulacağını ifade etmektedir.

**Tablo 3: Planı tanımlarken kullanılan ifadeler**

TRT World	Al Arabiya
"Yüzyılın Anlaşması"	Yüzyılın Anlaşması
Tartışmalı plan	Barış planı
Filistinliler reddetti	Filistinliler şüpheli
Apartheid devlet	İki devletli çözümü içeriyor
ABD Başkanı Trump	Başkan Trump

### 3.1.1.3. Haber Fotoğrafları

Fotoğraflar hem retorik bir unsur olarak hem de görsel olarak haberin inandırıcılığı için zihne mesajlar göndermektedir. Her iki kanalda da planın açıklanması, planı protesto eden Filistinliler (TRT World, 2020a,b,c; Al Arabiya, 2020g) ve İsrail askerlerinin Mescid-i Aksa'daki varlığı gibi ortak temalı fotoğraflar yer almaktadır. Ancak iki kanalın kullandığı fotoğrafların detaylarında bazı farklılıklar bulunmaktadır.

28 Ocak 2020 tarihli TRT'nin haberinde Filistinli kadın göstericiler, Gazze'deki Filistin Demokratik Kurtuluş Cephesi grubunun protestosunda İsrail'in işgalinden kurtulmayı talep eden bir pankart taşıyorlar (Fotoğraf 1, TRT World, 2020a).



Fotoğraf 1



Fotoğraf 2

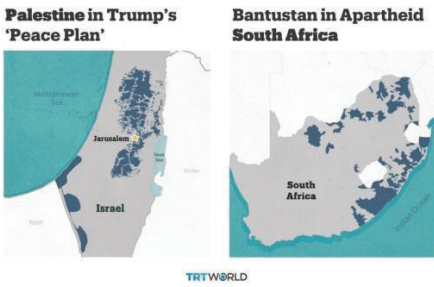


Fotoğraf 3

29 Ocak 2020 tarihli TRT World haberinde Filistin yönetiminin plana karşı yaptığı açıklamanın görüntüsü kullanılırken (Fotoğraf 2, TRT World, 2020b).

Filistinli göstericiler, İsrail işgali altındaki Batı Şeria'daki Ramallah'ta yaptığı planı protesto ederken üzerinde Donald Trump'ın fotoğrafı bulunan bir ABD doları banknotunun resmini yakıyor. (Fotoğraf 3, TRT World, 2020b).

“Yeni İsrail sadece eski Güney Afrika mı?” başlıklı haberde Apartheid Güney Afrika'daki Bantustan haritası, planın öngördüğü Filistin devleti ile yan yana verilmektedir (Fotoğraf 4, TRT World, 2020d). Açıklanan planın, Güney Afrika'daki ırka dayalı apartheide çok benzediği vurgulanıyor. Aynı haberdeki diğer fotoğrafta Johannesburg, Güney Afrika'daki ‘Yerlilere Dikkat Edin’ yazılı bir görüntüye yer verilmektedir. (Fotoğraf 5, TRT World, 2020d).



Fotoğraf 4



Fotoğraf 5

“Trump'ın Netanyahu ile Filistin anlaşması Evanjelikleri sevindirdi. Ama neden?” başlıklı haberde kullanılan fotoğrafta Trump'ın seçim kampanyası sırasında bir toplantıya katılan Evanjelik oldukları anlaşılan kişilerin ellerini kaldırarak bir tür dua ettikleri anlaşılmaktadır. (Fotoğraf 6, TRT World, 2020e).



Fotoğraf 6

Filistinli çocukların mülteci kampındaki siyah beyaz fotoğraflarıyla da Filistinlilerin mağduriyetlerinin tarihi vurgulanmaktadır (Fotoğraf 7, TRT World, 2020f).



Fotoğraf 7

Al Arabiya English haberinde ABD Başkanı Trump ile İsrail Başbakanı Netanyahu'nun planın açıklandığı Beyaz Saray'ın Doğu Odası'nda birbirleriyle yakından konuşurken çekilmiş fotoğrafı, "Filistinliler Trump'ın Ortadoğu barış planına şüpheyle bakıyor" başlığı ile verilmektedir (Fotoğraf 8, Al Arabiya, 2020b).



Fotoğraf 8



Fotoğraf 9

TRT'nin kullandığı fotoğrafta, İsrail askerleri Mescid-i Aksa yerleşkesinde otomatik silahlarla bulunurken (Fotoğraf 10, TRT World, 2020d), Al Arabiya'nın, İsrail askerlerinin coplu fotoğrafını kullanmayı tercih ettiği görülmektedir (Fotoğraf 11, Al Arabiya, 2020d).



Fotoğraf 10



Fotoğraf 11

Al Arabiya English daha çok planın duyurulmasına ilişkin ve ABD başkanı Trump'ın fotoğraflarını kullanırken (Fotoğraf 9, Al Arabiya, 2020e), TRT Filistinlilerin mağduriyetini simgeleyen fotoğraflar kullanmaktadır. TRT ayrıca, planı eleştiren sosyal medya gönderilerinin görüntülerini ve gelecekteki Filistin'in bir haritasını gösteren fotoğraflarıyla kullanmaktadır (Şekil 12, TRT World, 2020b)



Fotoğraf 12



**Tablo 4: Haber Fotoğrafları**

	TRT World	Al Arabiya
Donald Trump	1(Ivanka Trump'ın paylaşımında)	3
Binyamin Netanyahu	-	1
Filistin Yönetimi	2	-
Filistinli göstericiler	4	2
Filistinli mülteciler	1	-
İsrail yerleşimleri	1	-
Apartheid söylemi	2	-

Al Arabiya'nın haber fotoğraflarında Trump, bazen tek başına bazen de Netanyahu ile öne çıkan bir aktör olarak konumlanmaktadır. TRT hiçbir haberinde Trump'ın fotoğrafını kullanmayı tercih etmezken (Ivanka Trump'ın tweet'indeki fotoğraf hariç), Al Arabiya, 7 haberde 3 Trump fotoğrafına (video kapağındaki görselle birlikte), bir kez planın açıklandığı toplantıya katılan Netanyahu'ya ve Gantz'a ve iki kez Filistinlilere yer vermektedir. TRT World haberlerinde kullanılan fotoğraflarda plana karşı bir bakış açısı benimsenirken, Al Arabiya'da plan yanlısı bir tutum benimsendiği anlaşılmaktadır.

### 3.1.2. Şematik Yapı

Van Dijk, şematik analizde çoğunlukla haberdeki akışa ve yorumlara yer vermektedir. Ayrıca arka plan bilgisi, bağlam ve tarih bilgisi, sonuçlar, haber kaynakları ve alıntılar da önem arz etmektedir. Şematik analizde hikaye/konu incelenmektedir. Ana olay ve sunumu, arka plan bilgisi, bağlamı, aktörleri ve kaynakları şematik analizde ele alınacaktır.

#### 3.1.2.1. Ana Olayın Sunumu

Haberlerde ana olay ABD Başkanı Trump'ın "Ortadoğu" planını açıklaması, planın içeriğinin detayları ve Filistinlilerin plana yaklaşımı olarak sıralanabilir. Her iki kanal da Trump'ın planının açıklandığını aktarıırken Al Arabiya, planın ve Trump'ın açıklamalarını ve vaatlerini geniş bir şekilde işlemekte, TRT ise Filistinlilerin egemen bir devlet kurma hakkı, Filistinli mültecilerin geri dönüş hakkı, İsrail'in işgal ve ilhak politikası ve Mescid-i Aksa'ya yönelik ihlalleri, Filistinlilerin kendi kaderini tayin etme hakkı gibi unsurları ele almaktadır

### **TRT World**

“ABD Başkanı Donald Trump’ın, salı günü Washington’da düzenlenen bir törenle duyurduğu İsrail-Filistin tartışmalı planına karşı binlerce Filistinli açıklamaya saatler kala gösteri yaptı.” (TRT World, 2020a)

“Filistin Yönetimi Başkanı Mahmud Abbas, salı günü binlerce Filistinlinin Gazze ve işgal altındaki Batı Şeria’da protesto gösterileri düzenlediği ABD Başkanı Donald Trump’ın Ortadoğu planını “yüzyılın tokadı” olarak nitelendirdi. (TRT World, 2020b)

“İki sadık müttefik, ABD Başkanı Donald Trump ve İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu, İsrail’i ağır bir şekilde destekleyen ve Filistinlileri her yerde kızdıran çarpık bir barış planı ile geldi.” (TRT World, 2020c)

“Filistin’in başkenti olması öngörülen Kudüs’ün İsrail’in “bölünmez başkenti” olacağını ilan eden Trump, “devlet olma koşulları sağlanırsa” bitişik olmayan bir bölgenin gelecekteki Filistin devleti olacağını da sözlerine ekledi” (TRT World, 2020d)

“Anlaşma, İsrail’in 1967’de işgal ettiği Filistin topraklarından büyük miktarda yasadışı Yahudi yerleşimi de dahil olmak üzere büyük bir bölümünü ilhak etmesine izin veriyor ve Filistin’in Batı Şeria, Gazze ve Doğu Kudüs’te bağımsız bir devlet umuduna büyük bir darbe vuruyor.” (TRT World, 2020e)

“ABD Başkanı Donald Trump’ın uzun süredir devam eden İsrail-Filistin çatışmasını çözmeye yönelik arzulu planının işe yarama şansı neredeyse yok. Bunun nedeni, Filistinlilerin bundan kazanacak bir şeyleri olmamasıdır.” (TRT World, 2020f)

### **Al Arabiya**

“Trump, Beyaz Saray’da düzenlediği basın toplantısında, Başbakan Binyamin Netanyahu’nun yanında durarak Filistinliler tarafından zaten şiddetle reddedilen planın kilit noktalarını açıklarken, “Bugün İsrail barışa doğru büyük bir adım atıyor” dedi.” (Al Arabiya, 2020a)

“Trump tarafından ‘Yüzyılın Anlaşması’ olarak adlandırılan plan, İsrail-Filistin çatışmasını çözmeyi amaçlıyor. Plan, iki devletli bir çözümü - İsrail devletinin yanında bir Filistin devleti kurulmasını - ve gelecekteki Filistin devletini öngören bölgede İsrail gelişiminin dört yıl süreyle dondurulmasını içeriyor.” (Al Arabiya, 2020b)

“ABD Başkanı Donald Trump’ın, “Yüzyılın Anlaşması” olarak adlandırıldığı plan modern dünyanın en uzun süredir devam eden ihtilaflarından birini çözmeyi hedefliyor. Fakat Filistin liderliğinin anlaşmayı henüz yayınlanmadan önce reddettiğini göz önünde bulundurmak gerekiyor. Daha önce de kalıcı bir

barış yaratmak için birçok yüksek profilli girişimde bulunuldu, hiçbiri başarılı olmadı.” (Al Arabiya, 2020c)

“Kaynaklar planın ayrıca Ürdün Haşimi Krallığı'nın gözetiminde Kudüs'teki Tapınak Dağı'nın mevcut ve özel statüsünü de koruyacağını ekledi. (Al Arabiya, 2020d)

“Görüşmeler, Netanyahu ve Gantz'ın bir yıldan kısa bir süre içinde üçüncü kez ulusal seçimlerde karşı karşıya gelmesinden sadece bir ay önce ve planın başarı şansı olup olmadığına dair şüphelerin ortasında gerçekleşti.” (Al Arabiya, 2020e)

“Gantz, Trump ile görüşmesinin ardından gazetecilere verdiği demeçte, “Başkan'ın barış planı gerçekten de önemli ve tarihi bir dönüm noktası” dedi.” (Al Arabiya, 2020f)

“Analistler, Al Arabiya English'e, Filistinliler tarafından reddedilmesi muhtemel planın yerleşimler, geri dönüş hakkı ve Kudüs'ün statüsü de dahil olmak üzere tüm önemli konularda İsrail'in lehine olacağını söyledi.” (Al Arabiya, 2020g)

En dikkat çekici hususlardan biri olarak, Al Arabiya English, Mescid-i Aksa için Yahudi terminolojisi olan “Tapınak Dağı” ifadesini kullanmaktadır. Arap dünyasının Harem-i Şerif olarak adlandırdığı bölgeye İsraililer Tapınak Dağı (Temple Mount) derken birçok Müslüman uzmana göre duvarla çevrili 142 dönümlük alanın tamamı Mescid-i Aksa'dır ve tarihin ilk dönemlerinden bu yana Müslümanlar için önem arz eden en kutsal 3 mekândan biridir (El-Awaisi, 2019). Ancak Siyonist İsrail devletinin Mescid-i Aksa üzerinde hiçbir tarihi ve arkeolojik kanıtı dayanmayan iddiaları çerçevesinde bölgeyi Müslümanlardan arındırarak nihai olarak da Mescid-i Aksa'yı yıkıp yerine “Üçüncü Tapınak” inşa etme projesi olduğu da artık açıkça gündeme getirilmektedir (El-Awaisi – Yavuz, 2020). Al Arabiya English kanalının da bu hassas konuda Arapların kullandığı kavram yerine İsrail terminolojisi kullanması dikkate değer bir detay olarak değerlendirilmektedir.

### 3.1.2.2. Arka Plan ve İçerik Bilgisi

Genel olarak haberlerde arka plan ve bağlam bilgileri ayrıntılı olarak verilmemektedir. TRT haberlerinde İsrail, Filistin topraklarının işgalcisi ve Filistinlilerin insan haklarını ihlal eden bir pozisyonda konumlanmakta ve ABD ve özellikle Trump yönetimi, İsrail'e tam destek verdiği vurgulanmaktadır. TRT haberlerinde, Trump'ın başkanlığı Filistin'e karşı, Kudüs'ü İsrail'in başkenti olarak tanıma ve ABD büyükelçiliğini Tel Aviv'den oraya taşıma ve ayrıca yasadışı yerleşimleri onaylamamayı reddetme kararı da dahil olmak üzere birçok tartışmalı adım attığından söz edilmektedir. TRT haberinde Evanjeliklerin Filistin ve Mescid-i Aksa hakkındaki görüşlerinin arka planı ile Evanjeliklerin Trump'a desteğine ilişkin detaylar şu şekilde verilmektedir.

“Evanjelik inanç sistemine göre İsrail’in kurulması ve Mescid-i Aksa’nın bulunduğu bölge de dahil olmak üzere Kudüs’ün tamamen ele geçirilmesi, zamanın sonu kehanetinin yolunu açacaktır. İsrail’in 1967’den beri Doğu Kudüs’ü işgal etmesi ve 1980’de onu fiilen ilhak etmesiyle birlikte, İncil’in İkinci Geliş inancı daha da güçlenmiştir.” (TRT World, 2020e).

Aynı haberde bağlam bilgileri şu şekilde verilmektedir;

“Trump, başkanlığının son dört yılında, Kudüs’ü İsrail’in başkenti olarak tanınması ve oradaki ABD büyükelçiliğini Tel Aviv’den taşıma kararı ve aynı zamanda Yahudiler tarafından işgal altındaki Filistin topraklarında inşa edilen yasadışı yerleşimleri onaylamayı reddetme kararı da dahil olmak üzere, Filistin’e karşı birçok tartışmalı adım attı. İsrail’in Doğu Kudüs’teki kontrolünü tanımayan uluslararası toplumdan gelen tepkilere ve bunları hukuka aykırı sayan BM kararlarına rağmen, Trump yönetimi ‘barış’ planında ilerlemeye devam etti.” (TRT World, 2020e).

Al Arabiya, “Neden bir barış planına ihtiyaç var?” başlığı altında İsrail-Filistin meselesi hakkında birkaç paragrafla arka plan bilgisi vermektedir.

“Sözde barış planı, Orta Doğu ve ötesinde geniş kapsamlı bir etkiye sahip olan Filistin’deki tarihi çatışmayı çözmeye yönelik en son girişimdir. Filistin üzerindeki çatışma 19. yüzyıla kadar uzanıyor. Filistinliler tarafından Nakba ya da “felaket” olarak bilinen 1948’de İsrail devletinin kurulmasından bu yana İsrail, atalarının vatanı üzerinde bir devlete sahip olma haklarının reddedildiğini söyleyen Filistin halkıyla çatışıyor.” (Al Arabiya, 2020c).

Al Arabiya English genel söyleminde, haber başlıklarında, girişlerinde veya sunuşunda kullanmadığı “sözde barış planı” ifadesini arka plan bilgisi verirken bir kez de olsa kullandığı dikkat çekmektedir.

### 3.1.2.3. Haber Kaynakları

Haber aktarılırken bilinen ve anonim olmak üzere iki tür kaynaktan yararlanılmaktadır. Ayrıca haber metinlerinde bir kişinin Twitter gibi sosyal medya paylaşımlarına yer verilerek o kişinin görüşü de haber kapsamına alınabilmektedir.

**Tablo 5: TRT World ve Al Arabiya English Kaynakları**

	TRT World	Al Arabiya
	Filistin Yönetimi Başkanı Mahmud Abbas	Filistin Yönetimi Başkanı Mahmud Abbas
	Filistin'in Mısır Büyükelçisi Diab al Louh	Filistin Başbakanı Mohammad Shtayyeh
	Kıdemli El Fetih yetkilisi Azzam al Ahmed	Kıdemli Filistinli diplomat Saeb Erekat
Plana Karşı Olanlar veya eleştirenler	Hamas yetkilisi Sami Abu Zuhri	Filistinli politik analist Zaha Hassan
	Hamas Başkan Yardımcısı Halil El Hayya	Filistinli uzman Dr. Yara Hawari
	Ryan Bohl, Stratfor Orta Doğu ve Kuzey Afrika analisti	"Bir Filistinli yetkili"
	İran Dışişleri Bakanı Cevad Zarif	
	İnsan Hakları Avukatı, Doç. Dr. Noura Erakat	
	Gazeteci Stefanie Dekker	
	Gazeteci Hala Jaber	
	İsrail Cumhurbaşkanı Reuven Rivlin, (apartheid'i eleştiriyor)	
	İsrail eski Başbakanı Ehud Barak (apartheid rejimini kabul etti)	
	ABD Başkanı Donald Trump	ABD Başkanı Donald Trump
	İsrail Başbakanı Binyamin Netanyahu	İsrail Başbakanı Binyamin Netanyahu
Planı Destekleyenler	İsrail İçişleri Bakanı Aryeh Deri	Trump'ın damadı ve kıdemli danışmanı Jared Kushner
	ABD Dışişleri Bakanı Mike Pompeo	Benny Gantz
	"Zion Dostları Müzesi'nin kurucusu Mike Evans" (Aksa'ya karşı)	"ABD'li yetkili"
	ABD Başkanı Trump'ın kızı ve danışmanı Ivanka Trump	"Planı bilen barış ekibine yakın bir kaynak"

TRT, plana ilgili 6 haberde yukarıdaki 12 kişiye atıfta bulunmaktadır. Ayrıca 6 kişinin tweetleri kaynak olarak verilmektedir. TRT'nin haberlerinde kaynak gösterdiği 18 kişiden 12'si plana karşı görüş belirtmekte veya planı eleştirmektedir. İsrail Cumhurbaşkanı Rivlin'in apartheid'i eleştirmesi ya da İsrail'in eski

başbakanı Barak'ın planının apartheid olduğunu söylemesi, TRT'nin plana yönelik olumsuz duruşunu desteklemektedir. Aksa'ya yönelik açıklamalarıyla da tanınan Siyon Dostları Müzesi'nin kurucusu Mike Evans, planın en kutsal 3 mekândan biri olan Mescid-i Aksa'nın geleceğini ortaya koyduğunu vurgulayarak planı destekler nitelikte sözlerini kullanmaktadır.

Al Arabiya, haberlerinde Filistin tarafının görüşlerine yer verse de daha çok ABD Başkanı Trump'ın açıklamalarına yer vermektedir. Al Arabiya'nın 7 haberinde 9 kişi kaynak gösterilmekte ve 4 isimsiz kaynak kullanılmaktadır. Haber kaynağı olarak gösterilen 13 kişiden 7'si planı desteklemekte, 6'sı karşı çıkmaktadır. Al Arabiya'nın plana yakın kaynaklara söz vererek özellikle Müslüman ve Arap kamuoyuna planı açıklamaya çalıştığı görülmektedir. TRT haberlerinde planı destekleyen İsrail merkez partisi lideri Benny Gantz'dan hiç bahsedilmezken, Al Arabiya, internet sitesinde Benny Gantz'ın plana desteğiyle ilgili ayrı bir haber yapmakta ve adı haberlerde 10 kez geçmektedir. Al Arabiya, Mescid-i Aksa konusunda, Ürdün'ün özel statüsünün korunacağına dair isimsiz bir kaynaktan da bilgi aktarmaktadır (Al Arabiya, 2020d).

### 3.2. Mikro Yapı

Van Dijk, mikro yapı analizinde haberlerin cümle yapılarına odaklanmaktadır. Cümle yapılarında, basit ve karmaşık cümleler, yapı olarak aktif/edilgen cümleler, haberlerin çözümlenmesinde uzun veya kısa cümle yapıları, ifade seçimi dikkate alınmaktadır. Mikroyapısal analizde sözdizimsel analiz, bölgesel uyum, kelime seçimleri ve retorik analizler yapılmaktadır. Sözdizimsel çözümlemede cümlelerin kullanım yapıları incelenmekte ve sözcük seçimleri ideolojik yapılanma açısından önem arz etmektedir.

#### 3.2.1. Sözdizimsel (Senaktik) Analiz

Sözdizimsel analizde cümlelerin uzunlukları, cümlelerin aktif mi pasif mi olduğu, öznelerin aktif ve pasif konumlanmaları haberlerin aktarılmasında ideolojik bir yanlılık olup olmadığı konusunda ipuçları vermektedir.

“Haberin sözdizimsel yapısında belirli kişi ve kurumların eylemlerinin edilgen cümleler aracılığıyla aktarılması haberdeki ideolojiyi ortaya koyması açısından önemlidir. Aslında ideolojik olarak tarafsız bir dilin olabileceğini varsaymak, aynı zamanda habercilikte mutlak bir nesnellik olabileceğini varsaymaktır; Bunun pratikte imkansız bir durum olduğunu söyleyebiliriz.” (İnal, 1994, 21)

TRT, haberlerinde genellikle kısa ve orta uzunlukta aktif cümleler kullanmıştır. Haberde kullanılan aktif cümle yapıları ile haberin genel olarak plana karşı görüşleri olan kaynakların söylemleri etrafında örüldüğü görülmektedir.

“Abbas, Filistin liderlerinin işgal altındaki Batı Şeria'daki Ramallah'taki toplantısında “Trump'a ve (İsrail Başbakanı Binyamin) Netanyahu'ya şunu söylüyorum: Kudüs satılık değil, tüm haklarımız satılık değil ve pazarlık konusu değil. Sizin anlaşmanız, komplonuz başarılı olamayacak” dedi. (TRT World, 2020b)

“ Hamas Başkan Yardımcısı Halil El Hayya Pazartesi gecesi Gazze'de düzenlediği bir protestoda, “Birleştiğimizde Trump ve başka hiç kimse haklarımızı ihlal etmeye cesaret edemeyecek” dedi.” (TRT World, 2020c)

İsrail parlamentosu Knesset'teki Filistinli partilerin koalisyonu Arap Ortak Listesi de Amerikan planına karşı çıkararak planı sert bir şekilde kınadı.

“Açıklamada, “Yüzyılın Anlaşması İsrail işgalini pekiştiriyor ve Filistinlilerin haklarını ihlal ediyor. Barışla hiçbir ilgisi yok ve müzakerelere giden bir yol oluşturmaktan uzak” denildi.” (TRT World, 2020c)

TRT World haber metinlerinde cümlelerin aktif bir yapıda kullanıldığı görülmektedir. Haber kaynaklarının açıklamalarının aktif bir yapıda ifade edilmesi, kaynağın görüşlerine olumlu bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Haber kaynaklarının plana karşı açıklamalarının aktif bir yapıda olması yayıncının plana karşı görüşleri desteklediğini göstermekte ve söylem yeniden üretilmektedir.

“Trump bir aptal, Filistin satılık değil!” bir aktivist hoparlörden bağırdı.” (TRT World, 2020a).

“Gazze'de Filistinliler lastik yaktı ve “Trump bir aptal” sloganları attı.” (TRT World, 2020b)

“Trump'ın planının Arap destekçileri”

“Filistinlilerin reddetmesine rağmen, Trump'ın planı, Arap dünyasındaki birçok ABD müttefiki tarafından iyimser bir şekilde karşılandı ve Trump ve Netanyahu'nun İran'a muhalefetlerinde ortak bir sebep buldular.” (TRT World, 2020b)

“Utanç anlaşması”, “saldırgan”, “komplo”, “saçmalık” - ABD Başkanı Trump, İsrail'e talep ettiği her şeyi veren tartışmalı haritayı açıklarken Filistinliler öfkeyle tepki veriyor.” (TRT World, 2020b)

TRT haberinde İsrail; Filistin topraklarında işgalci, ABD ve Trump; İsrail'in destekçisi, plan; İsrail işgalinin önünü açan, Filistinliler plana karşı çıkan ve bazı Arap ülkeleri Trump'ın planının destekçisi olarak konumlandırılmaktadır. Al Arabiya English ise Trump'ın sözlerini kısa, net, aktif cümlelerle, doğrudan, bazen tırnak içinde ve geniş bir şekilde haberlerinde kullanmaktadır. Bu, planın kabulü ve desteklenmesi olarak değerlendirilmektedir. Filistinlilerin görüşlerine daha dolaylı anlatımlarda yer verildiği de görülmektedir.

“Trump, Beyaz Saray'da düzenlediği basın toplantısında, “Bugün İsrail barışa doğru büyük bir adım atıyor” dedi.”

“Plan, Yahudi devleti için “tarihi bir gün” olarak nitelendiren İsrail başbakanı tarafından sıcak bir şekilde karşılandı.”

“Trump, “Kudüs İsrail’in, çok önemli ve bölünmemiş başkenti olarak kalacak” dedi.”

“Trump, Filistinlilere radikal Hamas hareketine sırtlarını dönmeleri çağrısında bulunurken, “Terörün kesin olarak reddedilmesi de dahil olmak üzere devlet olma koşulları karşılandığında, gelecekteki Filistin devleti içinde bütünlüklük bir bölge oluşturmak için de çalışacağız” dedi.” (Al Arabiya, 2020a).

“İsrail ayrıca Gazze şeridinde Filistinli militan grup Hamas ile binlerce Filistinlinin ölümüyle sonuçlanan birkaç savaşa girdi. Filistin Yönetimi Batı Şeria'nın bir kısmı üzerinde sınırlı bir öz yönetime, Hamas Gazze şeridinde yönetime sahipken, Filistinliler bir devletten yoksun. Milyonlarca Filistinli, Ürdün, Lübnan ve Suriye de dahil olmak üzere komşu ülkelerde mülteci konumunda.” (Al Arabiya, 2020c).

TRT doğrudan plana karşı görüşünü ortaya koyarken, Al Arabiya, yukarıdaki iki örnekte görüldüğü gibi Filistinlilerin görüşünü dolaylı olarak aktarmaktadır. ABD Başkanı Trump, Al Arabiya English haberlerinde İsrail-Filistin çatışmasını çözmeye çalışan kişi olarak konumlandırılırken İsrail'in Filistin topraklarını işgal edip ilhak ettiği, “işgal altındaki Batı Şeria”, “işgal altındaki Doğu Kudüs” ifadeleri kullanılsa da İsrail'in mevcut durumda işgalci ve suçlu olarak konumlanmadığı anlaşılmaktadır. Filistinliler, ABD ve İsrail'in önerileriyle ikna edilecek bir konumda, Hamas da etkisiz hale getirilmesi gereken bir düşman olarak görülmemelidir.

### 3.2.2. Kelime Tercih

Haberlerdeki mikro yapıyı analiz etmede oldukça önemli olan kelime seçimleri, van Dijk'in de belirttiği gibi ideolojik tavrı ortaya koymaktadır.

#### TRT World

“Binlerce Filistinli, salı günü Washington'da düzenlenen bir törenle ABD Başkanı Donald Trump'ın İsrail-Filistin **tartışmalı planına** karşı beklenen açıklamasına saatler kala gösteri yaptı.”

“**Kuşatma altındaki Gazze'de** protestocular salı günü Filistin bayrakları ve Abbas'ın posterlerini taşıdılar.”

“Bu arada İsrail ordusu salı günü yaptığı açıklamada, **işgal altındaki Batı Şeria'nın** bir kısmının Trump'ın uzun zamandır beklenen Ortadoğu planında yer alması beklenen Ürdün Vadisi'ndeki güçlerini artırdığını söyledi.”



“Ancak Filistinliler, dünya güçlerini uluslararası hukukun ihlali anlamına gelen Trump’ın önerisini reddetmeye çağırıldılar.”

“Gazze’yi yöneten Hamas, Trump’ın “saldırgan” önerilerine karşı çıkacağını söyledi ve onu Kudüs hakkında “saçma” konuşmakla suçladı.”

“İki sadık müttelik, ABD Başkanı Donald Trump ve İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu, İsrail’i ağır bir şekilde destekleyen ve tüm Filistinlileri kızdıran çarpık bir barış planı ile ortaya çıktı.”

“Karşılığında Filistinliler, tamamen Siyonist devlet tarafından çevrelenen küçültülmüş topraklar üzerinde şartlı egemenlik alacaklar.”

“Filistin Kurtuluş Örgütü (FKÖ), Hamas ve İslami Cihad liderleri dün gece plana karşı olduklarını ilan etmek için bir araya gelirken, haksız takas Filistinlilerin birleşik gazabını tetikledi.”

## Al Arabiya

“Plan ayrıca Ürdün Haşimi Krallığı’nın gözetiminde Kudüs’teki Tapınak Dağı’nın mevcut ve özel statüsünü de koruyacak”

Teklifin İsrail için çok olumlu olması bekleniyor ve Netanyahu bunu “tarih yazmak” ve İsrail’in nihai sınırlarını belirlemek için bir şans olarak selamladı.”

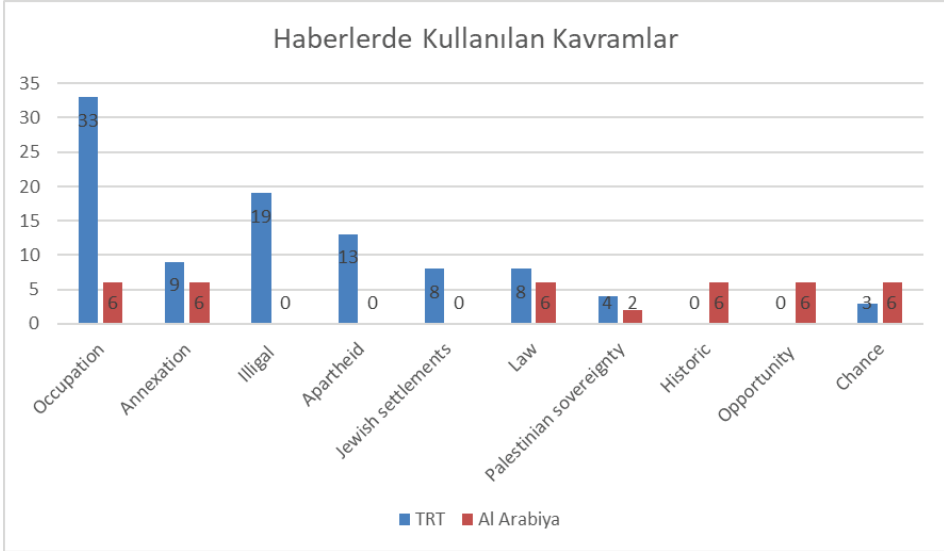
“2019’da Trump Yönetimi, ABD’nin İsrail yerleşimlerine ilişkin politikasını tersine çevirdi ve uluslararası hukuku ihlal etmediklerini söyledi; bu, iki devletli çözümün ölümünü teşvik etmek olarak yorumlandı.”

TRT haberlerinde ‘işgal’, ‘ilhak’, ‘yasadışı’, ‘apartheid’ ve ‘Yahudi yerleşimleri’ gibi kavramlara vurgu yaparken, Al Arabiya English hiçbir zaman ‘yasadışı’, ‘apartheid’, ‘Yahudi yerleşimleri’ gibi kavramları kullanmadı.

TRT haberlerinde “işgal” kavramı 33 kez geçilirken, Al Arabiya English haberlerinde 6 kez geçmektedir. “İlhak” kavramı TRT haberlerinde 9 kez, Al Arabiya içeriğinde ise 6 kez yer almaktadır. En dikkat çekici olan ise TRT haberlerinde “yasadışı” kavramına fotoğraf altı açıklama ile 19 kez yer bulurken, konuyla ilgili bu temel kavramın Al Arabiya haberlerinde bir kez bile geçmiyor olmasıdır. Al Arabiya, plan için “tarihi”, “fırsat” ve “şans” kelimelerini 6’şar defa kullanırken, TRT “tarihi” ve “fırsat” kelimelerini kullanmamakta, üç kez “şans” kelimesini plan için olumlu bir anlam taşımayan değişik cümlelerde kullanmaktadır. “Filistin egemenliği” ifadesini TRT 4 kez Al Arabiya ise 2 kez kullanmaktadır. Plan metninde dahi yer alan Mescid-i Aksa için “Tapınak Dağı / Harem-i Şerif” (Peace to Prosperity, 2020, 15) olarak ifade edilirken, Al Arabiya “Tapınak Dağı” ifadesini hiçbir açıklama veya istisna vermeden kullanmaktadır.

**Tablo 6: Haberlerde Kullanılan Kavramlar**

	TRT World	Al Arabiya English
Occupation (işgal)	33	6
Annexation (ilhak)	9	6
Illegal (illegal)	19	-
Apartheid (apartheid)	13	-
Jewish settlements (Yahudi yerleşimleri)	8	-
Law (hukuk)	8	6
Palestinian sovereignty (Filistin egemenliği)	4	2
Historic (tarihi)	-	6
Opportunity (fırsat)	-	6
Chance (şans)	3	6
Gantz	-	10



### 3.2.3. Retorik

Haber metninin inandırıcılığını artırmak için retorik unsurlar önem arz etmektedir. Bu kapsamda TRT haberlerinde, sahaya ve Filistin diplomasisine müdahil olan isimlerin Filistin tarafının atacağı adımlara ilişkin açıklamaları doğrudan verilmektedir.

“Filistin’in Mısır Büyükelçisi Diab al Louh”,

“Kıdemli Fetih yetkilisi Azzam al Ahmed”,

“ Hamas yetkilisi Sami Ebu Zuhri”,

Hamas Başkan Yardımcısı Halil El Hayya,

Ayrıca konuyu tartışan tarafların tweetleri de doğrudan haberlerde kullanılmaktadır. Ivanka Trump, haberde kullandığı bir tweette planı desteklerken, diğer 5 tweette diplomat gazeteci ve uzmanların plana karşı görüşlerini dile getirdiği görülmektedir. Haberin içeriğini zenginleştirmek ve inandırıcılığını artırmak amacıyla TRT haberlerinde birçok uzman görüşüne yer verilmektedir.

“Düşünce kuruluşu Stratfor’un Ortadoğu uzmanı Ryan Bohl, TRT World’e verdiği demeçte, “Bunun egemen bir Filistin devleti olacağı fikri oldukça zayıf” dedi.”

Haberi açıklayan ve destekleyen rakam ve oranlar da kullanılmaktadır. İsrail’in Batı Şeria ve Doğu Kudüs’ü işgal ettiği 1967’den bu yana inşa edilen 100’den fazla yasadışı yerleşim yerinde yaklaşık 650.000 İsraili Yahudi yaşıyor.

“Kasım 1947’de BM Genel Kurulu, Filistin topraklarını Arap ve Yahudi halkı arasında bölen bir kararı kabul etti. Bölgenin yüzde 56’sından fazlası, o zamanlar 498.000 olan Yahudi halkına verilirken 800.000’den fazla Arap nüfusuna yüzde 43’lük bir toprak tahsis edildi.”

Al Arabiya, haber kaynağı olarak Trump’ın görüş ve vaatlerine geniş yer ayırmaktadır. Haber kaynakları olarak anılan Filistinli yetkililer ve uzmanlar plana karşı olduklarını ifade etse de Filistin tarafına yönelik olumlu bir yaklaşım geliştirilmemektedir.

“Hawari, “Filistin liderliğinin oynayacak çok fazla kartı yok ve çok fazla arkadaşı yok. Ne olacağını görmek zor” dedi.”

“Hassan Al Arabiya ile yaptığı röportajda “Yüzyılın Anlaşması’nın amacı, İsrail’in minimum miktarda Filistinli ile maksimum miktarda toprağı ilhak etmesini ve çoğu kişinin ‘yüzyılın hırsızlığı’ olarak adlandırdığı şeyi meşrulaştırmada ABD desteğini almasını sağlamaktır. ” dedi. Hassan, Trump ve Netanyahu’nun planın bir Filistin devleti gerektirdiğini iddia edebileceğini, ancak “devlet” tanımlarının hatalı olduğunu söyledi”

TRT, planın Filistinlilere vaat ettiği 50 milyar dolarlık yatırımdan bahsetmezken, Al Arabiya English projeye geniş yer ayırıyor ve ilk elden haber kaynağı olarak Trump’ın damadı ve danışmanı Kushner ile özel bir röportaj yapıyor.

## Sonuç

TRT World ve Al Arabiya English kanallarının İngilizce internet sitelerinde Trump’ın “Ortadoğu” planına ilişkin haberler van Dijk’in Eleştirel Söylem Analizi’ne göre incelenmiş, makro ve mikro değerlendirmeler yapılmıştır. Makro

analizde tematik yapı incelemesinde haber başlıkları, haber girişleri ve fotoğraflar ele alınmaktadır. TRT'nin haber başlıklarında ve girişlerinde planı sorgulayan ve eleştiren ifadeler kullandığı Al Arabiya'nın planı desteklediği belirlenmiştir. Fotoğraflarda TRT, planın Güney Afrika'nın ırka dayalı apartheid sistemini çağrıştırdığını ifade ederek, planın Amerikalı Evanjelikleri mutlu edeceğini ima etmiş ve Yahudi yerleşim yerlerini de hatırlatmaktadır. Al Arabiya, planın açıklandığı andan itibaren Trump ve Netanyahu'nun ve planı destekleyen İsrail siyasi parti lideri Gantz'ın fotoğraflarını kullanırken, Filistin Yönetimi lideri Mahmud Abbas'ın da aralarında bulunduğu Filistinli yetkililerin herhangi bir fotoğrafına yer vermemiştir. Şematik yapı analizinde ana olay ve sunumu, arka plan bilgileri ve haber kaynakları incelenmiştir. TRT'nin haberlerinde kaynak gösterdiği 18 kişiden 12'si plana karşı görüş belirttiği veya planı eleştirdiği, Al Arabiya'nın haber kaynakları olarak gösterdiği 13 kişiden 7'si planı desteklerken, 6'sının karşı çıktığı saptanmıştır. TRT haberlerinde 'işgal', 'ilhak', 'yasadışı', 'apartheid' ve 'Yahudi yerleşimleri' gibi kavramlara vurgu yapılırken, Al Arabiya English 'yasadışı', 'apartheid', 'Yahudi yerleşimleri' gibi kavramları kullanmamaktadır. TRT, haberlerinde genellikle kısa ve orta uzunlukta aktif cümleler kullanmıştır. Haberde kullanılan aktif cümle yapıları ile haberin genel olarak plana karşı görüşleri olan kaynakların söylemleri etrafında örüldüğü görülmektedir. Haber kaynaklarının plana karşı açıklamalarının aktif bir yapıda olması yayıncının plana karşı görüşleri desteklediğini göstermektedir. Al Arabiya English haber metinlerinde cümlelerin aktif bir yapıda kullanıldığı görülmektedir. Haber kaynaklarının açıklamalarının aktif bir yapıda ifade edilmesi, kaynağın görüşlerine olumlu bir yaklaşım olarak kabul edilir. Haber kaynaklarının açıklamaları manşetlerde ve manşetlerde tırnak içinde verilmekte, haber kanalı söylemi desteklediğini göstermekte ve söylem yeniden üretilmektedir.

TRT'nin, Türk kamuoyunun görüşleri ve hükümetinin dış politikası doğrultusunda Trump'ın Ortadoğu planına karşı bir söylem kullandığı saptanmıştır. Türkiye'nin özellikle son dönemde "dünya beşten büyüktür" söylemi çerçevesinde İsrail'in insan haklarına ve uluslararası hukuka aykırı adımlarını en yüksek tonda eleştiren ülkelerin başında geldiği ve bu doğrultuda kamu yayıncısı olarak TRT'nin de bu doğrultuda yayın yaptığı, tamamen İsrail tezleri ve söylemleri ile hazırlanan "Yüzyılın Anlaşması"na da karşı bir söylemi benimsediği ortaya konmuştur.

Ancak Al-Arabiya'nın Suudi Arabistan hükümetinin çelişkili, belirsiz ve yoruma açık cümlelerle de olsa desteklediği planı çok net bir söylem ile savunduğu belirlenmiştir. Suudi Arabistan'ın Filistin yanlısı geleneksel resmi dış politikasının velihaht prens Muhammed bin Selman döneminde değiştiği, İran, Hizbullah ve Haşdi Şabi gibi Şii ve Müslüman Kardeşler ve Hamas gibi Sünni blok karşı-

sındaki siyasi pozisyonları kullanılarak İsrail'in desteklenmeye başlandığı ve bu politikanın iç kamuoyuna kabul ettirilmesi için medya araçlarının kullanıldığı değerlendirilmektedir. Medya kuruluşlarının kendilerini denetleyen ve finanse eden yapıların politikaları, çıkarları ve ideolojileri doğrultusunda söylem ürettikleri tespit edilmiştir.

Suudi Arabistan'ın İsrail ile ilişkilerdeki yeni pozisyonunu Suudi ve Arap kamuoyuna açıklaması, kamuoyunun ikna edilmesi ve yeni statükonun benimsenmesi amacıyla Al Arabiya gibi medya aygıtlarının en etkili araçlarından biri olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Buna göre Suudi Arabistan-İsrail ilişkilerinin daha da gelişeceği, örtülü ittifakın yakın gelecekte açık bir ittifak haline geleceği ve resmi bir normalleşme sürecinin yaşanacağı öngörülebilmektedir.

## Kaynakça

- Ahren, Raphael. In Clip Leaked By Pmo, Arab Ministers Seen Defending Israel, Attacking Iran. *The Times of Israel*. Feb 14, 2019. <https://www.timesofisrael.com/in-clip-leaked-by-pmo-arab-ministers-seen-defending-israel-attacking-iran/> (2019)
- Althusser, Louis. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, (Y. Alp, & M. Özışık, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları. (2000)
- Aydın, Ahmet - Poyraz, Emel. Mavi Marmara Saldırısı Sonrası Süreçte Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Faaliyetleri. *Kırklareli Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(1), 15–29. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/klujfeas/issue/53391/652370> (2020)
- Bostancı, Mustafa. Suudi Arabistan Devleti'nin Kuruluşu ve Türkiye-Suudi Arabistan İlişkileri (1928-1990). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2013.
- El-Awaisi, Khalid. "Whose Holy Land? The Meanings and Origins of the Names of Bayt Al-Maqdis". *Al-Quds: History Religion and Politics*. Ankara: SETA Publications, 2019.
- El-Awaisi, Khalid - Yavuz, Cuma. The Future of Al-Aqsa Mosque in the Light of Trump's Deal of the Century. *Insight Turkey* 22/3(2020), 215-235.
- Fairclough, Norman. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1992.
- Fairclough, Norman. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Routledge, 2013.
- Foucault, Michel. The Order of Discourse. Inaugural lecture at the Collège de France. *Language and politics*. Oxford, UK: Basil Blackwell, 1970.
- Gerbner, George. *Medyaya Karşı*.çev. G. Ayas, V. Batmaz, & İ. Kovacı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014.
- Hale, William. *Turkish Foreign Policy since 1774*. New York: Routledge, 2013.

- Herman, Edward - Chomsky, Noam. *A Propaganda Model. In Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon, 1988.
- İnal, Ayşe. *Haber Metinlerine Eleştirel bir Bakış: Temel Sorunlar ve Örnek Çalışmalar*, Ankara: Ankara Üniversitesi Yıllığı, 1994.
- Kaya, Mehmet. Türk-İsrail ilişkileri ve Filistin. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9/18 (2019), 1043–1065.
- Khan, Mehmood Ul Hassan. New Middle East Peace Plan: A Scientific Inquiry, *Defence Journal*; Karachi 23/7 (Feb 2020).
- Leonnig, Carol - Harris, Shane – Dawsey, Josh – Jaffe, Greg. How Jared Kushner forged a bond with the Saudi crown prince. *The Washington Post*. March 19, 2018 Retrieved from [https://www.washingtonpost.com/politics/how-jared-kushner-forged-a-bond-with-the-saudi-crown-prince/2018/03/19/2f2ce398-2181-11e8-badd-7c9f29a55815\\_story.html?noredirect=on](https://www.washingtonpost.com/politics/how-jared-kushner-forged-a-bond-with-the-saudi-crown-prince/2018/03/19/2f2ce398-2181-11e8-badd-7c9f29a55815_story.html?noredirect=on) (2018).
- Lippmann, Walter. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922.
- Mora, Necla. *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. İstanbul: Alt Kitap, 2008.
- Özer, Ömer. Haberde Egemen Söylemin Yeniden Üretimi: Türk Basınında Türkiye'deki İranlı Muhafızlarla İlgili Haberler. *Kültür ve İletişim*, 3/2(2000), 75-97.
- “Peace to Prosperity: A Vision to Improve the Lives of Palestinian and Israeli People,” *The White House*, (January 28, 2020), <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2020/01/Peace-to-Prosperity-0120.pdf>. (2020)
- Podeh, Elie. Saudi Arabia and Israel: From Secret to Public Engagement, 1948–2018. *The Middle East Journal*, 72/4, (Autumn 2018), 563-586(24) DOI: <https://doi.org/10.3751/72.4.12> (2018)
- van Dijk, Teun. *Ideology, a Multidisciplinary Approach*. London: Sage Publications. (1998)
- van Dijk Teun. Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction, [English version of an internet course for the Universitat Obertade Catalunya(UOC) <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf>. (2000)
- Zaken, Dan. Saudi Arabia opens its doors to Israeli Arabs. 21 May 2019. *The Globes*. <https://en.globes.co.il/en/article-saudi-arabia-opens-its-doors-to-israeli-arabs-1001286453> (2019)

## EKLER

### Ek 1: Analiz Edilen Al Arabiya English Haberleri

- Al Arabiya, (2020a). Trump unveils Deal of the Century Middle East peace plan. 28 Ocak 2020. <https://english.alarabiya.net/en/News/world/2020/01/28/Trump-unveils-Deal-of-the-Century-Middle-East-peace-plan>
- Al Arabiya, (2020b). Palestinians skeptical of Trump's Middle East peace plan. 28 Ocak 2020. <https://english.alarabiya.net/en/features/2020/01/28/Palestinians-skeptical-of-Trump-s-Middle-East-peace-plan>
- Al Arabiya, (2020c). A brief history of previous Palestine peace deals and their failure. 28 Ocak 2020. <https://english.alarabiya.net/en/features/2020/01/28/A-brief-history-of-previous-Palestine-peace-deals-and-their-failure-.html>
- Al Arabiya, (2020d). Trump Middle East peace plan to include two-state solution: Source. 28 Ocak 2020. <https://english.alarabiya.net/News/middle-east/2020/01/28/Trump-Middle-East-peace-plan-to-include-two-state-solution-Source>
- Al Arabiya, (2020e). Trump upbeat on peace plan despite Palestinian rejection. 28 Ocak 2020. <https://english.alarabiya.net/News/middle-east/2020/01/28/Trump-upbeat-on-peace-plan-despite-Palestinian-rejection>
- Al Arabiya, (2020f). Israel's Gantz praises Trump peace plan, pledges to implement it after poll. 28 Ocak 2020. <https://english.alarabiya.net/News/middle-east/2020/01/28/Israel-s-Gantz-praises-Trump-peace-plan-pledges-to-implement-it-after-poll>
- Al Arabiya, (2020g). What to expect from Trump's Middle East peace plan. 28 Ocak 2020. <https://english.alarabiya.net/features/2020/01/28/What-to-expect-from-Trump-s-Middle-East-peace-plan>

### Ek 2: Analiz Edilen TRT World Haberleri

- TRT World, (2020a). Palestinians protest as Trump set to unveil 'deal of century' plan. 28 Ocak, 2020. <https://www.trtworld.com/middle-east/palestinians-protest-as-trump-set-to-unveil-deal-of-century-plan-33287>
- TRT World, (2020b). 'Slap of the century': Palestinians reject Trump Mideast plan. 29 Ocak 2020. <https://www.trtworld.com/middle-east/slap-of-the-century-palestinians-reject-trump-mideast-plan-33313>
- TRT World, (2020c). Are Palestinians finally discarding factionalism to resist Israel? 29 Ocak 2020. <https://www.trtworld.com/magazine/are-palestinians-finally-discarding-factionalism-to-resist-israel-33323>
- TRT World, (2020d). Is it new Israel just old South Africa? 29 Ocak 2020. <https://www.trtworld.com/middle-east/is-the-new-israel-just-the-old-south-africa-33328>

TRT World, (2020e). Trump's Palestine deal with Netanyahu made evangelicals happy, but why? 29 Ocak 2020. <https://www.trtworld.com/middle-east/trump-s-palestine-deal-with-netanyahu-made-evangelicals-happy-but-why-33325>

TRT World, (2020f). Why the Middle East "peace plan" is doomed to fail? 29 Ocak 2020. <https://www.trtworld.com/middle-east/why-the-middle-east-peace-plan-is-doomed-to-fail-33322>



# Dijitalizmin Akışkan Cinsiyet Rolüne Etkisi ve Bu Durumun Fıkhi Boyutu<sup>1\*</sup>

Ekrem Koç<sup>2\*\*</sup>

## Özet

Gender-fluid/genderflux (akışkan cinsiyet) kavramı cinsel tercih/yönelimle aynı anlamda olmayıp cinsellikte serbestliği ve aşırı özgürlüğü ifade eder. Kısacası kişinin kendisini ait hissettiği cinsel kimliktir. Bu durum kişinin, kimi zaman maskülen kimi zaman da feminen öğelere ilgi duymasına kapı aralayan iki cinsiyete ait davranışlar sergileme fırsatı veren anormal bir eğilimdir. Akışkan cinsiyetin temel felsefesi, cinsel kimliğin cinsel yönelimle başka bir grup insana duyulan duygusal ve fiziksel özellikli cinsel çekim sonucunda aynı anda hem erkek hem de kadın veya bunlardan biri yahut da hiçbiri olarak nitelik taşımamasıdır. Kavramlarla ifade ettiğimizde biseksüel – transseksüel – homoseksüel – heteroseksüel gibi birçok cinsiyetle ilgili kavramı ihtiva eden bir yapıdadır. Bu noktada hedonizm ve transhümanizmin kapsama alanı içinde oldukları söylenebilir. Dijital çağ olarak tanımlayabileceğimiz bu dönemde, insanlar ellerinin altındaki cihazlar sayesinde dünya ile etkileşim halindedir. Günümüzde insanların bu amaçla kullandığı internete bağlı çalışan yaklaşık 20 milyar cihaz bulunmaktadır. Diğer yandan, hızlı dijitalleşme süreci sunduğu birçok fırsatın yanında, çok az kişinin anlayabileceği ya da öngörebileceği yeni kültürel, sosyal ve ciddi siber tehditleri de beraberinde getirmektedir. Bireyler, kitle iletişim araçlarında gördükleri rol modeller üzerinden, “belli bir özne konumunda bulunmanın nasıl bir his olduğunu” fark etmektedir. Kitle iletişim araçlarında yer alan tek tipleşmiş cinsiyet temsilleri ise, bireylerin kendi kimliğini bol seçenekli bir alternatifler kümesi üzerinden oluşturma hakkını elinden almaktadır. Dolayısıyla, kitle iletişim araçlarında dayatılan cinsiyet temsilleri bireylerin kimliklenme biçimlerinde tıkanmalara yol açmaktadır. Bu çalışmada fıkıh açısından konuya yaklaşılmaya çalışılacaktır. Allah’ın insanlara indirdiği dinlerde, -fitrat özelliği göz önüne alındığında- erkek ve kadın cinsiyetlerinin özellikle fizyolojik açıdan bir olmadığı ve

1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*’nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, Fıkıh Anabilim Dalı, ekoc@agri.edu.tr

kültürel değerler açısından da erkek ve kadının benzer yönleri olduğu gibi birbirinden farklı yönlerine de değinilmektedir. İslam fıkhında erkek ve kadın arasındaki ilişkinin meşru zeminde olması istenmekte, kadın-kadın veya erkek-erkek birlikteliklerinin gayri meşru olduğu kabul edilerek açık bir şekilde yasaklanmaktadır. Fıkıh külliyatında bu gibi durumların gerek muamelat gerekse ceza hukuku bağlamında işlendiği görülmektedir. İslam hukuk nazariyatında zarurat-ı hamse denilen beş zaruri kavramın içerisinde “canın ve neslin muhafazası” söz konusu olduğundan toplum menfaatine olan bir durumun din tarafından onayladığını toplumun zararına olması halinde birtakım müeyyidelerle yasaklandığı görülmektedir.

## **Anahtar Kelimeler: İslam Hukuku/Fıkıh, Akışkan Cinsiyet, Dijitalizm**

### **Abstract**

Gender-fluid/genderflux, that is, fluid gender, this concept is not the same as sexual preference/orientation, but extreme freedom in sexuality. In an iridescent attitude, it is an abnormal tendency that gives the person the opportunity to exhibit behaviors belonging to both genders, regardless of any external factor that opens the door to be interested in sometimes masculine and sometimes feminine objects and elements. The philosophy of life of fluid gender is a lifestyle that claims to be separate from sexual identity and sexual orientation, and as a result can enjoy both men and women at the same time. When we express it in terms, it has a structure that includes many gender-related concepts such as bisexual - transsexual - homosexual - heterosexual. At this point, it can be said that they are within the scope of hedonism and transhumanism. In this period, which we can define as the digital age, people interact with the world thanks to the devices at their disposal. Today, there are approximately 20 billion devices connected to the internet that people use for this purpose. On the other hand, the rapid digitalization process brings with it new cultural, social and serious cyber threats that few people can understand or foresee, as well as many opportunities. Individuals realize “what it feels like to be in a certain subject position” through the role models they see in the mass media. Uniform gender representations in the mass media, on the other hand, take away the right of individuals to form their own identity through a set of alternatives with plenty of options. Therefore, gender representations imposed in the mass media cause blockages in the way individuals are identified. In this direction, it is possible to state that the way of identification of individuals is under the siege of representations in mass media. In this notice, we will try to approach the subject in terms of fiqh. In the religions that Allah sent down to people, it has been mentioned that the male and female genders are not the same in terms of physiological aspects, and that men and women have similar aspects as well as different aspects from each other in terms of cultural values. In Islamic jurisprudence, the relationship between man and woman is requested to be on a legitimate basis, and it is clearly forbidden that women-women or men-men unions are illegitimate. In the corpus of Fiqh, it is seen that such cases are handled in the context of both transaction and criminal law. In the theory of Islamic law, there is “preservation of the generation” among the five essential concepts called zarurat-ı hamse.

**Key Words: Islamic Law/Fiqh, Gender-fluid, Digitalism**

## Giriş: Dijitalleşme

Sosyal medya, insanların karşılıklı olarak ileti aktarabildiği internet temelli, araçların genel adı,<sup>3</sup> medya türü alanıdır.<sup>4</sup> Dijitalleşme bilginin sayısallaştırılması ve elde edilen verilerin sayısallaştırılarak farklı platformlarda yer edinme süreci şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>5</sup> Bir yandan yaşamları ve davranışları biçimlendirirken diğer yandan da yeni bir dilde kültür oluşturmaktadır. İşte bu yeni sosyal medyanın adı dijitalizmdir.<sup>6</sup> Tüm güvenlik risklerine rağmen, sosyal medyadaki paylaşımlara bakıldığında sosyal medyanın gizliliğinden şüphe duyanların bile sosyal medyayı kullanmaktan vazgeçemediği görülür. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya bir taraftan önemli ihtiyaçları karşılarken, diğer taraftan ise güçlü bir bağımlılık oluşturmaktadır.<sup>7</sup>

### 1. Cinsiyet ve Cinsiyet Kimlikleri

Cinsiyet, kişinin fizyolojik, anatomik ve genetik olarak kadın veya erkek olduğunu gösteren yapıdır. Cinsiyet kimliğinin kadın, erkek ve diğer aidiyetlerin psikolojik yönünü yansıttığı ifade edilir. Toplumsal cinsiyet ise kadınsı ve erkeksi rollerin kültür tarafından tanımlanması<sup>8</sup> aynı zamanda erkek ve kadınlığa dair psikolojik ve davranışsal özellikleri ifade eder. Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları sıklıkla birbirine karıştırılmakta, cinsellik ve cinsiyet için kullanılan tanımlamalarsa sürekli değişmeye devam etmektedir.<sup>9</sup> Cinsiyet polemikleri bilimsel çalışmalarda farklı disiplinler tarafından yoğun bir biçimde ele alınmaktadır. Bunun doğal sonucu bu alanda terminoloji kavramlarına yüklenen anlam dinamik ve değişken bir yapı arz eder ve kimi zaman işi karmaşılaştırır.

Cinsiyetin kökeni hakkında farklı görüşler mevcuttur; bazı insanlara göre cinsiyetin biyolojik üreme ile alakalı olup diğer bir deyişle erkeği kadından kesin olarak ayırdığı iddia edilen fiziksel, hormonal ve kromozomal farklardır.

Cinsiyete dair biyolojik özcüler, sosyal inşacılar ve performatif (yapılandırıcı) olmak üzere üç ana teori bulunmaktadır.<sup>10</sup> Özcü düşünce kuramına göre

3 Sedat Cerci, *Sosyal Medya*, (İstanbul: Onto Yayıncılık, 2019), 16.

4 Alev Orhan, "Sosyal Medyanın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri", *Elektronik Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1/1 (2002), 13.

5 Betül Ersöz, Mehmet Özmen, "Dijitalleşme ve Bilim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri", *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi* 11/42 (Mayıs 2020), 172. Ayrıca bkz. Said Ercan, *Dijitalizm*, (İstanbul: Motto Yayınları, 2020).

6 Ayrıntılı bilgi için bkz. Ercan, *Dijitalizm*.

7 Cerci, *Sosyal Medya*, 17-23.

8 Tabu Kamu, "Cinsel Kimlik" (Erişim 10 Eylül 2021); Azize Maden, *Postmodern Bağlamda Netflix'te LGBTQ+ Söylemleri*, (İstanbul: İbn Haldun Üniversitesi, Lisans Eğitimi Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2020), 12.

9 Maden, *Postmodern Bağlamda Netflix'te LGBTQ+ Söylemleri*, 4.

10 Encyclopedia Britannica, "Transgender" (Erişim 12 Eylül 2021).

toplumsal cinsiyet farklılıkları, kadın ve erkeğin biyolojik yaratılışındaki doğuştan gelen farklardan ortaya çıkmıştır. Kadın ve erkek cinsi özü itibariyle belirli sosyal rollerini etkileyen farklı kromozomal ve hormonal farklardan ileri geldiğini savunurlar.<sup>11</sup> Biyolojik cinsiyet doğuştan gelir, genetik dizilim olarak iki cinsiyet vardır; bu da kadın ve erkekten oluşur. Yapılan genetik çalışmalarda üçüncü bir cinsiyetle ilgili hiçbir biyolojik kanıt bulunamamıştır.<sup>12</sup>

Buna karşın Anne Fausto-Sterling ve Cordelia Fine gibi bilim insanları ise hormonal farklılıkları kullanan biyolojik yaklaşımlara karşı çıkmaktadır. Onlar bazı fiziksel ve fizyolojik farklılıkların sanıldığı kadar da net olmadığını, bu düşünceden hareketle de toplumsal cinsiyetin şekillenebilir yani akışkan bir mahiyet arz ettiğini iddia ederler. Cinsiyetin akışkanlığı fikri, toplumsal cinsiyetin biyolojiyle sabit olmadığını; sosyal, kültürel ve kişisel tercihlere göre değiştiğini ileri sürer.

Sosyal inşacı toplumsal cinsiyet görüşü, toplumsal cinsiyet rollerinin tümüyle insan biyolojisi ve evrim tarafından belirlenmediğini, her cinsiyet için bir dereceye kadar içinde yaşadığımız toplum ve kültür tarafından oluşturulduğunu ve idame ettirildiğini ileri sürer.<sup>13</sup>

Cinsiyetin kökeni hakkında bir diğer görüş ise bazı sosyal yapılandırmacılara aittir. Onlar, cinsiyetin biyolojik olarak verilmediğini, aksine doğumda bebekleri bir kategoriye yerleştirmeleri gereken tıp uzmanları tarafından telaffuz edildiğini iddia ederler.<sup>14</sup>

Toplumsal cinsiyet ile biyolojik cinsiyet arasındaki ilişki ve her ikisiyle cinsellik arasındaki irtibat çok kompleks, girift ve hassas bir yapı arz etmektedir. “Cinsiyetsiz” ifadesinin, erkek ve kadın cinsiyetiyle nitelenmek istemeyen kişiler hakkında kullanılmasının yanı sıra; kadın ve erkeğin dışında bir üçüncü cinsiyet kimliğini savunan kişiler hakkında da kullanıldığı görülmektedir. Cinsiyetsiz ifadesi, insanlar tarafından bir cinsiyet kimlikleri olduğunu hissetmediklerini belirtmek için kullanılır. Tanımları gereği, “skala dışı” olan cinsiyetsiz, aseksüel ve androjen<sup>15</sup> kimlikler hem toplumsal cinsiyet kimliği hem de cinsel yönelimi kişiden kişiye değişebilecek özellikler gösterir.

11 Sally Hines, “*Toplumsal Cinsiyet Akışkan mıdır?*”, çev. Özge Çağlar Aksoy, (İstanbul: Hep Kitap, 2019), 20-21.

12 Hakan Ertin, Adem Az, *DSD (Hermafroditizm) Olguları Üzerinden Etik Tartışmalar ve Cinsellik Etiği*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açından Bedene Müdahaleler, (İstanbul: İsar Yayınları, 2020), 67; Üsküdar Üniversitesi, “Biyolojik Olarak Üçüncü Bir Cinsiyet Yok” (Erişim 29 Eylül 2021); Milli Gazete, “Biyolojik Olarak Üçüncü Bir Cinsiyet Yok” (Erişim 29 Eylül 2021).

13 Hines, “*Toplumsal Cinsiyet*”, 49.

14 Büşra Çınar, A Performative View of Gender Roles: Judith Butler, “*International Journal of Media Culture and Literature*” 1/1 (2015), 53-55.

15 Androjen, maskülen ve feminen görülen özelliklerin bir bileşimidir. Genellikle cinsiyetsiz, karma cinsiyetli veya cinsiyeti belirsiz olan bir kişiyi veya şeyi ifade etmek için kullanılır.

## 2. Dijitalizm’in Akışkan Cinsiyete Etkisi

Son zamanlarda sosyal medyada “akışkan” veya “gender fluid” gibi ifadeler toplum bilincinde yer edinmeye başladığı görülmektedir. Ayrıca insanlara toplumsal cinsiyetin sadece (ikili olmayan) kadın ve erkekten oluşmadığı fikri empoze edilmektedir. “Gender queer” ve “cinsiyetsiz” gibi ifadelerde de aynı şekilde ikili olmayan kimlikleri temsil düşüncesinin yaygınlaştığı görülmektedir.<sup>16</sup>

“Kendisini tek bir sabit cinsiyetle tanımlamayan” bir kimseyi ifade etmek için kullanılan “akışkan” ifadesi çeşitli sözlüklere girmiş durumdadır.<sup>17</sup>

Toplumsal cinsiyetin karmaşıklığına dair farkındalık arttıkça toplumsal cinsiyetin akışkan olduğu görüşü daha da yaygın hale gelmiştir. Dünyaca ünlü oyuncuların kendi cinsiyet kimliklerini akışkan olarak ifade etmeleri,<sup>18</sup> kendilerine yönelik kadın veya erkek şeklinde bir tanımlamaya karşı çıkmaları ve dünyaca ünlü şarkı gruplarının kadın/erkek cinsiyet ikiliğinin çağdışı olduğunu dile getirmeleri,<sup>19</sup> bu zihin karmaşasının tezahürüdür.<sup>20</sup>

Çocukların ve ergenlerin TV, dergi ve internet gibi mecralarda cinsellikle ilgili okudukları, duydukları veya şahit oldukları kışkırtıcı bir mahiyete sahiptir. Bazı uzmanlara göre medya içinde masum olmayanların başında çocukları erken yaşlarda cinselliğin cazipliğine iten müzik ve reklam piyasasıdır.<sup>21</sup>

Avrupa’da özellikle de İsveç’te toplumsal cinsiyet çeşitliliği nedeniyle özgür politikaların gelişmesi, öğrettikleri her şeyde cinsiyetçi olmayan bir tutum benimsemeleri, ikili cinsiyet ayrımını gözetmeyen anaokullarının açılmasına sebep olmuştur.<sup>22</sup> İsveç’te cinsiyetçiliği ifade etmeyen “hen” kelimesi, İngilizcedeki “he” ve “she” kadar yaygındır.<sup>23</sup> Bu bakış açısına göre çocuklar doğuştan toplumsal cinsiyet çeşitliliğine sahiptir; onlara ikili toplumsal cinsiyet sistemini dayatan sadece toplumdur.

16 Tabu Kamu, “Cinsel Kimlik”.

17 NBC News, “‘Gender-Fluid’ Among Recent Additions to Oxford English Dictionary” (Erişim 21 Eylül 2021); Oxford Learner’s Dictionaries, “Gender-Fluid” (Erişim 21 Eylül 2021).

18 SP News Agency, “What is Gender-fluid Pronouns” (Erişim 20 Eylül 2021).

19 Archer, “Arcker Asks: Q&A with JD Samson” (Erişim 19 Eylül 2021); The New York Times Magazine, “The Lowdown | JD Samson” (Erişim 19 Eylül 2021).

20 Advocate, “What Does Tilda Swinton Mean When She Says She’s Queer?” (Erişim 19 Eylül 2021); People, “Tilda Swinton Says She ‘Always Felt’ She Was Queer: I Was Just Looking For My Queer Circus” (Erişim 19 Eylül 2021).

21 Bağdat Deniz Kaynak, “Cinsel İçerikli Yayınların Ergenler Üzerindeki Etkileri ve Bazı Müdahale Yöntemleri”, *Nesne Psikoloji Dergisi (NPD)*, 5/10 (2017), 265-281.

22 The New York Times, “In Sweden’s Preschools, Boys Learn to Dance and Girls Learn to Yell” (Erişim 21 Eylül 2021); BBC, “Sweden’s ‘Gender-Neutral’ Pre-school” (Erişim 21 Eylül 2021).

23 NPR, “He, She Or Hen? Sweden’s New Gender-Neutral Pronoun” (Erişim 7 Aralık 2021); Frontiers, “Are New Gender-Neutral Pronoun Difficult to Process in Reading? The Case of Hen in Swedish” (Erişim 7 Aralık 2021); Babel, “Swedish ‘Hen’ Is Here To Stay: The Success of A Made-Up Gender-Neutral Pronoun” (Erişim 7 Aralık 2021).

Çocuk çizgi roman ve çizgi filmlerinde cinsiyet karmaşası ön plana çıkmaktadır.<sup>24</sup> Çocuk oyunlarındaki toplumsal cinsiyet klişelerine karşı çıkan, cinsiyet ayrımı gözetmeyen oyuncaklar üretilmekte, ürün kataloglarında geleneksel olarak karşı cinsle ilişkilendirilen oyuncaklarla oynayan çocuk fotoğraflarına yer verildiği görülmektedir.<sup>25</sup> Üretilen oyuncaklar ile çocukların zihinlerine kadın ve erkek dışında orta cins veya cinsiyetsiz/nötr kimlik fikri aşılanmaktadır.

Cinsiyet ayrımı gözetmeyen tuvalet istekleri ve kazanımları üniversitelerde yaygınlaşmaktadır.<sup>26</sup> Bu noktada aktivizmin etkileri medya ve farklı sektörler kadar ulaştığı görülmekte ve ikili olmayan toplumsal cinsiyet temsilleri giderek çoğalmaktadır.<sup>27</sup> Farklı ülkelere ait hava yolları şirketleri yolcularına cinsiyet ayrımını gözetmeyen anonslar yapmaktadır.<sup>28</sup>

Bu mesele dünya gündemine üst sıralarda takip edilen haber olarak yansımıştır. Time dergisi 2014 yılını “Transgender Taşma Noktası” ilan etmişti.<sup>29</sup> Bir yıl sonra hem Britanya hem de ABD’de medya kaynakları tarafından “Transgender Yılı” ilan edildi.<sup>30</sup>

Britanya’da 2004 “Cinsiyetin Tanınması Kanunu” trans bireylere nüfus kağıtlarını değiştirme ve yeni cinsiyetlerinde evlenme hakkı tanıdı.<sup>31</sup> Trans bireylerin yeni cinsiyetlerini tanıyan kanunlar<sup>32</sup> Avrupa’nın birçok ülkesinde yasalaştı. Avrupa dışında trans birey tanıma yasaları Brezilya, Kanada, Kolombiya, Ekvator, İran,<sup>33</sup> Ja-

24 Cumhuriyet Gazetesi, “Superman: Çizgi Roman Devi DC Comics Yeni Superman Karakterinin Biseksüel Olduğunu Duyurdu” (Erişim 7 Aralık 2021); Bianet, “Yeni Superman, Jon Kent, Biseksüel Olduğunu Açıklıyor” (Erişim 7 Aralık 2021); GMAG, “DC’nin Yeni Non Binary Flash’ı ile Tanışın!” (Erişim 7 Aralık 2021); Ayrıca film için bkz. Filmloverss, “Sinemada Akışkan Cinsiyetliliğin Kraliçesi: Tilda Swinton” (Erişim 7 Aralık 2021).

25 Hines, “*Toplumsal Cinsiyet*”, 117; Stylus, “Mattel’s Gender-Fluid Doll Embraces Flexi-Identities” (Erişim 18 Eylül 2021).

26 KAOSGL, “Boğaziçi’nde Kazanım: İlk Cinsiyetsiz Tuvaletler Açıldı” (Erişim 14 Eylül 2021); Hürriyet Gazetesi, “ODTÜ’den ‘Cinsiyetsiz Tuvalet’ Açıklaması” (Erişim 14 Eylül 2021); The University of Edinburgh, “Gender Neutral Toilets” (Erişim 14 Eylül 2021); Upsu, “All Inclusive, Gender-Neutral Toilets On Your University Campus” (Erişim 14 Eylül 2021); The University of Aucland, “Gender-Neutral Toilets On Campus” (Erişim 14 Eylül 2021); Columbia University, “Map of Gender-Neutral Restrooms at Morningside Campus” (Erişim 14 Eylül 2021).

27 Hines, “*Toplumsal Cinsiyet*”, 126.

28 SKD Türkiye, “Japon Havayolları’ndan Cinsiyet Ayrımına Son” (Erişim 21 Eylül 2021); Medya Radar, “Bayanlar ve Baylar’ Anonsu Tarihe Karışıyor” (Erişim 21 Eylül 2021).

29 TIME, “The Transgender Tipping Point” (Erişim 9 Eylül 2021).

30 The United Kingdom Parliament, “Transgender Equality” (Erişim 13 Eylül 2021).

31 Mygwork, “Non-Binary Legal Recognition Too ‘Complex’ To Introduce, UK Government Confirms” (Erişim 7 Aralık 2021); The United Kingdom Legislation, “Gender Recognition Act 2004” (Erişim 7 Aralık 2021).

32 University of Bristol, “Transgender Rights in The United Kingdom And Ireland” (Erişim 12 Eylül 2021).

33 BBC, “İran: Eşcinseller Cinsiyet Değiştirmeye Zorlanıyor” (Erişim 12 Eylül 2021); Euronews, “İran: Eşcinsellik Yasak, Cinsiyet Değiştirmek Devlet Destekli” (Erişim 12 Eylül 2021).

ponya, Güney Afrika, Uruguay, Hindistan, Bangladeş ve Vietnam'da uygulamaya konu. <sup>34</sup> 2012 de Arjantin kişinin resmi cinsiyetinin tıp veya hukuk uzmanlarının otoritesi yerine kişinin kendi beyanına dayanarak değiştirebileceğini açıkladığında dünyanın en trans-dostu ülkesi olarak övgüye değer görüldü. <sup>35</sup> Kasım 2017 de bir Alman mahkemesi kendisini ne erkek ne de kadın olarak tanımlayan bireylerin, interseks bireyler dahil, resmi olarak üçüncü cins olarak <sup>36</sup> kütüğe kaydolabileceklerini hükme bağladı. <sup>37</sup>

### 3. Akışkan Cinsiyete Fikhin Bakışı

Fıkıh kaynaklarında akışkan cinsiyet ile ilişkili geçmişteki bilgilerin yeterli olmaması konunun sınırlı olarak ele alınmasına sebep olmuştur. Flu renkte malmatın aktüel haber değerinde olması bir yana üçüncü cinsiyet, akışkan cinsiyet, transseksüel vb. gibi farklı cinsel yaklaşım ve yönelimlerin güncellemesini gerçekleştirdiği günümüzde tıp, genetik ve teknolojinin gelişmesiyle yeniden ele alınması zaruretini doğurmaktadır. Elimizdeki bilgi ve argümanlar bağlamında flu rengi netleştirebiliriz.

Fikhin ana kaynağı olan Kurân'da cinsiyet şu şekilde dile getirilir. “*Ey İnsanlar! Şüphesiz biz, sizi bir erkekle bir kadından yarattık.*”<sup>38</sup>“*İşte ondan (o spermadan) erkek ve dişi olarak iki sınıf var etti.*”<sup>39</sup>

Zikrettiğimiz ve buna benzer ayetlerde, canlılar/varlıklar tasnifinin bir türü olarak insanın yaratılışından bahsedilirken onun iki cinsine temas edilerek, üçüncü bir cinsin varlığının kabul edilmesi bir yana bu tür bir cinsin varlığı dahi ima edilmemiştir. Yaratılış gereği insanın bir erkek ve bir dişiden müteşekkil olduğu dile getirilmiştir. Erkek ve kadın olarak farklı cinsiyetlerde insan neslinin varlığı ve sürekliliği için bu düzen seçilmiş ve kabul edilmiştir.

İslam hukuku kaynaklarında ve literatüründe kadın ve erkek haricinde bir üçüncü cinsiyetin varlığı söz konusu değildir. Bununla birlikte “hünsa/çift cinsiyetli/hermafrodit” kavramı bir üçüncü cinsiyetten ziyade insanda var olan anatomik/cinsel gelişim bozukluğu kabul edilmiştir.<sup>40</sup>

34 EL UNIVERSAL, “Transgender in Latin America” (Erişim 12 Eylül 2021).

35 National LGBTQ Task Force, “Argentina Becomes The World’s Most Friendly Country” (Erişim 12 Eylül 2021).

36 Euronews, “Alman Aşırı Sağcıların ‘İnsan İdrakine Aykırı’ Bulduğu Üçüncü Cins Yasası Yürürlükte” (Erişim 20 Eylül 2021).

37 Hines, “*Toplumsal Cinsiyet*”, 129.

38 Hucurât, 49/13.

39 Kıyâme, 75/39.

40 Orhan Çeker, “Hünsa”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (İstanbul: TDV Yayınları, 1997), 28/491; Komisyon, *Dini Kavramlar Sözlüğü*, (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2010) 276; Mehmet Erdoğan, *Fıkıh ve Hukuk Terimleri Sözlüğü*, (İstanbul: Rağbet Yayınları, 1998), 163; Hilal Duman, “İslâm Hukukunda Hünsâ”, *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6/1 (2002), 298.

İslam hukukunda hünsa için her iki cinse ait karakteristik cinsel uzva sahip olan yahut kadın mı erkek mi olduğu tespit edilemeyen veya her iki cinsiyet özelliklerini birlikte taşıyan nitelendirmeler yapılmaktadır.<sup>41</sup> İslam hukukçularının hünsayı iki kısımda inceledikleri görülmektedir. İlki gayri müşkil hünsa olup her iki cinse ait cinsiyet alametlerini taşımakla beraber erkek/maskülen veya kadın/feminen alametleri açık olup kolaylıkla erkek veya kadın olduğuna hükmedilebilen kişidir.<sup>42</sup> İkinci ise müşkil hünsadır. Her iki cinsiyet uzvuna birlikte sahip olan fakat organların birinin diğerine galip gelememesi nedeniyle erkek veya kadın olduğuna kolayca hükmedilemeyen veya hiçbir cinsel organa sahip olmayan sadece idrar yapabileceği bir fonksiyona sahip olan kişidir.<sup>43</sup>

Klasik fıkıh kaynaklarında “hünsa” kelimesi ile “çift cinsiyetli” veya nadiren de olsa “cinsiyeti belirsiz” nitelemesi yer alırken günümüzdeki “çift cinsiyetli/hermafrodit” ifadesi için “intersex” terimi kullanılmaktadır. Teknik ve bilimsel bilginin gelişmesiyle birlikte tıbbi alandaki gelişmeler sonucunda da hünsanın “cinsiyet gelişim bozukluğu” içinde değerlendirilebileceği görülmektedir.

Diğer taraftan belirtilen cinsiyet sınıfının dışında bir takım cinsiyetle alakalı durumlarda söz konusudur ki bu durumun daha iyi anlaşılabilir olması için fıkıhın cinsiyet farklılığından ziyade cinsiyetle alakalı modern zamandaki farklılıklara bakışını şu şekilde kategorize edebiliriz:

Cisgender, kişinin biyolojik cinsiyeti ile cinsel kimliğinin uygun olması durumunu ifade eder.<sup>44</sup>

Genderqueer, kadın ve erkek arasındaki cinsel skalanın dışında bir nitelik taşımaktadır. Şemsiye bir terim olarak ifade edilir. Kadın veya erkek olma ikileminin ötesini gösterir.<sup>45</sup>

41 Çeker, “Hünsa”, 28/491; Komisyon, “Hünsa”, *Mevsûatu'l-Fıkhiyye*, (Kuveyt: Vizaretu'l-Evkâf ve's-Şuûni'l-İslâmiyye, 1990), 20/22; Duman, “İslâm Hukukunda Hünsâ”, 302-303; Hilal Özey, “İslâm Hukuku Açısından Cinsiyet Değiştirme”, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4/1 (2016), 6-7.

42 Özey, “İslâm Hukuku Açısından Cinsiyet Değiştirme”, 6; Çeker, “Hünsa”, 28/491; Erdoğan, *Fıkıh ve Hukuk*, 163.

43 Özey, “İslâm Hukuku Açısından Cinsiyet Değiştirme”, 6; Çeker, “Hünsa”, 28/491; Erdoğan, *Fıkıh ve Hukuk*, 163.

44 Outright Action International, “Terminology Surrounding Gender Identity And Expression” (Erişim 7 Aralık 2021); Merriam-Webster, “Cisgender” (Erişim 7 Aralık 2021); Cambridge Dictionary, “Cisgender” (Erişim 22 Eylül 2021).

45 Outright Action International, “Terminology Surrounding Gender Identity And Expression” (Erişim 7 Aralık 2021); Merriam-Webster, “Genderqueer” (Erişim 7 Aralık 2021); Encyclopaedia Britannica, “Genderqueer” (Erişim 22 Eylül 2021); KAOSGL, “Genderqueer Kişiler İçin Cinsel Yönelim” (Erişim 22 Eylül 2021).



Transgender, cinsel kimlik bakımından kendini ifade ve davranış ekseninde biyolojik/anatomik cinsiyeti ile uyumsuzluk yaşayan kişileri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır.<sup>46</sup>

Mezkur cinsel kimlikler cinsiyet bozukluğu veya cinsel hoşnutsuzluk açısından ele alınmaktadır. Cinsiyet gelişim bozuklukları anatomik/genetik cinsiyetin gelişim basamaklarında bir patolojik vakıa, işlevsizlik olma durumudur. Hormon üretimi veya etkinliği, kromozom yapısı ve genital/üreme organlarındaki anormallikler bu durumun sebebi olmaktadır.<sup>47</sup> Cinsiyet gelişiminde normal seyrinde XY kromozoma sahip bir kimsede testis gelişir ve testislerin ürogenital sistemin erkek yönünde evrilmesini sağlar. Bu durumun tam tersi XX kromozomu, yumurta gelişimini; yumurta gelişimi ise ürogenital sistemin kadın yönünde ilerlemesini sağlar. Tüm bu sistem özünde birbirini takip eden çeşitli faktörler, hormonlar ve reseptörler tarafından kontrol edilen bir süreçtir. Bu sürecin herhangi bir basamağında gelişebilecek olağandışı bir durum, “cinsiyet gelişim bozukluğuna” neden olacaktır.<sup>48</sup>

Terim olarak cinsiyet hoşnutsuzluğu ise bir kimsenin doğuştan gelen cinsiyeti ile deneyimlediği veya benimsediği cinsel kimliği arasında uyumsuzluktur. Uzmanlara göre cinsiyet hoşnutsuzluğu yaşayan kimsenin, doğuştan gelen anatomik özellikleri ile cinsel hoşnutsuzluk yaşamayan ve aynı cinsiyete sahip kimsenin anatomik (genetik) cinsiyet özelliklerinin aynı olduğu ifade edilir.<sup>49</sup>

Cinsel gelişim bozukluklarında anatomik/bedensel anormallikler ; cinsel hoşnutsuzlukta ise bedensel anormallikler göreceli olarak olmakla birlikte psikolojik (ruhsal) olarak biyolojik cinsiyetini benimsememe/kabullenmeme hali ön plana çıkmaktadır.

Tıp alanındaki uzmanlar cinsiyeti belirleyen başlıca faktörleri genel anlamda şu şekilde sıralamaktadır. 1. Kromozomal/genetik yapı özellikleri, 2. Gonodal/hormon ve reseptör fonksiyonlar, 3. İç ve dış genital yapı özellikler, 4. Çevresel faktörler, 5. Psikolojik faktörler.<sup>50</sup>

Her iki cinse ait karakteristik cinsel organların bir arada bulunması durumu ortaya çıkabileceği gibi, dış genital organın kadın yönünde olmasına rağmen

46 Encyclopedia Britannica, “Transgender” (Erişim 22 Eylül 2021); Outright Action International, “Terminology Surrounding Gender Identity And Expression” (Erişim 7 Aralık 2021); Merriam-Webster, “Transgender” (Erişim 7 Aralık 2021).

47 Tuncay Sandıkçı, Hayrettin Kara, *Cinsiyet Hoşnutsuzluğu: Terminoloji ve Psikiyatrik Yaklaşımın İncelenmesi*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açından Bedene Müdahaleler, (İstanbul: İsar Yayınları, 2020), 24.

48 Ertin, Az, *DSD (Hermafroditizm) Olguları Üzerinden Etik Tartışmalar ve Cinsellik Etiği*, 65.

49 Sandıkçı, Kara, *Cinsiyet Hoşnutsuzluğu*, 25.

50 Hüseyin Özbey, *Cinsel Gelişim Sorunları: Küçük Hastalar, Büyük Kararlar*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açından Bedene Müdahaleler, (İstanbul: İsar Yayınları, 2020), 55; Sandıkçı, Kara, *Cinsiyet Hoşnutsuzluğu*, 40-42; Ertin, Az, s. 65.

meme dokusunun gelişmemesi ve dahi genetik cinsiyetin erkek yönünde olması söz konusudur. Konjenital Adrenal Hiperplaz (KAH)'da kromozomal cinsiyet ve iç genital yapı ve erkeksi kıllanma, kas kütlesi ve vücut formu görülebilir. Burada her türlü senaryo ile karşılaşmak mümkündür. Cinsel gelişim bozukluğu tüm bu ihtimallerin çatı kavramı olarak isimlendirilebilir.<sup>51</sup> İnterseks/hünsa ya da cinsel gelişim bozukluğu ile ilişkili olarak en çarpıcı örnek “belirtisiz genital” yapıdır.<sup>52</sup>

İkincil cinsiyet karakterlerinin birincil cinsiyet karakterleri ile uyuşmadığı yani kadınsı bir erkek ya da erkeksi bir kadın bedeninde aile ve toplum nezdinde ilk akla gelen kanaat cinsel gelişim bozukluğundan ziyade cinsiyet hoşnutsuzluğu olması ihtimali yüksektir. Uzmanlar, ikili cinsiyet içinde karar aşamasındaki bireyin anatomik özelliklerinin yanı sıra ruhsal gelişiminin de göz ardı edilmesi gerektiğini belirtirler.<sup>53</sup>

Fıkıh kaynaklarında hemcins/livata/homoseksüel ilişkinin durumu hususunda herhangi bir hüküm boşluğu söz konusu değildir. Kur’ân ve Sünnette yasaklanmıştır.<sup>54</sup> Diğer taraftan “*Erkeklerle benzemeye çalışan kadın (müteraccile) ve kadınlara benzemeye çalışan erkeklerle (muhanne) lanet olsun*” şeklindeki rivayette bu durumun bedene yönelik mi, ruhsal anlamda mı yoksa her ikisini mi ifade ettiği sualine doğru cevaplamak gerektiği kanaatindeyiz.

Akışkan veya üçüncü cinsiyetin mahiyetini anlayabilmek için muhanne ve müteraccile konusu önem arz etmektedir. Muhanne, biyolojik/anatomik olarak erkek olmasına rağmen kadın gibi giyinen ve davranan erkek; hareketlerinde, görünüşünde ve konuşmasında kadın özellikleri taşıyan, kadınlığa özenen veya yaratılıştan dolayı dışa vurumu/tezahürü kadınsı olan erkek anlamları için kullanılmıştır.<sup>55</sup> Müteraccile ise biyolojik/anatomik olarak kadın

51 Ertin, Az, *DSD (Hermafroditizm) Olguları Üzerinden Etik Tartışmalar ve Cinsellik Etiği*, 65.

52 Ertin, Az, *DSD (Hermafroditizm) Olguları Üzerinden Etik Tartışmalar ve Cinsellik Etiği*, 65.

53 Ertin, Az, *DSD (Hermafroditizm) Olguları Üzerinden Etik Tartışmalar ve Cinsellik Etiği*, 67-68; Murat Dinçer Çekin, *Bedene Yapılan Müdahaleler: Tarihi ve Sosyal Arkaplan*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açıdan Bedene Müdahaleler, (İstanbul: İsar Yayınları, 2020),146-147.

54 Arâf, 7/80-84; Hüd, 11/78-83; Enbiyâ, 21/74; Şarâ, 26/161-175; Neml, 27/54; Ebû Abdullâh Muhammed b. Ali Hakîm et-Tirmizî (ö. 320/932), *Sünenü't-Tirmizî*, (Beyrut: Dâru'l-Garbi'l-İslâmî, 1998), “Radâ”, 12; “Hudûd”, 24; Tirmizî, “Hudûd”, 12

55 Ebû Abdullâh Muhammed b. Ali el-Hakîm et-Tirmizî (ö. 320/932), *el-Menhiyyât*, nşr. Muhammed Osmân el-Huş, (Kahire: Mektebetu'l-Kur'ân, 1986), 175; Ebû Bekr Muhammed b. el-Hasen b. Dureyd el-Ezdî (ö. 321/933), *Cemheretu'l-Luğa*, nşr. Remzî Munîr Ba'lebekkî, (Beyrut: Dâru'l-İlm li'l-Melâyîn, 1987), 1/418; Ebû Mansûr Muhammed b. Ahmed b. el-Herevî el-Ezherî, (ö. 370/981), *Tehzîbu'l-Luğa*, nşr. Muhammed Avd Mir'ab, (Beyrut: Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabî, 2001), 7/145; Ebû el-Hasan Ali b. Halef b. Abdulmelik İbn Battâl (ö. 449/1057), *Şerhu Sahîhi'l-Buhârî*, nşr. Ebû Temîm Yâsir b. İbrâhîm, (Riyâd: Mektebetu'r-Ruşd, 2003), 6/78; Ebû'l-Hasen Ali b. Muhammed el-Basrî el-Mâverdi, (ö. 450/1058), *el-Hâvi'l-Kebîr fi Fikhi Mezhebi'l-İmâmi'sh-Şâfi'i*, nşr. Ali Muhammed Me'ûd, Âdil Ahmed Abdulmevcûd, (Beyrut: Dâru'l-Kutubil-İlmiyye, 1999), 11/410; Ebû'l-Kâsım el-Huseyn b. Muhammed er-Râğib el-İsfehânî (ö. 502/1109), *et-Tefsîr*, (Mekke: Câmî'atu Ummi'l-Kurâ, 2003), 4/164; Ebû Bekr Muhammed b. Abdullâh b. el-Arabî el-İşbilî

olmasına rağmen bir erkek gibi konuşan, davranan, yürüyen ve giyinen kadına verilen isimdir.<sup>56</sup>

Muhannes ve müteraccile kavramları hadis kaynaklarında geçerken fıkıh literatüründe konunun detaylı anlatılmadığı görülmektedir. Ancak popüler kültür içerisinde akışkan, üçüncü cinsiyet veya cinsiyetsizlik gibi gündemde olan kavramlarla bağlantısının olup olmadığının tespiti bazı durumların açığa kavuşturulması için önem arz etmektedir.

Konu hakkında genel bir kaide mahiyetinde olması sebebiyle Abdullah b. Abbas'tan "*Resulullah, erkeklere özenen kadına ve kadına özenen erkeğe lanet etti.*"<sup>57</sup> şeklindeki rivayetle muhannes hakkında söylenen veya söylenebilecek hususların müteraccile hakkında da geçerli olduğu yönünde bir kıyas yapılabilmesi mümkündür. Konuyla ilgili nasları literal okumadan ziyade makasidü'ş-şerîa gölgesinde değerlendirmek hem teorik hem de pratik açıdan daha yararlı sonuçlar ortaya koyacaktır.

Hz. Peygamber'in her iki cinsin de kendilerine ait doğuştan gelen fitri özelliklerini korumalarını, karşı cinsle benzemeye çalışan kadın ve erkeği ikaz ederek yaratılış/biyolojik cinsiyetlerine uyumlu davranışlar sergilemelerini istemiştir.

Muhannes hakkında bedensel olarak kadına benzemesi; müteraccile hakkında da bedensel olarak erkeğe benzemesi durumu söz konusu edilmezken literatürde bu özelliği taşıyan kimsenin hünsa olduğu bilinmektedir. Kanaatimizce bu noktada hünsa ile muhannes/müteraccile bağlantısı söz konusu olup muhannes/müteraccile, hünsayı da içine alan daha genel bir durum olarak karşımıza çıkar.

Kâdi İyâz, Nevevî ve İbnu'l-Hümâm gibi birçok âlim muhanneslik hususunda gayri iradi ve kesbi ayırımına gitmişlerdir.<sup>58</sup> Bu ayırım günümüz meselelerine ışık

- 
- (ö. 543/1149), *el-Mesâlik fi Şerhi Muvatta'î Malik*, (by: 2007), 6/485, 8/82; Ebu'l-Me'âli Mahmûd b. Ahmed b. Abdulaziz b. Omar b. Mâze el-Hanefî (ö. 616/1219), *el-Muhîtu'l-Burhânî fi'l-Fıkhi'n-Nu'mânî*, nşr. Abdulkarîm Sâmî el-Cundî, (Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 2004), 5/338; Ebu'l-Ferec Abdurrahman b. Muhammed b. Ahmed el-Hanbelî el-Makdisî, (ö. 682/1283), *eş-Şerhu'l-Kebîr 'alâ Metni'l-Mukni'*, (Beyrut: Dâru'l-Kitâbi'l-Arabî, ty.), 7/347; Ebû'l-Fadl Muhammed b. Mukerrem b. Ali Cemâluddîn b. Manzûr er-Ruvefyî 'î İbn Manzûr, (ö. 711/1311), *Lisân'l-Arab*, (Beyrut: Dâru Sâdir, 1993), 2/112; Ebû Abdullâh Muhammed b. Muhammed b. Mahmûd el-Bâbertî (ö. 786/1384), *el-İnâye fi Şerhi'l-Hidâye*, (Beyrut: Dâru'l-Fikr, ty.), 10/37; Abdulkâdir b. Omer b. Abdulkâdir b. Omer b. Ebî Tağlîb eş-Şeybânî (ö. 1135/1723), *Neylu'l-Me'ârib bi Şerhi Delîli't-Tâlib*, nşr. Muhammed Suleymân Abdullâh el-Eşkar, (by: Mektebetu'l-Fellâh, 1983), 2/139.
- 56 Tirmizî, *el-Menhiyyât*, 175; İbn Dureyd, *Cemhere*, 1/418; Ezherî, *Tehzîb*, 7/145; İbn Battâl, *Şerhu Sahîhi'l-Buhârî*, 6/78; Mâverdi, *el-Hâvi'l-Kebîr*, 11/410.
- 57 el-Buhârî, Ebû Abdullâh Muhammed b. İsmâ'îl (ö. 256/870), *el-Câmi'u'l-Musnedu's-Sahîhu'l-Muh-tasar*, nşr. Muhammed Zuheyr en-Nâsır, I-IX, (Beyrut: Dâru Tavki'n-Necât, 1422), 7/159, 8/171.
- 58 Muhammed b. Ahmed b. Ebî Sehl Şemsü'l-Eimme es-Serahsî (ö. 483/1090), *el-Mebsût*, nşr. Halîl Muhyiddîn el-Meyyis, (Beyrut: yy, 1993), 16/131; Ebû'l-Fadl 'İyâd b. Mûsâ el-Yahsubî el-Kâdi 'İyâd (ö. 544/1150), *İkmâlu'l-Mu'lim bi Fevâ'idî'l-Muslim*, nşr. Yahyâ İsmâ'îl, (by: yy, 1998), 6/488; Ebû Zekeriyâ Muhyiddîn Yahyâ b. Şeref en-Nevevî (ö. 676/1278), *Şerhu'n-Nevevî 'alâ Muslim*, (Beyrut: Dâru İhyâit-Turâsî'l-Arabî, 1972), 14/163; Ebû Zekeriyâ Yahyâ b. Şeref en-Nevevî (ö.676/1278), *el-Mecmu' Şerhu'l-Muhezzeb*, (Beyrut: Dâru Âlemi'l-Kitâb, 2003), 1/245; Ebu'l-Fadl Ahmed b.

tutması bakımından çok değerlidir. Zira muhannes veya müteraccile birey, aynı hünsada olduğu gibi nadiren görülen girift bir durumla karşı karşıya kalabilir. “Erkek bedeninde kendisini kadın; kadın bedeninde kendisini erkek hissetme” durumu şayet yaratılıştan/genetikten gelen bir vasıf ise bu durumun ehil insanlarca çok iyi araştırılıp teşhis edilerek tedavisi yönüne gidilmelidir. Bu durumu sadece ilgili hadise bakarak “erkekleşen kadın; kadınlaşan erkek melundur” veya hünsa da olduğu gibi baskın olan alamete göre “erkek” veya “kadın” hükmünü vermek mümkün olsa da bunun tıbbî yönüyle endokrinoloji, genetik ve psikiyatri başta olmak üzere uzmanlardan oluşan bir heyet tarafından takip edilmesi gerekir. Tabi burada transseksüel olan birey için sedd-i zeraî ilkesince hareket edilmesi gerektiği de gözden uzak tutulmamalıdır. Nitekim yukarıda zikrettiğimiz üzere bu kişiler yani transseksüeller doğuştan erkek veya kadın olup iradi bir şekilde karşıt cins gibi olmaya eğilimleri vardır. İki durum arasındaki temel fark haletiruhiyenin gayri iradi/yaratılış veya kesbi oluşuyla ilgilidir.

Kaynaklar Hz. Peygamber döneminde muhanneslerin var olduğunu<sup>59</sup> hatta bazı kaynaklar Peygamber zamanında iki,<sup>60</sup> üç<sup>61</sup> veya dört muhannes bulunduğunu belirtir.<sup>62</sup> İradî bir şekilde muhannes olanlar için toplumda mad-di ve manevi bazı müeyyideler uygulandığı görülmektedir. Bazı alimlere göre arkasında namaz kılınırken<sup>63</sup> kimi alimlere göre kılınamayacağı,<sup>64</sup> hapis,<sup>65</sup>

Ali Hacer el-Askalânî (ö. 852/1448 *Fethu'l-Bârî Şerhu Sahîh el-Buhârî*, nşr. Muhibuddin el-Hatîb, (Beirut: Daru'l-Marife, 1959), 10/332; Ebû Muhammed Mahmûd b. Ahmed Bedruddîn el-Aynî (ö. 855/1451), *'Umdu'tu'l-Kârî Şerhu Sahîhi'l-Buhârî*, (Beirut: Dâru İhyâ'it-Turâsî'l-Arabî, ty.), 22/42; Kemâluddîn Muhammed b. Abdulvahid b. 'Abdilhamîd İbnu'l-Humâm es-Sivâsî (ö. 861/1457), *Fethu'l-Kâdir*, (Beirut: Dâru'l-Fikr, ty.), 7/408,10/37; Zeynuddîn b. İbrâhîm b. Muhammed İbn Nu-ceym el-Mısırî (ö. 970/1563), *el-Bahrû'r-Râik Şerhu Kenzî'd-Dağâik ve Minhatu'l-Hâlik ve Tekmiletu't-Tûrî*, (Beirut: Dâru'l-Kitâbî'l-İslâmî, ty.), 7/85; Ebu'l-Abbâs Ahmed b. Muhammed b. Ali İbn Hacer el-Heytemî (ö. 974/1566), *Tuhfetu'l-Muhtâc fî Şerhi'l-Minhâc*, (by: el-Mektebetu't-Ticâriyye, 1983), 10/222; Abdurrahmân b. Muhammed b. Süleymân Şeyhîzâde Dâmâd Efendî (ö. 1078/1667), *Mecmâ'u'l-Enhur fî Şerhi Multeka'l-Ebhur*, (Beirut: Dâru İhyâ'it-Turâsî'l-Arabî, ty.), 2/197.

59 Ahmed b. Yahyâ b. Câbir el-Belâzûrî (ö. 279/893), *Ensâbu'l-Eşrâf*, nşr. Suheyl Zekkâr, Riyâd ez-Ziriklî, (Beirut: Dâru'l-Fikr, 1996), 5/619.

60 İbn Manzûr, *Lisânu'l-Arab*, 15/337.

61 Ebu'l-Ferec Abdurrahmân b. Ali İbnu'l-Cevzî (ö. 597/1201), *el-Muntazam fî Târîhi'l-Mulûk ve'l-'Umem*, nşr. Muhammed Abdulkâdir Aâtâ, Mustafâ Abdulkâdir Aâtâ, (Beirut: Dâru'l-Kutubî'l-İlmiyye, 1992), 3/342; Ebû'l-Abbâs Ahmed b. Abdulhalîm el-Harrânî İbn Teymiyye (ö. 728/1328), *Mecmâ'u'l-Fetâvâ - İbn Teymiyye*, nşr. Abdurrahman b. Muhammed b. Kâsım, (Medine: Mecme'u'l-Melik Fehd, 1995), 15/308-309.

62 Yahyâ b. Ebî Bekr b. Muhammed b. Yahyâ el-Hardî el-Âmirî (ö. 893/1488), *Behcetü'l-Mehâfil ve Buğyetü'l-Emâsîl*, (Beirut: Dâru Sâdir, ty.), 1/431.

63 Ebû Ya'kûb İshâk b. Mansûr b. Behrâm el-Mervezî İshâk el-Kevsec (ö. 251/865), *Mesâilu'l-İmâm Ahmed ve İshâk b. Râheveyh*, (Medine: 'İmâdetu'l-Bahsî'l-İlmî, 2002), 2/836.

64 İbn Battâl, *Şerhu Sahîhi'l-Buhârî* 2/323, 328.

65 Ebû Muhammed Ali b. Ahmed İbn Hazm el-Endelusi (ö. 456/1064), *el-Muhallâ bi'l-Âşâr*, nşr. Abdulgâffâr Süleyman el-Bundârî, (Beirut: Dâru'l-Fikr, 2002), 12/396; Hasen b. Mansûr el-Üzcendi el-Fergânî (ö. 592/1196), *Fetavâ Kâdihân*, 3/122.

sürgün,<sup>66</sup> tanıklığını kabul etmeme,<sup>67</sup> kadın gibi davranan erkeklere bu tür suçlarından dolayı tazir cezası verileceği fıkıh kaynaklarında geçmektedir.<sup>68</sup> Muhanneşin aile kurumuna verdiği zarardan<sup>69</sup> kadınları ve erkekleri fesada götüren özelliğinden bahsedilir.<sup>70</sup> Kadınların arasında bulunarak onlardan aldığı haberi erkeklere, erkeklerin arasında bulunarak onlardan aldığı bilgileri kadınlara ulaştırması ön planda tutulduğunda toplumu ifsad etme hususunda dikkatli olunması gerektiğine işaret edilir.

## Sonuç

Sosyal medyanın da katkıda bulunduğu popüler kültürde cinsiyet, cinsiyet kimliği ve cinsel yönelim gibi birçok konuda insanların zihinleri karışık durumdadır.

Anakronik bir okuma yapmamak kaydıyla günümüzde transseksüel, travesti, interseks gibi kavramlara baktığımızda göreceli/izafi açıklamalarla karşı karşıya kaldığımız durumlar söz konusuysen tıbbî ve teknik gelişmelerden yoksun bir dönemde özellikle muhanneş/müteraccile kavramları hakkında fukaha tarafından birbirlerinden farklı tanım ve nitelendirmelerin normal karşılanması gerektiği kanaatindeyiz. Nitekim erkek ve kadın anatomisindeki farklı durumlar doğal olarak farklı nitelendirmeleri beraberinde getirmiştir. Bu girift/karmaşık yapı geçmişe nazaran daha net bilgiler ışığında gelişim sağlasa da yeri geldiğinde yine çok net bilgilerin olmadığı durumlar mevcuttur.

Akışkan cinsiyeti savunan kimselerin temel argümanı, insanın biyolojik/anatomik olarak kadın ve erkekte müteşekkil olmadığıdır. Ancak bu görüşü savunanlar biyolojik/anatomik yönden bunu ispat etmek yerine toplumsal, sosyal ve kültürel açıdan konuya yaklaşarak ikili olmayan bir cinsiyetin mümkün olabileceğini ileri sürerler.

Fikhî açıdan bakıldığında ise hünsa olan kimselerde cinsel gelişim bozukluğu, eşcinsel/livata ekseninde baktığımızda hürmet/yasaklama, transseksüel/travesti olan kimselerde ise iradi tercih söz konusu olup fitratı değiştirme, kendilerini savunacak maslahat yokluğu ve topluma yanlış rol model olunma-

66 es-Serahsî, *el-Mebsût*, 9/45.

67 es-Serahsî, *el-Mebsût*, 10/158, 16/131; Ebu'l-Hasen Ali b. Ebûbekr el-Ferğânî el-Merğînânî (ö. 593/1197), *el-Hidâye fî Şerhi Bidâyeti'l-Mubtedî*, nşr. Tallâl Yûsuf, (Beyrut: Dâru İhyâ'it-Turâsî'l-Arabî, ty.), 3/122; İbn Mâze, *el-Muhîtu'l-Burhânî*, 5/338; el-Bâbertî, *el-İnâye*, 10/37; Ebûbekir b. Ali b. Muhammed el-Yemenî el-Haddâdî el-Hanefî (ö. 800/1398), *el-Cevheretu'n-Neyyira 'alâ Muhtasari'l-Kudûri*, (by: el-Matba'atu'l-Hayriyye, 1322), 2/230; İbn Nuceym, *el-Bahru'r-Râik*, 8/222.

68 es-Serahsî, *el-Mebsût*, 24/36; Heytemî, *Tuhfetu'l-Muhtâc*, 9/178.

69 İbn Teymiyye, *Mecmû'u'l-Fetâvâ*, 15/322.

70 İbn Teymiyye, *Mecmû'u'l-Fetâvâ*, 15/310.

sı yönleriyle değerlendirilerek sedd-i zeraî ilkesince yasaklama söz konusudur. transseksüel ve travesti cinsel kimliği ile ön plana çıkan bireylerde cinsel gelişim bozukluğu ile cinsiyet hoşnutsuzluğu arasındaki gidip gelen muallak durumu, fukahanın gayri iradi ve kesbi şeklindeki yaklaşımı ile daha berrak hale getirebilir kanaatindeyiz. Hünsa ve gayri iradi/genetik/yaratılıştan gelen cinsel gelişim bozuklukları dışındaki durumların fikhî açıdan tölere edilebilir tarafı bulunmamaktadır. Müteraccile ve muhanneslik için ise hünsayı da kapsayan bir olgudan söz edilebilir. Müteraccile ve muhanneste iradi bir tercih var ise bu da cinsel sapma ve cinsel kimlik bozukluğu kabul edilir. Ancak biyolojik/yaratılış gereği bir cinsel eğilim varsa kanaatimizce burada onları diğerleriyle aynı kategoride değerlendirmek her zaman uygun olmaz. Konu, din ve tıp uzmanlarından oluşacak disiplinlerarası çalışmalara havale edilerek detaylı, güvenilir ve kaliteli sonuçlara ulaşılabilir. Konuya yaklaşım farklı perspektiflerden olursa daha mütekmil bir sonuç ortaya çıkacağı kanısındayız. Diğer taraftan üçüncü cinsiyet, akışkan cinsiyet veya cinsiyetsizlik tercihi gibi kavramların fikhî boyutta bir karşılığı bulunmamakla birlikte bunların daha çok toplumsal kimlik şemsiyesi altında bireye ve topluma yarar getirmeyen aksine bireyi ve toplumu ifsat eden yaklaşımlar olarak görmek mümkündür.

Akışkan cinsiyet söylemi, zarurât-ı hamse/dinin zaruri gördüğü, korunması gereken beş temel değerden biri olan neslin muhafazasını ve aile kurumunun bekasının tehlikeye atılmasına, toplumda haz peşinde koşan kimselere fırsat verip toplumda onarılmaz yaralar açılmasına sebep olacaktır. Konuya ilişkin dinî, sosyo-kültürel ve tıbbî çözüm yolları aranması gerekir. Yaratılıştan gelmeyen daha sonra özentî, sosyal öğrenme, etkilenme vs. gibi faktörlerle cinsiyet farklılığına girme, savunma ve yayılmasını sağlamak gibi durumlar için devlet, toplum ve birey bazında gerekli tedbirlerin alınması gerekir. Toplumda var olan gayri ihtiyari oluşan muhannes ve müteraccile şahısların veya doğuştan hünsa kişilerin de uygun şekilde hayatlarını devam ettirebilecekleri ya da tedavi olabilecekleri ortamların hazırlanması, bunların toplum tarafından dışlanmayarak, mümkünse tıbbî ve psikolojik tedavi imkanları sağlanarak kötü, gayri meşru yollara düşmelerine (fuhuş, uyuşturucu vb.) engel olunmasının çareleri aranmalıdır. Özellikle dinî açıdan İslam hukukunun maslahat ve sedd-i zeraî gibi ilkelerince önlem alınması gerekir. Bu hususta Hz. Peygamber'in uygulamaları ve konu özelinde oluşan hukukî ve örfî birikim kullanılarak çağın getirdiği konjonktür bağlamında birtakım müeyyideler uygulanabilir. Devlet mekanizmalarının, çocuk ve gençlerin gelişimini olumsuz etkileyen faktörlere karşı, toplumun menfaatine olabilecek şekilde, aşırı baskı ve sansüre de varmayacak tarzda güvenli internet ortamının sağlanması, RTÜK gibi kurumların denetim mekanizmasını mezkur durumlarda en üst seviyeye çıkarılması ve sosyal medyaya yönelik çeşitli düzenlemeler yapması görevleri arasındadır.

## Kaynakça

- Abdurrahman el-Makdisî, Ebu'l-Ferec Abdurrahman b. Muhammed b. Ahmed el-Hanbelî (ö. 682/1283), *eş-Şerhu'l-Kebîr 'alâ Metni'l-Mukni'*. Beyrut: Dâru'l-Kitâbi'l-Arabî.
- Abdurrahmân Şeyhîzâde, Abdurrahmân b. Muhammed b. Suleymân Dâmâd Efendî (ö. 1078/1667), *Mecma'u'l-'Enhur fî Şerhi Multeka'l-Ebhur*. 2 cilt. Beyrut: Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabî.
- Âmirî, Yahyâ b. Ebî Bekr b. Muhammed b. Yahyâ el-Hardî (ö. 893/1488), *Behcetü'l-Mehâfil ve Buğyetü'l-Emâsil*, 2 cilt. Beyrut: Dâru Sâdir.
- el-Bâbertî, Ebû Abdullâh Muhammed b. Muhammed b. Mahmûd (ö. 786/1384), *el-Înâye fî Şerhi'l-Hidâye*, 10 cilt. Beyrut: Dâru'l-Fikr.
- Bedruddîn el-'Aynî, Ebû Muhammed Mahmûd b. Ahmed (ö. 855/1451), *'Umdetu'l-Kâri Şerhu Sahîhi'l-Buhârî*, 25 cilt.I-XXV, Dâru İhyâ'i't-Turâsi'l-Arabî, Beyrût, XXII.
- Belâzurî, Ahmed b. Yahyâ b. Câbir (ö. 279/893), *Ensâbu'l-Eşraf*, nşr. Suheyl Zekkâr, Riyâd ez-Ziriklî, 13 cilt. Beyrut: Dâru'l-Fikr, 1996.
- el-Buhârî, Ebû Abdullâh Muhammed b. İsmâ'il (ö. 256/870), *el-Câmi'u'l-Musnedu's-Sahîhu'l-Muhtasar*, nşr. Muhammed Zuheyr en-Nâsır, 9 cilt. Beyrut: Dâru Tavki'n-Necât, 1422.
- Cereci, Sedat, *Sosyal Medya*, İstanbul: Onto Yayıncılık, 2019.
- Çeker, Orhan, "Hünsâ" *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* 28/491-492. İstanbul: TDV Yayınları, 1997.
- Çekin, Murat Dinçer, *Bedene Yapılan Müdahaleler: Tarihi ve Sosyal Arkaplan*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açından Bedene Müdahaleler, İstanbul: İsar Yayınları, 2020.
- Çınar, Büşra, A Performative View of Gender Roles: Judith Butler, *"International Journal of Media Culture and Literature"* 1/1 (2015).
- Duman, Hilal, İslâm Hukukunda Hünsâ, *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6/1 (2002).
- Ebû Bekr İbnu'l-Arabî, Ebû Bekr Muhammed b. Abdullâh b. el-Arabî el-İşbilî (ö. 543/1149), *el-Mesâlik fî Şerhi Muvatta'i Malik*, 8 cilt. 2007.
- Ercan, Said, *Dijitalizm*, İstanbul: Motto Yayınları, 2020.
- Erdoğan, Mehmet, *Fıkıh ve Hukuk Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: Rağbet Yayınları, 1998.
- Ersöz, Betül - Özmen, Mehmet, "Dijitalleşme ve Bilim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri", *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi* 11/42 (Mayıs 2020).
- Ertin, Hakan, - Az, Adem, *DSD (Hermafroditizm) Olguları Üzerinden Etik Tartışmalar ve Cinsellik Etiği*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açından Bedene Müdahaleler, İstanbul: İsar Yayınları, 2020.
- Ezherî, Ebû Mansûr Muhammed b. Ahmed b. el-Herevî (ö. 370/981), *Tehzibu'l-Luğa*, nşr. Muhammed Avd Mir'ab, 8 cilt. Beyrut: Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabî, 2001.

- Ferğânî, Hasen b. Mansûr el-Ûzcendi (ö. 592/1196), Fetavâ Kâđîhân.
- Haddâdî, Ebûbekir b. Alî b. Muhammed el-Yemenî el-Hanefî (ö. 800/1398), *el-Cevheretu'n-Neyyira 'alâ Muhtasari'l-Kudûri*, 2 cilt. el-Matba'atu'l-Hayriyye, 1322.
- Hakîm et-Tirmizî, Ebû'Abdullâh Muhammed b. Alî (ö. 320/932), *el-Menhiyyât*, nşr. Muhammed Osmân el-Huş, Kahire: Mektebetu'l-Kur'ân, 1986.
- Hines, Sally, *Toplumsal Cinsiyet Akışkan mıdır*, çev. Özge Çağlar Aksoy, İstanbul: Hep Kitap, 2019.
- İbn Battâl, Ebû el-Hasan Alî b. Halef b. Abdulmelik İbn Battâl (ö. 449/1057), *Şerhu Sahîhi'l-Buhârî*, nşr. Ebû Temîm Yâsir b. İbrâhîm, 10 cilt. Riyâd: Mektebetu'r-Ruşd, 2003.
- İbn Dureyd, Ebû Bekr Muhammed b. el-Hasen b. Dureyd el-Ezdi (ö. 321/933), *Cemheretu'l-Luğâ*, nşr. Remzî Munîr Ba'lebekki, 3 cilt. Beyrut: Dâru'l-İlm li'l-Melâyîn, 1987.
- İbn Ebî Tağlib, Abdulkâdir b. Omer b. Abdulkâdir b. Omer b. Ebî Tağlib eş-Şeybânî (ö. 1135/1723), *Neylu'l-Me'ârib bi Şerhi Delîli't-Tâlib*, nşr. Muhammed Suleymân Abdullâh el-Eşkar, 2 cilt. Mektebetu'l-Fellâh, 1983.
- İbn Hacer el-Askalânî, Ebu'l-Fadl Ahmed b. Ali el-Askalânî (ö. 852/1448) *Fethu'l-Bârî Şerhu Sahîh el-Buhârî*, nşr. Muhibuddîn el-Hatîb, 13 cilt. Beyrut: Daru'l-Marife, 1959.
- İbn Hacer el-Heytemî, Ebu'l-Abbâs Ahmed b. Muhammed b. Alî İbn Hacer el-Heytemî (ö. 974/1566), *Tuhfetu'l-Muhtâc fi Şerhi'l-Minhâc*, 10 cilt. el-Mektebetu't-Ticâriyye, 1983.
- İbn Hazm, Ebû Muhammed Alî b. Ahmed el-Endelûsî (ö. 456/1064), *el-Muhallâ bi'l-Âşâr*, nşr. Abdulğaffâr Suleyman el-Bundârî, 12 cilt. Beyrut: Dâru'l-Fikr, 2002.
- İbn Manzûr, Ebû'l-Fadl Muhammed b. Mukerrem b. Alî Cemâluddîn b. Manzûr er-Ruvefyî'î (ö. 711/1311), *Lisân'l-Arab*, 25 cilt. Beyrut: Dâru Sâdir, 1993.
- İbn Mâze, Ebu'l-Me'âlî Mahmûd b. Ahmed b. Abdulaziz b. Omar b. Mâze el-Hanefî (ö. 616/1219), *el-Muhîtu'l-Burhânî fi'l-Fikhi'n-Nu'mânî*, nşr. Abdulkerîm Sâmi el-Cundî, 9 cilt. Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 2004.
- İbn Nuceym, Zeynuddîn b. İbrâhîm b. Muhammed el-Mısri (ö. 970/1563), *el-Bahru'r-Râik Şerhu Kenzi'd-Dakâik ve Minhâtu'l-Hâlik ve Tekmiletu't-Tûri*, 8 cilt. Beyrut: Dâru'l-Kitâbi'l-İslâmî.
- İbn Teymiyye, Ebû'l-Abbâs Ahmed b. Abdulhalîm el-Harrânî (ö. 728/1328), *Mecmû'u'l-Fetâvâ - İbn Teymiyye*, nşr. Abdurrahman b. Muhammed b. Kâsım, Medine: Mecme'u'l-Melik Fehd, 1995.
- İbnu'l-Cevzî, Ebu'l-Ferec Abdurrahmân b. Alî (ö. 597/1201), *el-Muntazam fi Târîhi'l-Mulûk ve'l-'Umem*, nşr. Muhammed Abdulkâdir Atâ, Mustafâ Abdulkâdir Atâ, 19 cilt. Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 1992.
- İbnu'l-Humâm, Kemâluddîn Muhammed b. Abdulvahid b. Abdilhamîd b. es-Sivâsî (ö. 861/1457), *Fethu'l-Kadir*, 10 cilt. Dâru'l-Fikr.



- İshâk el-Kevsec, Ebû Ya'kûb İshâk b. Mansûr b. Behrâm el-Mervezî (ö. 251/865), *Mesâilu'l-İmâm Ahmed ve İshâk b. Râheveyh*, 9 cilt. Medine: İmâdetu'l-Bahşi'l-İlmî, 2002.
- Kâdî 'İyâd, Ebû'l-Fadl 'İyâd b. Mûsâ el-Yahsubî (ö. 544/1150), *İkmâlu'l-Mu'lim bi Fevâ'idî'l-Muslim*, nşr. Yahyâ İsmâ'îl, 8 cilt. 1998.
- Kaynak, Bağdat Deniz, "Cinsel İçerikli Yayınların Ergenler Üzerindeki Etkileri ve Bazı Müdahale Yöntemleri", *Nesne Psikoloji Dergisi (NPD)*, 5/10 (2017), 265-281.
- Komisyon, *Dinî Kavramlar Sözlüğü*, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2010.
- Maden, Azize, *Postmodern Bağlamda Netflix'te LGBTIQ+ Söylemleri*, İstanbul: İbn Haldun Üniversitesi, Lisans Eğitimi Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Mâverdi, Ebû'l-Hasen Alî b. Muhammed el-Basrî (ö. 450/1058), *el-Hâvî'l-Kebîr fî Fikhi Mezhebi'l-İmâmîş-Şâfi'î*, nşr. Alî Muhammed Me'ûd, Âdil Ahmed Abdulmevcûd, 19 cilt. Beyrut: Dâru'l-Kutubil-İlmiyye, 1999.
- Mergînânî, Ebu'l-Hasen Alî b. Ebûbekr el-Ferğânî (ö. 593/1197), *el-Hidâye fî Şerhi Bidâyeti'l-Mubtedî*, nşr. Tallâl Yûsuf, 4 cilt. Beyrut: Dâru İhyâ'it-Turâsî'l-Arabî.
- Nevevî, Ebû Zekeriyâ Muhyiddîn Yahyâ b. Şeref (ö. 676/1278), *Şerhu'n-Nevevî 'alâ Muslim*, 18 cilt. Beyrut: Dâru İhyâ'it-Turâsî'l-Arabî, 1972.
- Nevevî, *el-Mecmu' Şerhu'l-Muhezzeb*, Beyrut: Dâru Âlemi'l-Kitâb, 2003.
- Orhan, Alev, "Sosyal Medyanın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri", *Elektronik Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1/1 (2002).
- Özay, Hilal, "İslâm Hukuku Açısından Cinsiyet Değiştirme", *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4/1 (2016).
- Özbey, Hüseyin, *Cinsel Gelişim Sorunları: Küçük Hastalar, Büyük Kararlar*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açından Bedene Müdahaleler, İstanbul: İsar Yayınları, 2020.
- Râğîb el-İsfehânî, Ebû'l-Kâsım el-Huseyn b. Muhammed (ö. 502/1109), *et-Tefsîr*, 2 cilt. Mekke: Câmi'atu Ummi'l-Ğurâ, 2003.
- Sandıkçı, Tuncay,-Kara, Hayrettin, *Cinsiyet Hoşnutsuzluğu: Terminoloji ve Psiyatrik Yaklaşımın İncelenmesi*, Tıbbi, Dini ve Hukuki Açından Bedene Müdahaleler, İstanbul: İsar Yayınları, 2020.
- Serahsî, Muhammed b. Ahmed b. Ebî Sehl Şemsü'l-Eimme (ö. 483/1090), *el-Mebsût*, nşr. Halîl Muhyiddîn el-Meyyis, 30 cilt. Beyrût, 1993.
- Tirmizî, Ebû Abdullâh Muhammed b. Alî Hakîm (ö. 320/932), *Sünenü't-Tirmizî*, Beyrut: Dâru'l-Garbi'l-İslâmî, 1998.
- Tirmizî, *el-Menhiyyât*, nşr. Muhammed Oşmân el-Huş, Kahire: Mektebetu'l-Kur'ân, 1986.

**Elektronik Kaynaklar:**

- Advocate, “What Does Tilda Swinton When She Says She’s Queer?”. Erişim 19 Eylül 2021. <https://www.advocate.com>
- Archer, “Archer Asks: Q And A With JD Samson”. Erişim 19 Eylül 2021. <http://archermagazine.com.au>
- Babel, “Swedish ‘Hen’ Is Here To Stay: The Success of A Made-Up Gender-Neutral Pronoun”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.babel.com>
- BBC, “Sweden’s ‘Gender-Neutral’ Pre-school” Erişim 21 Eylül 2021. <https://www.bbc.com>
- BBC, “İran: Eşcinseller Cinsiyet Değiştirmeye Zorlanıyor”. Erişim 12 Eylül 2021. <https://www.bbc.com/turkce>
- Bianet, “Yeni Superman, Jon Kent, Biseksüel Olduğunu Açıklıyor”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://m.bianet.org>
- Cambridge Dictionary, “Cisgender”. Erişim 22 Eylül 2021. <https://dictionary.cambridge.org>
- Columbia University, “Map of Gender-Neutral Restrooms at Morningside Campus”. Erişim 14 Eylül 2021. <https://www.facilities.columbia.edu>
- Cumhuriyet Gazetesi, “Superman: Çizgi Roman Devi DC Comics Yeni Superman Karakterinin Biseksüel Olduğunu Duyurdu”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.cumhuriyet.com.tr>
- EL UNIVERSAL, “Transgender in Latin America”. Erişim 12 Eylül 2021. <https://interactivo.eluniversal.com>
- Encyclopedia Britannica, “Genderquerr”. Erişim 22 Eylül 2021. <https://www.britannica.com>
- Encyclopedia Britannica, “Transgender”. Erişim 12 Eylül 2021. <https://www.britannica.com>
- Euronews, “İran: Eşcinsellik Yasak, Cinsiyet Değiştirmek Devlet Destekli”. Erişim 12 Eylül 2021. <https://tr.euronews.com>
- Euronews, “Alman Aşırı Sağcıların ‘İnsan İdrakine Aykırı’ Bulduğu Üçüncü Cins Yasası Yürürlükte”. Erişim 20 Eylül 2021. <https://tr.euronews.com>
- Filmloverss, “Sinemada Akışkan Cinsiyetliliğin Kraliçesi: Tilda Swinton”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://filmloverss.com>
- Frontiers, “Are New Gender-Neutral Pronoun Difficult to Process in Reading? The Case of Hen in Swedish”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.frontiersin.org>
- GMAG, “DC’nin Yeni Non Binary Flash’ı ile Tanışın!”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://gmag.com.tr>
- Hürriyet Gazetesi, “ODTÜ’den ‘Cinsiyetsiz Tuvalet’ Açıklaması”. Erişim 14 Eylül 2021. <https://www.hurriyet.com.tr>
- KAOSGL, “Boğaziçi’nde Kazanım: İlk Cinsiyetsiz Tuvaletler Açıldı”. Erişim 14 Eylül 2021. <https://kaosgl.org>
- KAOSGL, “Genderqueer Kişiler İçin Cinsel Yönelim”. Erişim 22 Eylül 2021. <https://kaosgl.org>

- Medya Radar, “Bayanlar ve Baylar’ Anonsu Tarihe Karışıyor”. Erişim 21 Eylül 2021. <https://www.medyaradar.com>
- Merriam-Webster, “Cisgender”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.merriam-webster.com>
- Merriam-Webster, “Genderquerr”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.merriam-webster.com>
- Merriam-Webster, “Transgender”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.merriam-webster.com>
- Milli Gazete, “Biyolojik Olarak Üçüncü Bir Cinsiyet Yok”. Erişim 29 Eylül 2021. <https://www.milligazete.com.tr>
- Mygwork, “Non-Binary Legal Recognition Too ‘Complex’ To Introduce, UK Government Confirms”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.mygwork.com>
- National LGBTQ Task Force, “Argentina Becomes The World’s Most Friendly Country”. Erişim 12 Eylül 2021. <https://www.thetaskforce.org>
- NBC News, “‘Gender-Fluid’ Among Recent Edditions to Oxford English Dictionary”. Erişim 21 Eylül 2021. <https://www.nbcnews.com>
- NPR, “He, She Or Hen? Sweden’s New Gender-Neutral Pronoun”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.npr.org>
- Outright Action International, “Terminology Surrounding Gender Identity And Expression”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://outrightinternational.org>
- Oxford Learne’s Dictionaries, “Gender-fluid”. Erişim 21 Eylül 2021. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
- People, “Tilda Swinton Says She “Always Felt” She Was Queer: I Was Just Looking For My Queer Circus”. Erişim 19 Eylül 2021. <https://people.com>
- SKD Türkiye, “Japon Havayolları’ndan Cinsiyet Ayrımına Son”. Erişim 21 Eylül 2021. <http://www.skdturkiye.org>
- SP News Agency, “What Is Gender-Fluid Pronouns”. Erişim 20 Eylül 2021. <https://spnewsagency.com>
- Stylus, “Mattel’s Gender-Fluid Doll Embraces Flexi-Identities”. Erişim 18 Eylül 2021. <https://www.stylus.com>
- Tabu Kamu, “Cinsel Kimlik”. Erişim 10 Eylül 2021. <https://www.tabukamu.com>
- The New York Style Magazine, “The Lowdown JD Samson”. 19 Eylül 2021. <https://tmagazine.blogs.nytimes.com>
- The New York Times, “In Sweden’s Preschools, Boys Learn to Dance and Girls Learn to Yell”. Erişim 21 Eylül 2021. <https://www.nytimes.com>
- The United Kingdom Legislation, “Gender Recognition Act 2004”. Erişim 7 Aralık 2021. <https://www.legislation.gov.uk>
- The United Kingdom Parliament, “Transgender Equality”. Erişim 13 Eylül 2021. <https://publications.parliament.uk>
- The University of Aucland, “Gender-Neutral Toilets On Campus”. Erişim 14 Eylül 2021. <https://www.auckland.ac>

The University of Edinburgh, “Gender Neutral Toilets”. Erişim 14 Eylül 2021. <https://www.ed.ac.uk>

TIME, “The Transgender Tipping Point”. Erişim 9 Eylül 2021. <https://time.com>

University of Bristol, “Transgender Rights in The United Kingdom And Ireland”. Erişim 12 Eylül 2021. <https://legalresearch.blogs.bris.ac.uk>

Upsu, “All Inclusive, Gender-Neutral Toilets On Your University Campus”. Erişim 14 Eylül 2021. <https://www.upsu.com>

Üsküdar Üniversitesi, “Biyolojik Olarak Üçüncü Bir Cinsiyet Yok”. Erişim 29 Eylül 2021. <https://uskudar.edu.tr>

# Gençlerin Dini Bilgi Edinmesinde İnternetin Rolü<sup>1\*</sup>

Zehra Gelici<sup>2</sup>

## Özet

Türkiye, pek çok ülkeyle kıyaslandığında oldukça genç bir nüfusa sahiptir. “Z Kuşağı” olarak tanımlanan bu nüfusun sosyolojik araştırmalarda ortaya konduğu üzere kendine has bazı olumlu ve olumsuz özellikleri mevcuttur. Kendinden emin, öz güveni yüksek, hoşgörülü, çalışmayı seven, tutumlu, güncel konuları takip eden, özellikle yeni konu ve kavramları merak edip araştırmayı seven kişiler olarak nitelendirilen bu kuşak, teknolojinin içinde doğup büyüdüğü için kendi kendini eğitmeyi bilmekte ve bilgiye nasıl ulaşacağı konusunda sorun yaşamamaktadır. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki, gençlerin %50’si YouTube ve sosyal medyayı derslerinde veya araştırmalarında kullanmaktadır. Bu araştırmanın konusu, gençlerin dini konularda bilgi sahibi olmak ya da meraklarını gidermek için internete ne kadar yöneldikleridir. Araştırmanın amacı, gençlerin dini bilgi edinmede nasıl bir yol izledikleri ve özellikle hangi konularda araştırma yaptıklarını tespit etmek, ulaştıkları kaynakların güvenilirliği bağlamında yorumlamalarda bulunmak ve öneriler sunabilmektir. Bu çalışma nitel bir araştırmadır ve durum çalışması olarak desenlenmiştir. Araştırma verileri, literatür taraması ve yarı yapılandırılmış mülakat yoluyla toplanmıştır. Mülakatlar, Pendik ilçesindeki lise öğrencileri arasında kartopu yöntemiyle seçilmiş ve bir görüşme formu oluşturulmuştur. 17 yaşlarında 6 lise öğrencisi araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Görüşmelerden elde edilen nitel veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmanın neticesinde gençlerin en çok araştırdıkları konuların itikadi konular olduğu ve her konuda olduğu gibi dini konularda da başvurdukları ilk merciin internet olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Din Eğitimi, Gençlik, Dini Bilgi, Dijital Araçlar, İnternet.

- 
- 1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*’nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.
  - 2 Dr., Diyanet İşleri Başkanlığı. zehra3772@gmail.com / orcid.org/0000-0002-0622-5062

## The Role of Internet in Acquiring Religious Knowledge of Young People

### Abstract

Compared to many countries, Turkey has a very young population. This population, which is defined as “Generation Z”, has some unique positive and negative features as revealed in sociological researches. This generation, which is characterized as self-confident, self-confident, tolerant, loving to work, thrifty, following current issues, especially curious and interested in researching new topics and concepts, knows how to train themselves and does not have any problems in accessing information because they were born and grew up in technology. . Research shows that 50% of young people use YouTube and social media in their lessons or research. The subject of this research is how much young people turn to the internet to have information about religious issues or to satisfy their curiosity. The aim of the research is to determine the way young people follow in obtaining religious knowledge and especially on what subjects they do research, to make interpretations in the context of the reliability of the sources they reach and to offer suggestions. This study is a qualitative research and was designed as a case study. Research data were collected through literature review and semi-structured interview. Interviews were selected by snowball method among high school students in Pendik district and an interview form was created. Six high school students aged 17 constitute the study group of the research. Qualitative data obtained from the interviews were subjected to content analysis. As a result of the research, it has been determined that the most researched subjects of the youth are the issues of faith and the internet is the first authority they apply to in religious matters as in every other subject.

**Keywords:** Religious Education, Youth, Religious knowledge, Digital tools, Internet.

## Giriş

Avrupa'nın en genç nüfusuna sahip olan ülkemizde 2020 TÜİK verilerine göre Türkiye nüfusunun %15,4'ünü gençler oluşturmaktadır. Hangi yaş aralığının gençlik olarak nitelendirildiği hususunda UNESCO 15-25 yaş aralığını, BM ise 12-24 yaş aralığını genç kabul etmektedir.<sup>3</sup> Türkiye'de ise genel eğilim BM'nin belirlediği yaş aralığının genç sayılması yönündedir. Örneğin Milli Eğitim Bakanlığı'nın gençliğe dair tanımı; "büluğ çağına erme nedeni ile biyopsikolojik bakımdan çocukluğun sonu ile toplum hayatında sorumluluk alma dönemi olan, çocukluk ile genç yetişkinlik arasında kalan, 12-24 yaşları arasındaki grup" şeklindedir.<sup>4</sup> Dolayısıyla bu çalışmada genç ifadesiyle 12-24 yaş arası kastedilmekle birlikte alan araştırmamızda 16- 17 yaşlarındaki gençlerle görüşülmüştür.

Türkiye'de mevcut genç nüfusun %28,6'sını 15-17 yaş aralığı, %19,8'ini 18-19 yaş aralığı, %31,3'ünü 20-22 yaş aralığı ve %20,4'ünü ise 23-24 yaş aralığındakiler oluşturmaktadır. Bu verilere göre, Türkiye genç nüfus bakımından AB ülkeleri ortalamasının oldukça üstünde yer almaktadır.<sup>5</sup> Her ülke için geleceğin teminatı olarak görülen genç nüfus oranının yüksek oluşu ülkemiz için önemli bir avantajdır. Ancak bu nüfusun başta eğitim olmak üzere pek çok alanda iyi yetiştirilmesi ve gençlerin toplum içinde sağlıklı bireyler olarak var olabilmesi beklenen bu faydayı sağlayacaktır.

İnsan yaşamının en güzel, en güçlü ve umutlu dönemi olan gençlik dönemi aynı zamanda kriz ya da bunalım dönemi olarak da adlandırılabilir. Gençliğe geçişle birlikte yaşanan fiziksel ve bilişsel değişimler gencin yaşadığı kriz ve bunalımların temel kaynağıdır. Gençler bir yandan fiziksel görünümünün hızlı değişimiyle yeni görünümüne alışmaya çalışıp kabullenmeye çabalarlarken zihin dünyalarında da çeşitli sorulara cevaplar aramaktadırlar. Bu cevapları ararken de içinde buldukları çevrenin şartlarını en iyi şekilde kullanmaya çalışırlar. Gençler ve çocuklar, gerek kendilerinde gerekse çevrelerinde meydana gelen değişimlere ayak uydurma ve yenilikleri öğrenme konusunda bir önceki nesle göre daha hızlı olduklarından yeni bilgi, davranış ve tutumları öğrenmeye hazırlıklıdırlar.<sup>6</sup> Özellikle hızla değişen ve gelişen teknolojiye hızlı bir şekilde uyum sağlayan gençler, internet gibi teknolojik araçları kafalarını kurcalayan sorunların çözümünde kullanabilmektedirler. Günümüzde iddia edilebilir ki, bilgisayar, tableti ya da telefonu kitap okumaya tercih eden, bilgiye kendi kendine

3 Fulya Gürses - Hasan Basri Gürses, *Dünya'da ve Türkiye'de Gençlik* (İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları,1997), 47.

4 Sekam, *Türkiye Gençlik Raporu Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri ve Beklentileri* (İstanbul, 2013).

5 TÜİK, *İstatistiklerle Gençlik, 2020*

6 Adnan Kulaksızoğlu, "Gençlik Çağı ve Ülkemizde Gençlik Sorunları", *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (1990), 133.

ulaşmaya çalışan, özgüveni yüksek, araştırmacı, hızı seven ve hızlı yaşayan<sup>7</sup> bir gençlikle karşı karşıya kalınmaktadır.

Psikolojide “dini uyanış” veya “dini gelişim çağı” olarak da tarif edilen gençlik döneminde soyut düşünmenin gelişmesi ile beraber gençlerde entelektüel ilginin farklılaştığı bilinmektedir. Bu evrede başta dini konular olmak üzere entelektüel bir açlık yaşanmaktadır. Bu sebeple gençlik döneminde entelektüel ve ahlaki faaliyetler zirve yapmaktadır. Özellikle din ve ahlâk gelişimi itibariyle çocuk, yaklaşık 12 yaşlarında dini anlamaya ve ona yakın ilgi göstermeye başlar. Bu yaşlardan itibaren din bilinçli bir şekilde anlaşılma, benimsenme ve ergen tarafından içselleştirilmektedir.<sup>8</sup>

Çocukluk döneminde aileden geleneksel olarak öğrenilen ve yetişkinlerin otorite ve anlayışını esas alarak oluşan din algısı, ergenlik dönemindeki fiziki ve bilişsel gelişmelere paralel olarak yeniden şekillenir. Bu dönemde soyut düşünmenin gelişmesi, okul, çevre ve edinilen tecrübelerin katkısıyla ergen, çevresindeki olayları anlama, problemleri tahlil etme ve üst seviyede genellemeler yapma yeteneğini kazanır. Genç, buluş ile başlayan ergenlik döneminde, akıl ve kavrama gücü bakımından, dini ve dünyevi sorumlulukları kabul edebilecek asgari olgunluğa sahip olmaktadır. Kişi, ergenliğe girmekle beraber içinde bulunduğu fiziki, sosyal-kültürel çevresi hakkında bilgi toplamaya, akıl-kavrama gücüyle fikirler geliştirmeye, mevcut görüş ve kanaatleri kabul ya da reddetmeye başlamaktadır. Bu dönemde kişi, bilgiyle bir obje olarak doğrudan ve aktif olarak ilişkiye girmektedir. Bu durum, ergenlerin dine olan ilgisinin artmasına, dini duygularının yeniden canlanmasına imkân hazırlar.<sup>9</sup>

Gençlik döneminde kişi yavaş yavaş kendisiyle beraber hayatı da tanıma ve anlamlandırma arzusu taşımakta, böylece kimliğini inşa etmektedir. Bunun için genç “ben kimim, nerden geldim, niçin varım, sonra ne olacağım?” vb. soruları sormakta ve bunlara yanıt aramaktadır. Gencin anlam arayışında din; aile, eğitim gibi çevresel faktörlerin etkisiyle kalıcı bir etki bırakabileceği gibi menfi durumlarda bu tesir sönük de olabilmekte ve sonuç olarak genç bazen dine karşı olumsuz bir tavır da takınabilmektedir. Sorularına ve ideal arayışına doyurucu cevaplar bulunmadığında gencin bu dönem ve devam eden sonraki dönemlerde şüphecilik (dini kriz) hadisesi ile karşı karşıya kalabilme ihtimali vardır.<sup>10</sup> Bu kriz din eğitiminin ihtiyaçları karşılayamaması ve eğitimcilerin yetersiz olması

7 Serkan Savaş- Süleyman Karataş, “Z Kuşağı Öğrencilerini Tanımak”, *Eğitim Araştırmaları*, (İstanbul: Eğitim Yöneticileri ve Uzmanları Derneği, 2019), 232.

8 Muhammet Muhdi Gündüz, “Gelişim Özellikleri Doğrultusunda Gençliğin Din Eğitimi”, *e-Şarkiyat İlmî Araştırmalar Dergisi*, 12/ 4 (2020), 1101.

9 Gündüz, “Gelişim Özellikleri”, 1101.

10 Mehmet Bayyığıt, *Üniversite Gençliğinin Dini İnanç Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma* (Bursa: Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 1989), 73.



gibi nedenlerle çözülemediğinde derinleşerek gençlerin inançsız yetişmesine neden olabilmektedir. Sonuç olarak gencin dine karşı olumlu ya da olumsuz tavrını belirlemede aile yapısı, anne babanın dini yaşantısı, dini pratiklere olan ilgi ve tutumu, rol model aldığı kişiler büyük oranda etkili olmaktadır. Ayrıca dinî şuurun uyanışıyla gencin kendisi ile ilgili “ben kimim, neyim, niçin varım, neden varım, daha sonra ne olacağım?” sorularına verilen tatminkâr yanıtların kimliğin inşa edilmesini doğrudan etkilediği söylenebilir.

Bağımsız olma güdüsünün etkisiyle gencin ana-baba ile ilişkileri çatışmalı bir hal alınca onlara itaati emreden din ile bağımsızlık duygusu arasında kararsızlık yaşayabilir. Bu durumda genç, ana-babanın yanı sıra her türlü otoriteyi reddetmeye yönelir. Gençlerin bu sorgulama ve reddetmesinden din de nasibini almakta, gençler dinle ilgili sorular sormakta ve yer yer ondan şüphe etmeye başlamaktadır. Dolayısıyla bu döneminin dini açıdan bir “bunalım” dönemi olduğu ifade edilmektedir.<sup>11</sup>

Gençler, bu bunalım dönemlerinde kafalarında oluşan soruların cevaplarını aramak için pek çok farklı kaynağa başvurabilmektedir. Din ve insanların birbirleriyle iletişim sağlayabilmeleri için ortaya çıkan medya ve iletişim araçlarını da bu kaynaklar arasında saymak mümkündür. Günümüzde din ve medya arasında sıkı bir ilişki vardır. Bu ilişki hem dinin medyayı hem de medyanın dini etkilemesiyle gerçekleşmekte yani çift taraflı bir etkileşim yaşanmaktadır.

Medya pek çok dini meselenin önemli bilgi kaynaklarından biridir. Günümüzde kitle iletişimi, bazı dini tecrübelerin hem üreticisi hem de dağıtıcısı haline gelmiştir. İnteraktif medya ise, bireysel inançların ifadesi ve dolaşımı için bir platform sağlayıcısı konumundadır. Öte yandan dini bilgi ve tecrübeler popüler medya içeriği doğrultusunda şekillendirilmektedir. Var olan dini semboller, pratikler ve inançlar, medya kurgusunun hammadde olarak kullanılmaktadır. Aynı zamanda kültürel ve sosyal çevre olarak medya, kurumsallaşmış dinlerin pek çok kültürel ve sosyal fonksiyonunu üstlenmekte ve manevi ve ahlaki rehberliğin yanı sıra bir cemaat ve aidiyet duygusu sunmaktadır.<sup>12</sup>

## 1. Araştırmanın Problemi, Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın konusu, gençlik dönemindeki bireylerin özellikle dini konularda kafalarında oluşan sorulara cevap ararken interneti ne sıklıkla kullandıkları ve bu alanda elde ettikleri bilgilere itibar edip etmedikleri ve internet ortamında okudukları dini içeriğin kendileri üzerinde nasıl bir tesir yarattığıdır.

11 Hökelekli, *Din Psikolojisi* (Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2008), 270.

12 Metin Eken, “Modern Görsel Kültür Bağlamında Medyatik Din Olgusu”, *Dijitalleşen Din*, ed. Mete Çamdereli vd. (İstanbul, Köprü Kitapları, Nisan 2015), 426- 427.

Bu bağlamda 6 katılımcı ile yapılan görüşmelerde yarı yapılandırılmış mülakat formu kullanılarak görüşleri alınmıştır. Bu görüşler üzerinde betimleyici analiz yapılarak belirli temalar oluşturulmuş ve içerik analizi yöntemiyle değerlendirmeler yapılmıştır.

Gençlerin dini konulardaki sorularına sağlıklı cevaplar bulabilmesi gençlik döneminin gereği olan kimlik bunalımını güvenle atlatabilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu süreçte sorularına tatmin edici cevaplar bulamayan gençler maalesef dinden uzaklaşmakta ya da kendisi için tehlikeli sayılabilecek akımların etkisine girebilmektedir. Bu durum bazı psikolojik ve sosyolojik sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sebepten gençlerin dini konulardaki sorularına cevapları nerede ve nasıl bulacakları bilgi edinmekle ve farkında olmakla bir anlam kazanacaktır. Araştırmada amaç, gençlerin dini konulardaki sorgulamaları ve bilgiye erişimlerini ortaya koymaktır.

## 2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, görüşmelerin daha kolay ve hızlı bir şekilde olmasına yardımcı olacağından İstanbul'un Pendik ilçesinde ikamet eden 6 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Görüşülen gençler, kartopu örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Bu örnekleme yönteminde örneklem oluşturma süreci araştırmanın yapılacağı bireylerden birine ulaşarak başlamaktadır. Bu katılımcıyla yapılan görüşme sonunda o katılımcının önerdiği diğer bireylere, o bireylerle görüşme sonrası da onların önerdiği diğer bireylere ulaşılmaktadır. Böylece katılımcı sayısı artarak süreç devam etmektedir. Bu süreç bir süre sonra belli kişiler üzerine odaklanıp örneklem oluşturmayla sonlanmaktadır.<sup>13</sup>

Nitel çalışmalarda örneklem seçilirken, zengin bilgi sağlayabilecek kişilerden oluşması, örneklemin büyüklüğü yerine örneklemin araştırma için gerekli olan bilgiyi karşılayıp karşılamadığı daha önemli görülmektedir.<sup>14</sup> Dolayısıyla, bu çalışmada örneklem seçiminde olabildiğince en üst düzeyde bilgi sağlayacak kişiler seçilmeye gayret edilmiştir ve dini konularda araştırması ve ilgisi olanlarla görüşmeler yapılmıştır. Bunun için araştırmacı tarafından bu anlamda iyi tanınan bir gençle görüşmeye başlanılmış, sonrasında bu ilk katılımcının iyi tanıdığı kişiyle devam edilmiştir.

Katılımcıların sayısı verilen cevaplar doğrultusunda en son 6 ile sonlandırılmıştır. Örneklem sayısının 6 olarak belirlenmesinin nedeni, katılımcıların cevaplarının bir süreden sonra tekrar etmeye başlaması ile doygunluğun sağlandığı düşüncesidir.

13 Yağmur Koç Başaran "Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5/ 47 (2017), 492.

14 Yvonna S Lincoln - Egon Guba, *Naturalistic Inquiry* (California: Sage Publications, 1985), 233.

**Tablo 1: Katılımcıları Demografik Özellikleri**

Cinsiyet	Katılımcı	%
Erkek	0	0
Kadın	6	100
Toplam	6	100

### 3. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırma yöntemini esas alan bu çalışmada, nitel araştırma yönteminin tercih edilmesinin temel nedeni; çalışmaya katılan kişilerin kendi deneyim, düşünce ve duyguları hakkında derinlemesine bilgi elde edilmek istenmesidir.<sup>15</sup>

Verilerin elde edilmesi, karmaşık kişisel ve duygusal sorunların ortaya çıkarılmasına yardımcı olması, istenilen bilginin eksiksiz olarak ve derinlemesine elde edilebilmesi, alınan cevaplara anında dönüt vermeye imkân sağlaması, değişebilen koşullara uyabilme esnekliğine sahip olması, soruların sayısı ve sırasını değiştirme serbestliği tanınması gibi özelliklerinden dolayı yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle elde edilmiştir.<sup>16</sup> Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilerek derinlemesine görüşme yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan derinlemesine görüşmenin tercih edilmesinin temelinde ise; her bir katılımcının görüşme formunda yer alan soruları cevaplarırken birbirlerinden etkilenmeden, bağımsız olarak cevaplandırmaları yatmaktadır. Böylece, çalışmanın kapsamında yer alan, dini konulara yönelik sorularda, katılımcıların birbirlerinden etkilenmesinin önüne geçilerek, daha güvenilir sonuçlar elde edilmesi amaçlanmıştır.

Derinlemesine görüşme, görüşme yapılan kişilerin düşünceleri, davranışları ve tutumları hakkında detaylı bilgiye ulaşmak istenildiğinde kullanılması faydalı olabilen bir veri toplama yöntemidir.<sup>17</sup> Yapılan derinlemesine görüşmeler sonrası, elde edilen verilerin analizinde, betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Betimsel analizin yanında içerik analizinden faydalanılmasındaki amaç, katılımcıların içerisinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaktır. Betimsel analiz, dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar, betimsel analiz için

15 Atıla Yüksel vd., *Nitel araştırma: Neden, Nasıl, Niçin* (Ankara: Detay Yayıncılık, 2007), 21.

16 Ali Yıldırım - Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005).

17 Carolyn Boyce - Palena Neale, "Conducting In-Depth Interview: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input. Pathfinder International Tool Series, Monitoring and Evaluation-2" (2006), 3.

bir çerçeve oluşturulması, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanmasını içermektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada veriler analiz edilirken, bu aşamalar takip edilmiştir. Bunlara ek olarak, katılımcıların verdiği cevaplar içerik analizine tabi tutulup yorumlanmıştır. Betimsel analizde özetlenerek yorumlanan veriler, içerik analizinde daha derin bir işleme tabi tutulur. Fark edilmeyen kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilebilir.<sup>18</sup>İçerik analizinin amacı, toplanan verilerin içinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaktır. İçerik analizi, tematik analiz ve sıklık analiz gibi uygulamaları içermektedir.<sup>19</sup> Sıklık analizinde, aranan kelime ve temaların hangi sıklıkla tekrar ettiği önem kazanır. Tematik analiz ise, veri seti içerisindeki temaların belirlenip analiz edilmesi ve raporlaştırılması amacı ile kullanılan bir yöntemdir.<sup>20</sup>

#### 4. Bulgular ve Yorumlar

Çalışmanın bu bölümünde araştırma sonucu elde edilen bulgular belirlenen amaçlar doğrultusunda analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan gençlerin dini konularla ilgili sorularına karşılık bulmaya yönelik görüşlerine ait güvenilirlik ve geçerlilik değerleri ile görüşmenin analiz sonuçları verilmiştir. Güvenilirlik ve geçerlilik, nicel araştırmalarda olduğu gibi nitel araştırmalarda da önemli olabilmektedir.<sup>21</sup> Bu çalışmada, güvenilirlik ve geçerlilik ile ilgili gerekli analizler yapılarak çalışmanın güvenilirlik ve geçerliliği analiz edilmeye çalışılmıştır. Güvenilirliğin sağlanabilmesi amacıyla iç güvenilirlik ve dış güvenilirlik analizleri yapılmış araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzdeler tablolar halinde sunulmuştur.

##### 4.1. Temalar

Açık kodlamada elde edilen kodlar bir araya getirilerek alt temalar elde edilmiştir. Daha sonra elde edilen alt temalar gruplandırılıp üst düzey soyutlama gerçekleştirilerek ana eksen kodlar geliştirilmiştir. Eksen kodlardan merkezi ağırlığı bulunan temel kod etrafında seçici kodlama gerçekleştirilmiştir. Seçici kodlama ilgili alt kategorilerin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Aşağıdaki tablo 2’de alt temalar verilmiştir.

18 Yıldırım - Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 227

19 Remzi Altunışık vd., *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2007),286

20 Virginia Braun- Viktoria Clarke, “Using Thematic Analysis in Psychology”, *Qualitative Research in Psychology*, 3/2 (2006).

21 William Lawrence Neuman, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (İstanbul: Yayın Odası, 2012), 276.

**Tablo 2 : Açık kodlamada elde edilen alt temalar**

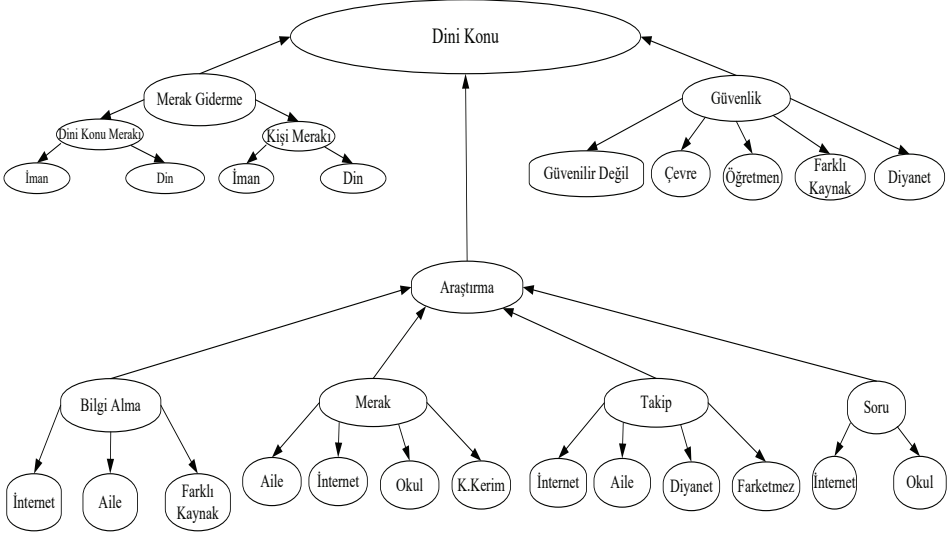
No	Alt Temalar
1	Aile
2	İnternet
3	Okul
4	Kurani Kerim
5	Farklı Kaynak
6	Diyanet
7	Farketmez
8	İman
9	Din
10	Güvenilir Değil
11	Çevre
12	Öğretmen

Seçici kodlama süreci esasında açık kodlama ve eksen kodlamada elde edilen kategorin birleştirilmesini ifade etmektedir. Açık kodlamada elde edilen 12 alt tema birbiriyle ilişkilendirilerek eksen kodlar oluşturulmuştur. Çalışmada, aşağıdaki tabloda sunulduğu üzere 3 ana tema geliştirilmiştir. Daha sonra gerçekleştirilen üst düzey soyutlama işlemi ve hikayeleştirme ile 3 ana temanın yoğunlaştığı merkezi bir kategori belirlenmiştir.

**Tablo 3 : Eksen kodlamada elde edilen ana temalar**

No	Ana temalar
1	Merak Giderme
A	Bilgi alma
B	Takip
C	Soru
2	Araştırma
A	Dini Konu Merakı
B	Kişi Merakı
3	Güvenilirlik

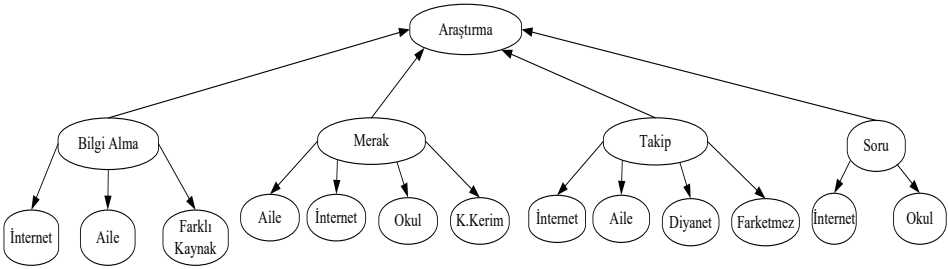
Tüm bu süreç neticesinde elde edilen alt temalar (12 adet) ve ana temalar (3 adet) tespit edilen merkezi kategori etrafında bütünleştirilmiştir. İçerik analizi yöntemiyle oluşturulan merkezi temaya dini konu kavramı sosyolojik olarak tanımlanmıştır.



Şekil 1: Seçici kodlama ile oluşturulan merkezi tema: Dini Konu

#### 4.1.1. Araştırma Teması

Araştırma teması içerisinde “Bilgi Alma”, “Merak”, “Takip” ve “Soru” alt temaları yer almaktadır.

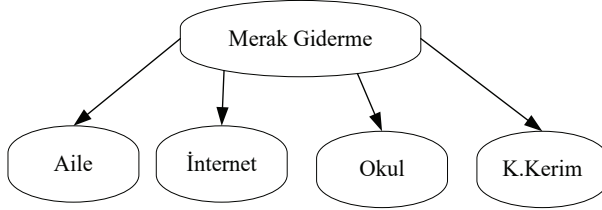


Şekil 2 : Eksen kodlamada elde edilen birinci ana tema: *Araştırma*

Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak dört farklı soru yöneltilmiştir. Bu sorulara verdikleri cevaplarla araştırma teması oluşmuştur.

#### 4.1.1.1. Merak

Merak giderme teması içerisinde “Aile”, “İnternet”, “Okul” ve “K.Kerim” alt temaları yer almaktadır.



Şekil 3: Eksen kodlamada elde edilen Araştırma ana temasının altında yer alan alt tema: Merak Giderme

Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak “Dini konularda herhangi bir şey merak ettiğin zaman merakını nasıl gideriyorsun?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“Babaannem benim ilk bilgi kaynağım. Çünkü bu konularda o çok araştırıyor ve çok şey biliyor. Sonra okulda soruyorum hocama ama genel kaynaklarım büyüklerim. İnterneti çok bu konularda birincil kaynak olarak kullanmıyorum.”(K1)

“Okulumda din dersimde öğretmenime sorarım daha sonra ailemde din konusunda bilgili varsaydığım kişilere sorarım. İnternete baktığım zamanlar da oluyor tabii.” (K2)

“Ben genelde teyzeme soruyorum ve çok bilgili ve hoca kendisi. Bazen de internetten araştırıyorum.” (K3)

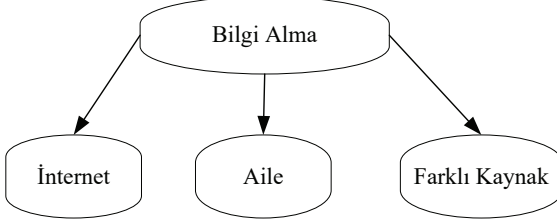
“Dini konularda bir şey merak ettiğim zaman öncelikle internetten araştırıyorum. Eğer yeterli değilse veya kaynak da farklı bir içerik varsa onu mutlaka bir büyüğüme soruyorum. Ondan sonra o da bana yeterli gelmiyorsa Kur’an-ı Kerim’e bakıyorum ki ben de mesela altında açıklaması olan bir Kur’an-ı Kerim var, onu okuyorum.” (K4)

“Dini bir şey merak ettiğim zaman genelde babama sorarım. İnternetten de araştırıyorum ama güvenilir kaynaklara bakarım.” (K5)

“Dini bir şey merak ettiğim zaman internetten araştırıyorum sonra akrabalarıma ve çevremdeki insanlara soruyorum.” (K6)

#### 4.1.1.2. Bilgi Alma

Bilgi Alma teması içerisinde “İnternet”, “Aile” ve “Farklı Kaynak” alt temaları yer almaktadır.



Şekil 4: : Eksen kodlamada elde edilen Araştırma ana temasının altında yer alan alt tema: *Bilgi Alma*

Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak “İnternette baktığımda rastgele çıkan yazıları mı okuyorsun?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“İnterneti çok güvenilir bulmuyorum açıkçası. İnternette bir şey aklıma yatmıyorsa etrafıma sorarım.” (K1)

“Aramada en üstte çıkan siteler genelde tercihim oluyor rastgele.” (K2)

“Din konusunda çok farklı görüş olduğu için okuduklarımı teyzeme sorarak izahat alıyorum.” (K3)

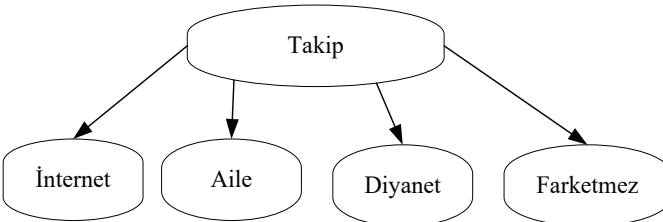
“Aramalarda en üstte ve en çok okunanlara bakıyorum.” (K4)

“İnternette en çok tıklanan ve okunan yazılar değildir benim tercih ettiğim. Ben güvenilir olanı ararım. Doğru bilgi de ölçüt tek başına çok okunan şeyler değildir.” (K5)

“Din konusunda çok farklı görüş ve fikirler var ve bu konuda tek bir kaynak beni tatmin etmiyor. O yüzden çok farklı kaynaklara göz gezdirmek ve seçmek gerekiyor.” (K6)

#### 4.1.1.3. Takip

Takip teması içerisinde “İnternet”, “Aile”, “Diyabet” ve “Fark etmez” alt temaları yer almaktadır.



Şekil 5: Eksen kodlamada elde edilen Araştırma ana temasının altında yer alan alt tema: *Takip*



Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak “İnternette herhangi bir kurum, kitap ya da hoca tercihiniz var mı? Bu konuda seçici davranıyor musunuz?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“Yok hayır?” (K1)

“Hayır. Özel bir kaynak tercihim yok. Google’la merak ettiğim soruyu yazıp önüme düşen sayfaya bakıyorum. Seçici değilim.” (K2)

“Mantığıma yatması mühim. Eğer internet beni tatmin etmezse teyzem beni tatmin ediyor.” (K3)

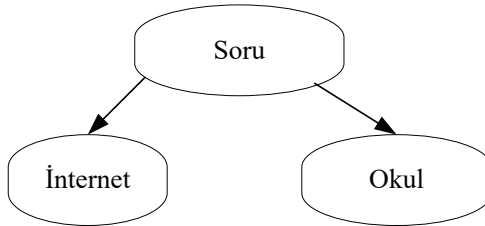
“Böyle konularda önemli şeyler oluyor yani internet kaynakları oluyor. Özellikle Diyanet İşleri yazıları falan alıyor en üst aramalarda... İlk önce Diyanet İşleri Başkanlığının yazılarına bakıyorum ki zaten en üstlerde en çok okunan ve en çok doğru bilgi olan yazılar güvenilir oluyor.” (K4)

“Babamın dini kaynak olarak benimsediği site ve kaynaklar tercihimdir.” (K5)

“Böyle durumlarda yakınlarıma sorduğumda tatmin olmuyorsam interneti tatmin olmak için tercih ediyorum.” (K6)

#### 4.1.1.4. Soru

Soru teması içerisinde “İnternet” ve “Okul” alt temaları yer almaktadır.



Şekil 6: Eksen kodlamada elde edilen Araştırma ana temasının altında yer alan alt tema: Soru

Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak “Okul öğretmenini ya da cami öğretmenine neden sormuyorsun?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“Okul öğretmenlerim beni tatmin edemiyor. Genelde iman ile ilgili sorularımız var.” (K1)

“Aklıma takılan soruları okul hocama da soruyorum.” (K2)

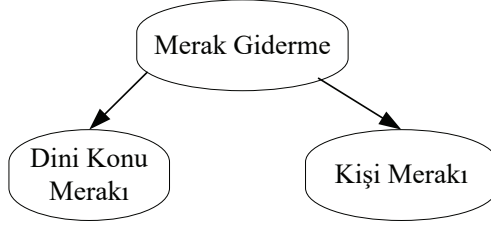
“Okul hocaları hiçbir zaman tatmin edici olmuyor ve internet çok pratik oluyor.” (K3)

“İnternette bilgiyi elde etmek daha kolay ve kendim bir şey merak ettiğim zaman anında hızlı bir şekilde cevap bulabiliyorum. Neden başkasına gidip de okuldaki ya da camideki birisine bunu sorayım ki? Ben kendim araştırırım.” (K4)

“Daha önce hiç böyle bir şey yapmadım. Ne okul ne de cami hocasına soru sormadım.” (K6)

## 4.2. Merak Giderme Teması

Merak Giderme teması içerisinde “Dini Konu Merakı” ve “Kişi Merakı” alt temaları yer almaktadır.

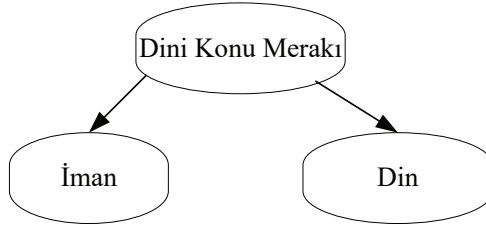


Şekil 7 : Eksen kodlamada elde edilen ikinci ana tema: *Merak Giderme*

Katılımcıların dini konu kapsamındaki merak giderme konusu ile ilgili olarak iki farklı soru yöneltilmiştir. Bu sorulara verdikleri cevaplarla merak giderme teması oluşmuştur.

### 4.2.1. Dini Konu Merakı

Dini Konu Merakı teması içerisinde “İman” ve “Din” alt temaları yer almaktadır.



Şekil 8: Eksen kodlamada elde edilen Merak Giderme ana temasının altında yer alan alt tema: *Dini Konu Merakı*

Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak “Dini konulardan daha çok hangilerini merak edip araştırdınız?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“İmanla ilgili sorular çoğunlukta... Farklı dinlere merak ve onlara saygılı olmakla ilgili talepler var. İslam’a karşı arkadaşlarımızın şüpheleri var. Biraz da özenç var. İnançsızlık revaçta. Dindar aile çocukları da aykırı gözükmek için imanı sorguluyorlar.” (K1)

“Dini kavramlar ya da nelerin günah olduğu hakkında bilgi bakıyorum.” (K2)

“Çok kadınla evlilik, cennet cehennem ve çok evlilik.” (K3)

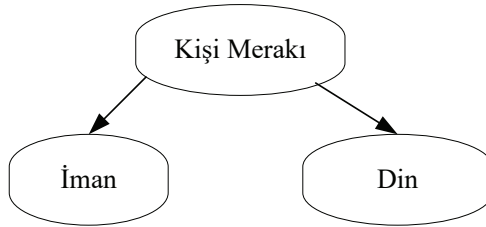
“Mesela neden bir sürü din var ve neden en son Müslümanlık olmuş? Ya da neden diğer dinler kabul edilmiyor? Neden sadece İslam hakikat? Ben mesela ona bakmıştım ve bir de mesela kadınla erkek eşit midir? Bunlar hakkında Kur'an-ı Kerim'deki bilgilere bakmıştım.” (K4)

“Soyut kavramları sorguluyorum.” (K5)

“Yani ayetlerin yanlışlıkları ile ilgili şeylere baktım. Haram ve helaller ile ilgili. Mesela deniz ürünlerinin hangileri helal diye baktım.” (K6)

#### 4.2.2. Kişi Merakı

Kişi Merakı teması içerisinde “İman” ve “Din” alt temaları yer almaktadır.



Şekil 9: Eksen kodlamada elde edilen Merak Giderme ana temasının altında yer alan alt tema: *Kişi Merakı*

Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak “Senin merak ettiğin ya da okulda tartışılan konu başlıkları neler?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“Allah’ın varlığı hakkında sorular çok fazla zihinlerde yer ediyor ve bu sorulara cevap bulmak üzere derslerde tartışmalar oluyor.” (K1)

“Neler caiz, neler değil diye sorular soruluyor. Ama genelde İman ile ilgili çok fazla soru var zihinlerde ve bunlar okulda öğretmene de soruluyor.” (K2)

“Felfefi inanç ve akımlara gençler daha fazla ilgili. Dinden soğutan hocalar yüzünden gençler arayış içerisinde.” (K3)

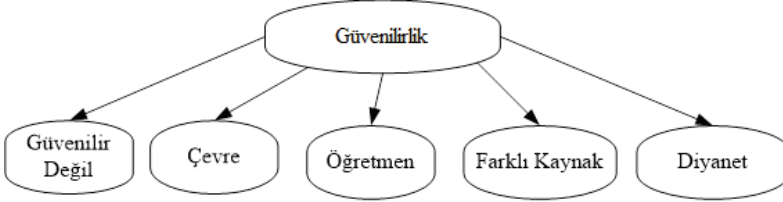
“Allah bizi neden yaratmış, ahiret neden var? Allah bizi neden sınıyor? Kadın ve erkek eşit mi yoksa değil mi? gibi sorular genelde hem internette araştırılan hem de Din dersinde en çok hocaya sorulan sorular.” (K4)

“Allah var mı diye iman üzerine arkadaşlarım sorular soruyor. Okulumda ateist bayağı var.” (K5)

“Allah’ın varlığı hakkında sorular çok fazla zihinlerde yer ediyor ve bu sorulara cevap bulmak üzere derslerde tartışmalar oluyor.” (K6)

### 4.3. Güvenilirlik

Güvenilirlik teması içerisinde “Güvenilir Değil”, “Çevre”, “Öğretmen”, “Farklı Kaynak” ve “Diyanet” alt temaları yer almaktadır.



Şekil 10: Eksen kodlamada elde edilen üçüncü ana tema: Güvenilirlik

Katılımcıların dini konu kapsamındaki araştırma konusu ile ilgili olarak “Dini konularda internet kaynaklarından elde edilen bilgileri güvenilir buluyor musunuz?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“İnternet çok güvenilir değil ve ben etrafımla bu konuların değerlendirmesini yaparak test ediyorum.” (K1)

“İnternette ilk bakış yapıyor sonra öğretmene soruluyor.” (K2)

“İnternet çok farklı ve ihtilaflı ve ben teyzeme tabi oluyorum çünkü ona inanıyorum. Ben ayet ve delil istiyorum ve teyzem bana bunları delilleriyle sunuyor.” (K3)

“Yerine göre tabii. Bazı kaynaklarda çok uçuk kaçık şeyler oluyor ve tabii ki onlara inanmıyorum. Farklı kaynaklardan karşılaştırma yapıp mantığıma yatan şeyi tercih ediyorum.” (K4)

“İnternet tamamen güvenilir değil ve bazıları kendisine göre yorumluyor. Diyanet’in Sorularla İslamiyet eseri beni tatmin ediyor.” (K5)

“İnternet tamamen güvenilir değil ve ben etrafımla bu konuların değerlendirmesini yaparak test ediyorum.” (K6)

### Tartışma ve Sonuç

Gençlik döneminin psikososyal özelliklerine bakıldığında bireylerde duygusallık, coşkulu ruh hali ve taşkın hareketler, çabuk ilişki kurma ve ilişkilerin kolayca bozulması, toplum içinde sivrılme, dikkat çekme, rol sahibi olmaya çalışma, özgürlük isteği ve zihinsel olgunlaşma göze çarpmaktadır.

Gençler hayat tecrübelerinin yetersizliğinden dolayı doğru ve yanlış bir-birinden ayırt edebilmek için rehberliğe ihtiyaç duyarlar. Bunun yanı sıra gençlik döneminin genç için hassas ve kritik bir dönem olduğunun bilinmesi anne-baba ve yakın çevrenin ona karşı daha olumlu yaklaşmasına bazı davranışlarına ya da sorgulamalarına daha müsamahakâr davranmasına katkıda bulunacaktır.

Çocukluk döneminde önceki kuşaklardan emanet olarak alınan inançlar gençlik döneminde eleştiriye tabi tutularak yeniden değerlendirilmektedir. Bu, gencin dini kendisine mal etmesi ve bireysel inanca dönüştürmesi açısından bir takım imkânları da taşımaktadır. Dolayısıyla bu süreç gencin kimlik oluşturma sürecine uygun olarak şahsi bir din anlayışına ulaşma arayışları olarak da değerlendirilebilir. Genç zihni olarak dinin iç yapısını anlamaya çalıştığından dolayı akıl ile ispatlanamayan her şey karşısında eleştirel bir tutum takınır. Bu da gençlerin sorgulamadaki gayelerinin dini reddetmekten ziyade, onu anlama, hakikate ulaşma arzu ve ihtiyacından kaynaklandığına işaret etmektedir. Bu ihtiyaç gencin büyük ölçüde endişe duymasına ve ıstırap çekmesine neden olabilmektedir.<sup>22</sup> Ancak bu durum en yüksek noktasına 17-18 yaşlarında erişmekte sonraki yıllarda düşünce ve iradenin olgunlaşması ve kimlik bunalımının atlattılması ile birlikte düzene girebilmektedir. Bu dönemde dinî şüphe, imanın zıddı olarak değil geliştirmesine imkân tanıyan bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Uygun şartlarda bu şüpheler dini saflaştırmaya ve daha bilinçli bir dindarlığın ortaya çıkmasına zemin oluşturur. Ancak bu süreç atlattılmadığında bazen daha önceden var olan inançların reddine kadar giden bir tutum da izlenebilmektedir.<sup>23</sup>

Gençlik dönemi dini şuurun uyandığı bir dönemdir. Bu dönemde genç doğal olarak din ile ilgilenmekte ve dinî farklı yönleriyle sorgulamaktadır. Bu sorgulamalar asla anormal olmadığı gibi insanı küfre de götürmez. Ancak sorun günümüzde bilgiye ulaşmanın kolay, doğru bilgiye ulaşmanın ise zor olmasıdır. Kafalarda oluşan soruların cevapları doğru yerlerde arandığı sürece bu durum aslında son derece sağlıklı bir süreç olarak da değerlendirilebilir.

Bu çalışmada görülmüştür ki, 17 yaşlarında gençlerin özellikle itikadi konularda ilgi ve meraklarının olduğu, Allah'ın varlığı, öldükten sonra insanı nasıl bir hayatın beklediği gibi konuları araştırdıkları tespit edilmiştir. Bunun yanında özellikle İslam'ın kadına bakışı, çok eşlilik ve kadın erkek eşitliği gibi konular da ilgi alanları içinde görülmektedir. Araştırmada ortaya çıkan en ilginç sonuç ise gençlerin farklı dinlerin varlığını da sorguladığı bu noktada neden İslam'ın hakikat diğer dinlerin ise kabul görmediğini merak ediyor olmalarıdır.

Gençlerin verdikleri cevaplarda gündemi takip ettikleri ve özellikle internet haberlerinde yer alan dini tartışmalardan haberdar oldukları ve bundan dolayı son günlerde gündeme gelen deniz ürünleri ile ilgili konunun da araştırıldığı görülmüştür. Çalışmada gençlerin bu araştırmalarında gerek alışkanlıklarından gerekse pratik olmasından dolayı interneti tercih ettikleri, bu araştırmalar sıra-

22 Abdülkerim Bahadır, "Ergenlik Döneminde Dinî Şüphe ve Tereddütler (Lise Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma)", *Gençlik, Din ve Değerler Psikolojisi*, ed. Hayati Hökekleli. 307-368. İstanbul: dem, 2006, 309.

23 Hökekleli, *Din Psikolojisi*, 273.

sında genel olarak internette ilk sıralarda çıkan yazıları okudukları ancak bir siteyle yetinmedikleri okudukları bilginin doğruluğunu teyit etmek için birkaç farklı siteye de girdikleri anlaşılmaktadır. Gençler, her ne kadar araştırmalarını internet üzerinden yapmayı tercih etseler de internetteki bilgi kirliliğinin de farkında olmalarından dolayı okuduklarını genelde dini bilgisine güvendikleri, teyze, baba ya da babaanne gibi yakınlarıyla tartıştıklarını dile getirmişlerdir.

Araştırmada bir diğer dikkat çekici nokta bazı katılımcıların sorularına cevap bulma konusunda din dersi öğretmenlerini yetersiz görmeleri ve onlardan kendilerini tatmin edici cevaplar alamamalarını ifade etmiş olmalarıdır. Bu sonuç, üzerinde durulması gereken bir durumdur. Zira doğru dini bilgiye ulaşma konusunda en önemli vasıtalarından birisi din dersi öğretmenleridir. Zorunlu eğitim çerçevesinde okul döneminde gençlerin mutlaka karşılaşacağı kimseler olarak din dersi öğretmenlerinin onlara bu konuda en iyi şekilde rehberlik etmesi gerekmektedir. Eğer gençlere merak ettikleri dini konularda doğru rehberlik yapılmazsa onlarda dini şüphe ve bunun neticesinde de deizm, ateizm gibi akımlara yönelme söz konusu olabilmektedir. Zira gençlerde dinî şüphelerin uyanmasında ergenin kişisel özellikleri, zihnî gelişimi ve içinde yetiştiği dinî, kültürel ortam, eğitim şartları ve sosyal çevre ile ilişkileri farklı oranda etki etmektedir. Gencin çevresinde gördüğü farklı dinî yorumlar ile uygulamaların farklılığı, onun okulda öğrendiği bazı bilimsel teorilerin din ile bağdaştırmakta güçlük çekilmesi ve diğer derslerin hocalarının dine karşı olan tutumları gibi bazı etkenler dinî şüphelerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Yine gençlerle yapılan görüşmelerden bu sebeplerin etkisiyle deizm ve ateizm gibi akımlara meylin olduğu anlaşılmaktadır.

Bu noktada din dersi öğretmenlerini yetiştiren kurumlar olarak ilahiyat fakültelerinde branşlaşmanın gerekliliği bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Tek bir programdan mezun olan öğretmen adayı hem okullarda, hem yetişkin Kur'an Kurslarında, hem de okul öncesi Kur'an kurslarında görev yapmaktadır. Ancak bu araştırmada olduğu gibi din dersi öğretmenlerinin hitap ettiği kitleye karşı daha verimli olma gibi bir gayreti ve çabası yoksa mesleğinde etkisiz duruma düşebilmekte, öğrencilerine yararlı olamamaktadır. Bu sebepten ilahiyat fakültelerinde okul öncesi din eğitimi, gençlik dönemi din eğitimi ve yetişkin din eğitimi gibi derslerin formasyon derslerine eklenmesi gerekmektedir.

Araştırmada çıkan bir başka sonuç görüşmelerimizi gerçekleştirdiğimiz lise öğrencilerinin sorularına cevap bulma konusunda Diyanet kurumuna başvuramalarıdır. Verilen cevaplardan gençlerin kurum hakkında pek fikir sahibi olmadığı anlaşılmaktadır. Halbuki Diyanet İşleri Başkanlığı'nın en başta gelen görevi halkı dini konularda doğru bir şekilde bilgilendirmektir. Bu noktada Diyanet İşleri Başkanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın ortak hareket etmek suretiyle

Diyanet'in nasıl bir kurum olduğu, görevleri ve faaliyetleri hakkında konferanslar veya seminerler şeklinde liselerde bilgilendirmeler yapılabilir kanaatindeyiz.

Araştırmada çıkan bir diğer sonuç, internette yapılan aramalarda daha çok ilk sıralarda çıkan yazıların okunmak için tercih edilmesidir. Aslında bilinen bir gerçek olan bu durum yapılan mülakatlarda da tekrar ortaya konmuştur. Bu durumda yine Diyanet İşleri Başkanlığının internet ortamını aktif bir şekilde kullanması gerekmektedir. Bunun için fetva hatlarına ya da din işleri yüksek kuruluna gelen sorular, soru ve cevap şeklinde internette paylaşılabilir ve bu paylaşımların anahtar kelimeler girildiğinde üst sıralarda çıkması teknik olarak sağlanabilir. Örneğin başkanlığın Gençlik yayınlarından çıkan "Soru ve Cevaplarla Niçin İnanıyorum" adlı kitap kredi ve yurtlar kurumunda kalan gençlerin buralarda görev yapan diyanet görevlilerine sordukları sorulardan ve onlara verilen cevaplardan oluşturulmuştur. Yeni neslin bilgiye ulaşma konusunda daha önceki nesillerden farklı olduğunu söylemiştik. Böyle bir çalışmanın kitap olarak yayınlanması çok güzel olmakla beraber her istediğini hızlı bir şekilde elde etme arzusundaki gençler için kitabı bulmak, içindekileri incelemek, ilgisini çekecek yerleri okumak biraz uzun bir iş olarak görülebilmektedir. O nedenle mesela bu kitaptaki her soru ve cevap ayrı ayrı internete yüklenebilir ve böylece gençler, bu sorulara benzer soruları araştırırken cevaplara kolayca ulaşmaları mümkün olabilir.

## Kaynakça

- Altunışık, Remzi vd. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 5. Baskı, Sakarya: Sakarya yayıncılık, 2007.
- Bahadır, Abdülkerim. "Ergenlik Döneminde Dinî Şüphe ve Tereddütler (Lise Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma)". *Gençlik, Din ve Değerler Psikolojisi*. ed. Hayati Hökelekli. 307-368. İstanbul: dem, 2006.
- Bayyığıt, Mehmet. *Üniversite Gençliğinin Dinî İnanç Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma*. Bursa: Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 1989.
- Boyce, Carolyn - Neale, Palena. "Conducting In-Depth Interview: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input". *Pathfinder International Tool Series, Monitoring and Evaluation-2*. 2006, [http://www.pathfind.org/site/DocServer/m\\_e\\_tool\\_series\\_indepth\\_interviews.pdf?docID=6301](http://www.pathfind.org/site/DocServer/m_e_tool_series_indepth_interviews.pdf?docID=6301)
- Braun, Virginia - Clarke, Victoria. "Using Thematic Analysis in Psychology". *Qualitative Research in Psychology*, 3/2 (2006), 77-101.

- Eken, Metin. “Modern Görsel Kültür Bağlamında Medyatik Din Olgusu”, *Dijitalleşen Din*. ed. Mete Çamdereli vd. İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.
- Gündüz, Muhammet Muhdi. “Gelişim Özellikleri Doğrultusunda Gençliğin Din Eğitimi”. *e-Şarkiyat İlmî Araştırmalar Dergisi*, 12/ 4 (2020), 1092-1117.
- Gürses, Fulya- Gürses, Hasan Basri. *Dünya’da ve Türkiye’de Gençlik*. İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları, 1997.
- Hökekleli, Hayati. *Din Psikolojisi*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2008.
- KoçBaşaran, Yağmur. “Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı”. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5/47 (2017), 480-495.
- Kulaksızoğlu, Adnan, *Ergenlik Psikolojisi*, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2013.
- Lincoln, Yvonna S. - Guba, Egon. *Naturalistic Inquiry*. California: Sage Publications, 1985.
- Neuman, William Lawrence. *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (2 cilt). İstanbul: Yayın Odası, 2012.
- Savaş, Serkan - Karataş, Süleyman. “Z Kuşağı Öğrencilerini Tanımak”, *Eğitim Araştırmaları*. İstanbul: Eğitim Yöneticileri ve Uzmanları Derneği, 2019.
- Sekam. *Türkiye Gençlik Raporu Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri ve Beklentileri*. İstanbul, 2013.
- Yıldırım, Ali - Şimşek, Hasan. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin, 2005.
- Yüksel, Atila vd. (Ed.). *Nitel araştırma: Neden, Nasıl, Niçin*. Ankara: Detay Yayıncılık, 2007.
- TUİK, Türkiye İstatistik Kurumu. *İstatistiklerle Gençlik* (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=İstatistiklerle-Genclik-2020-37242>



# Dijital Çağda Rol Modeller: Çocuklar İçin İçerik Üreten Youtube Kanalları Üzerine Bir Değerlendirme<sup>1</sup>

Hatice Ayar<sup>2</sup>

## Özet

Dijital çağ olarak adlandırılan yaşadığımız dönem şimdiye kadar tecrübe edilen çağlardan oldukça farklı iletişim yollarına sahiptir. Toplumun birçok kesiminde sosyal ağların kullanımı günlük rutinin bir parçası haline gelmiş durumdadır. Özellikle Z kuşağı olarak adlandırılan 2000'li yıllarda doğan çocuklar teknolojinin içinde büyümektedir. Bazı aileler çocukları henüz doğmadan veya küçük yaşlardayken Facebook ve Instagram gibi sosyal ağlardan hesaplar açmakta, çocuklarını dâhil ederek YouTube videoları çekmektedir. Söz konusu aileler sosyal ağlar aracılığı ile çocuklarının doğum öncesi ve sonrası sürecini yakın ve uzak çevrelerine görünür kılmaktadır. Bu durum çocukların teknoloji ile gelen tüm yenilikleri daha kolay kabul etmelerini ve kullanmalarını beraberinde getirmektedir. Hatta çocukların bazıları gerçek bir çevreden daha fazla sosyal medya aracılığı ile sosyalleşmekte ve sosyal platformları kullanan çocukların sayısı günden güne artmaktadır. Zamanının önemli bir kısmını sosyal medyada geçiren çocukların bazıları orada görüp tanıdıkları kişileri bir süre sonra rol model almaya başlamaktadır. Çocukların bazıları seçtikleri rol modeller gibi olmak ve onlar gibi yaşamak isteyebilmektedirler. Böylece ahlaki değerlerin kazanılmasında önemli bir unsur olan model alma davranışı istenmedik kişilere yönelebilmektedir. Bu araştırmanın konusu model alma davranışını YouTube kanallarında çocuklara yönelik içerik üreten ve ürettiği bu içerik ile anılan kişiler üzerinden değerlendirmektir. Araştırmanın amacı ise çocuklar için içerik üreten YouTuberların takipçileri ve izleyicileri üzerindeki etkilerini ilgili literatürden yararlanarak tartışmaktır. Nitel bir araştırma olan bu çalışmada doküman analizi yapılmıştır. Bu bağlamda YouTuberlar hakkında yapılan çalışmalar incelenmiş ve elde edilen bilgiler YouTuberların rol model alınması bağlamında değerlendirilmiştir. Araştırma neticesinde erken çocukluk döneminden itibaren her yaş, sosyo-ekonomik durum ve eğitim kademesinden çocuğun yoğun bir şekilde YouTube kanallarının içeriklerine maruz kaldığı tespit edilmiştir. YouTube videolarının küçük yaş çocuklarını susturmak ve sakinleştirmek için kullanıldığı diğer bir ifade ile evlerde bir nevi çocuk bakıcısı görevini üstlendiği belirlenmiştir. İlkokul ve sonrası dönemde ise YouTube videolarının eğlenmek, vakit geçirmek ve sosyalleşmek için izlendiği anlaşılmıştır. Bazı videolarda ailesi gözetiminde içerik üreten çocuk YouTuberların mahremiyet sınırlarının ihlal edildiği, reklamlar ve

1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*'nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.

2 Dr., Diyanet İşleri Başkanlığı. haticeayar83@gmail.com / orcid.org/ 0000-0002-2259-2567

çerikte kullanılan malzemeler ile tüketim kültürünün aşılandığı, anne babaya saygı, sabır ve kanaat gibi erdemlerin eğlenceli içerik üretmek adına hiçe sayıldığı görülmüştür. Sonuç olarak çocukların çoğunun YouTuberları rol model olarak gördüğü, bu durumu açık veya kapalı ifade ettiği tespit edilmiştir. Çocukların özellikle günlük yaşantılarında, konuşmalarında, meslek seçimlerinde, kıyafet tercihlerinde ve cinsiyet rollerini belirlemede YouTuberları örnek aldıkları belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Din Eğitimi, Rol Model, YouTuber, Z Kuşağı, Sosyal Medya.

## Role Models in the Digital Age: An Evaluation of the Youtube Channels that Produce Contents for Children

### Abstract

The time we live in, which is called the digital age, has quite different means of communication from the ages experienced so far. The use of social networks has become a part of daily routine in many parts of society. Children, especially those born in the 2000s, who are called the Z generation, are growing into technology. Some families open accounts on social networks such as Facebook and Instagram even before their children are born or when they are at young ages, and shoot YouTube videos by including their children. They make the pre-and post-natal processes of their children visible for their immediate and distant circles through these social networks, which makes it easier for children to accept and use all the innovations that come with technology. Some children socialize more through social media than in a real setting, and the number of children who use social media is increasing with each passing day. Some children who spend a significant part of their time on social media start to take the people they see there as role models after some time. They might have the desire to be like their chosen role models and live like them. In this way, the modeling behavior, which is an important element in the acquisition of moral values, can be directed to undesired people. The subject of this study was to evaluate the modeling behavior through the people who produce contents for children on YouTube channels and who are mentioned with these contents. The purpose of the study was also to discuss the effects of YouTubers on their followers and viewers by making use of the relevant literature data. In this study, which had a qualitative design, document analysis was performed. In this context, the studies on YouTubers were examined and the obtained data were evaluated in the context of taking YouTubers as role models. As a result of the study, it was found that children of all ages, socio-economic status, and educational levels, starting from early childhood, were heavily exposed to the contents of YouTube channels. It was determined that YouTube videos were used to silence and calm young children, in other words, they act as a kind of babysitters at home. It was understood that YouTube videos were watched for fun, spending time, and socializing in primary school and afterward. It was seen in some videos that the privacy limits of the child YouTubers who produced content under the supervision of their families were violated, the consumption culture was imposed with the advertisements and the materials used in the contents, and the virtues such as respect for parents, patience, and conviction were disregarded to produce entertaining contents. As a result, it was also determined that most of the children saw YouTubers as role models, and expressed this openly or implicitly. It has been determined that children take YouTubers as an example, especially in their daily lives, speeches, career choices, clothing preferences, and determining gender roles.

**Keywords:** Religion Education, Role Model, YouTuber, Z Generation, Social Media.

## Giriş

Dijital çağ olarak adlandırılan yaşadığımız dönemde geleneksel medya araçlarının yerini Web 2.0 teknolojisinin ürünü olan yeni medya almaya başlamıştır. Yeni medya teknolojisinin özellikleri etkileşim, eşzamansızlık ve kitlesizleştirme olarak sıralanmaktadır. Daha açık bir ifade ile senkronize olmaya gerek duyulmadan mesaj gönderip alabilme ve kitlelere içerik üretmek yerine grup veya birey için içerik oluşturmaya olanak sağlama yeni medyayı geleneksel medya araçlarından ayırmaktadır.<sup>3</sup> Geleneksel medyada birey, okuyucu, dinleyici veya izleyici konumundayken; yeni medyada birey, içeriği takip ederek, yorum yaparak, beğenme veya beğenmeme gibi katkı sunarak milyonlarca kişi ile etkileşim içerisinde olabilmektedir.

Bilişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin bir ürünü olan yeni medya platformları insanlar arası iletişimi, ilişki kurma biçimlerini, sosyal çevreyi, kimlik gelişimini, özel yaşam ve mahremiyet bilincini, kültürel yaşamı ve ekonomiyi derinden etkilemektedir.<sup>4</sup> İletişimin internet aracılığı ile boyut değiştirmesi insanlara duygu ve düşüncelerini paylaşacakları ortamlar sunmaktadır. Instagram, Facebook ve Twitter vb. sosyal platformlar ile YouTube ve TikTok vb. video paylaşım platformları aynı mekânda olmayan bireyler arasında sınırsız etkileşim ortamı oluşturmakta; insanlar diledikleri zaman, diledikleri yerde eğlenceli vakit geçirebilmekte ve ilgi duydukları konular hakkında bilgi sahibi olabilmektedir.

Her yaştan insanı kuşatan içeriklere sahip olan sosyal platformlar sürekli güncellenen anlık bilgi akışı ve takip edilecek içeriğin birey tarafından belirlenebilmesi sebebiyle son yıllarda geleneksel medya platformlarına kıyasla daha çok tercih edilmektedir.<sup>5</sup> İnsanlar aile, okul, iş, semt vb. kısıtlı çevrelerinin dışına çıkarak kilometrelerce ötedeki gerçek hayatta hiç tanışmadıkları ve belki de hiç tanışmayacakları başka insanların hayatlarına sürekli değişen bir ekrandan tanıklık olmaktadır.

Bu araştırma, günümüzde etkisi gittikçe artmakta olan YouTube ve ona içerik üreten YouTuberların çocuklar üzerindeki yansımalarını rol model alma davranışı üzerinden anlamayı hedeflemektedir. Rol model alma örnek olarak görülen veya hayran olunan kişinin kişisel başarısı veya özellikleri sebebiyle taklit edilmesi, davranışlarında ve karar alma süreçlerinde bilinçli veya bilinçsiz

3 Haluk Geray, *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları* (Ankara: Ütopya Yayınları, 2003), 18-20.

4 Ayşe Dilan Salkaya, *Yeni Medyada Çocuk İçerik Üreticileri: Yaşam Biçimi Sunumu ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinden YouTube Çocuk Kanalları* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020), 8-10.

5 Defy Media, *Acumen Report: Youth Video Diet*, 2017, 4.

olarak etkisi altında kalınması olarak tanımlanabilir. Çocukların taklit yoluyla, gençlerin ise özdeşim kurarak davranışlarını biçimlendirmesi rol model alınacak kişilerin doğru seçilmesinin son derece önemli olduğunu göstermektedir.<sup>6</sup> Çocukların ve gençlerin rol modellerinin doğru seçilmesi, yetişmekte olan yeni neslin toplumsal normlara ve ahlaki kurallara uygun hareket etmesi bakımından önemlidir.

Sosyal Öğrenme Kuramını ortaya koyan Albert Bandura'ya göre insanlar birçok davranışını başka insanları gözlemleyerek veya onları model alarak öğrenmektedir. Sosyal Öğrenme Kuramına göre nasıl ki günlük yaşantılar gözlem ve taklit yolu ile öğreniliyorsa ahlaki yargı ve düşünceler de bu yolla öğrenilebilir. Bu bağlamda birey gerçek kişileri taklit edebileceği gibi, herhangi bir platformda var olan karakter veya kişileri de taklit edebilir.<sup>7</sup> Günümüz dünyasında internet kullanımının yaygınlaşması ve bireylerin gerçek insanlar kadar yeni medya platformlarındaki insanlarla da etkileşimde olması rol model alabilecekleri kişilerin çeşitlenmesini ve kontrol edilemez olmasını beraberinde getirmiştir. Çocuklar geçmişte ebeveynlerini, öğretmenlerini, yakın çevrelerinden birini veya söz konusu kişilerin yönlendirmesiyle öğrendikleri tarihi şahsiyetleri vs. rol model olarak seçebilirken, günümüzde geleneksel medyada yer alan ünlüleri veya internet meşhurlarını da rol model olarak görebilmektedir.<sup>8</sup> Araştırma kapsamında çocukların kendileri için üretilen YouTube videolarındaki içerikleri örnek alma ve YouTuberları rol model olarak benimseme durumları ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmada, şu sorulara yanıt aranmıştır:

- YouTube'da çocuklar için hangi konularda içerik üretilmektedir?
- Çocukları YouTube videosu izlemeye motive eden etmenler nelerdir?
- Rol model olarak seçilen YouTuberlar çocukları nasıl etkilemektedir?

Nitel yöntemin kullanıldığı araştırmada doküman analizi yapılmıştır. Çalışmanın verileri çocuklar için içerik üreten YouTube videoları ve çocuk YouTuberları konu edinen araştırmalardan elde edilmiştir.

## 1. İnternet Erişimi ve Çocuk

Günümüz çocukları teknolojiye ve onun getirdiklerine kolayca adapte olarak hem teknolojik aletleri hem de sosyal platformları hayatın olağan akışı içerisinde

6 Turgay Gündüz, "Gençlik Dönemi Din Eğitimi", ed. Mustafa Köylü, *Gelişimsel Basamaklara Göre Din Eğitimi* (Ankara: Nobel Yayıncılık, 2010), 93.

7 McLeod Saul, "Bandura Social Learning Theory", *Simply Psychology* (Erişim 25 Eylül 2021); Mustafa Bayrakçı, "Sosyal Öğrenme Kuramı ve Eğitimde Uygulanması", *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 14 (Mayıs 2013), 198-210.

8 Mehmet Tahir Karaboğa, "Lise Öğrencilerinin Rol Model Tercihlerine İlişkin Bir Çalışma", *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 15/2 (2019), 366, 367.

de doğal bir şekilde kullanmaktadır.<sup>9</sup> We are Social'ın yaptığı araştırmaya göre dünya çapında internet kullanımını 2021 yılında 4.66 milyar kullanıcıya ulaştırmıştır.<sup>10</sup> Bu bilgiye göre dünyanın neredeyse %60'ı internet kullanıcısıdır. TÜİK'in yaptığı araştırmaya göre ise Türkiye'de internete erişim imkânı olan hane oranı 2007'de %19,7 iken, 2017 yılında %80,7 olmuş, 2021 yılı itibarıyla bu oran %92'ye ulaşmıştır.<sup>11</sup> Ülkemizde hanelerin internete erişim oranının son yıllarda artması çocukların ebeveynlerine veya kendilerine ait cihazlarla evlerinden internete erişebildiklerini ortaya koymaktadır.

2010 yılında yürütülen Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Projesi'nde 9-16 yaş arasındaki 1018 çocuk ve bir ebeveyni üzerinde yapılan araştırmada çocukların %45,9'unun 7-10 yaş aralığında, %2,6'sının ise 7 yaşından daha küçük yaşlarda internet kullanmaya başladıkları ve interneti günde ortalama 1-1,5 saat arasında kullandıkları tespit edilmiştir.<sup>12</sup> 2010-2015 yılları arasında çocukların güvenli internet kullanımını konu edinen bir araştırmada, 2010 yılında 5 olan internet kullanmaya başlama yaşının 2 yaşa kadar düştüğü saptanmıştır.<sup>13</sup> TÜİK'in 2013 yılında yapmış olduğu bir başka araştırmada ise 06-15 yaş grubundaki çocukların 8 yaş civarında bilgisayar, 9 yaş civarında ise internet kullanmaya başladıkları saptanmıştır. Aynı araştırmada çocukların;

%84,8'inin interneti kullanarak okul ödevlerini yaptığı,

%79,5'inin oyun oynadığı,

%56,7'sinin bilgi aradığı,

%53,5'inin ise sosyal paylaşım sitelerini ziyaret ettiği tespit edilmiştir.<sup>14</sup>

İnternete erişim oranının %50'nin altında olduğu 2013 yılında çocukların yarısından fazlasının sosyal paylaşım sitelerini ziyaret ettiği dikkate alındığında günümüzde bu oranın çok daha yüksek olduğu anlaşılabilmektedir. Zira dünyada internet kullanmaya başlama yaşı ve oranı ile ilgili yapılan çalışmalarda internet kullanmaya başlama yaşının gittikçe düştüğü, internet kullanma oranının

9 Victoria Tur- Viñes vd., "Kid influencers on YouTube. A Space for responsibility", *Revista Latina de Comunicación Social* 73 (2018), 1213.

10 We Are Social, "Digital 2020 Global Digital Overview", Hootsuite, 2021, 8.

11 Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması* (2011); Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması* (2017); Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması* (2021).

12 Kürşat Çağlıtay, "Turkey", *EU Kids Online: National Perspectives* (October, 2012), 67-68; Duygu Nazire Kaşıkçı vd., "Türkiye ve Avrupa'daki Çocukların İnternet Alışkanlıkları ve Güvenli İnternet Kullanımı", *Eğitim ve Bilim* 39/171 (2014), 235.

13 Alper Aslan, *Türkiye'de Çocukların Güvenli İnternet Kullanımında 2010-2015 Yılları Arasındaki Değişimler Ve Uygulamaların Yansımaları* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2016), 90.

14 TÜİK, *06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya*, 2013.

ise gittikçe arttığı görülmektedir. Finlandiya’da 0-8 yaş aralığında çocuğu olan 743 aile ile yapılan araştırmada, 0-2 yaş aralığındaki bebeklerin özellikle kitap veya müzik dilenme etkinlikleri için akıllı cihaz kullanmaya başladığı, 1 yaşından itibaren aile nezaretinde görsel medya ile tanıştığı, 3-4 yaşlarında kızlar ile erkeklerin medya kullanımlarının farklılaştığı ve bireysel medya zevklerinin geliştiği belirlenmiştir.<sup>15</sup> İsveç’te aynı yaş grubu hakkında yapılan araştırmada da çocukların %72’sinin 2 yaşından itibaren internet kullanmaya başladığı, 3 yaş ve üzeri çocukların yarısının her gün internet kullandığı saptanmıştır.<sup>16</sup> Bu durum yeni medyaya ulaşmak için kullanılan cihazların çoğunun dokunmatik ekran olması ve 1,5-2 yaşından itibaren çocukların kendi kendilerine bu cihazları rahatlıkla kullanabilmeleri ile ilişkilendirilebilir.

## 2. YouTube ve Çocuk

YouTube 2005 yılında web üzerinden videolar paylaşmak amacıyla kurulmuş; 2006 yılında Google tarafından satın alınarak kuruluş amacının ötesinde büyüyerek gelişim ve değişim göstermiştir.<sup>17</sup> YouTube’un içerik üreticiler ve izleyiciler tarafından tercih edilmesi katılımcı olabileme, açık paylaşım, sohbet edebilme, topluluk olma ve bağlılık gösterme gibi özellikleri taşıması ile yakından ilgilidir.<sup>18</sup> Her yaştan insanın ilgi ile takip ettiği YouTube’un 18 yaş altındaki çocuklar için uygun olmayabileceği belirtilmekte hatta 13 yaşın altındaki çocuklar kendilerine ait hesaplardan YouTube videosu izleyememektedir. 13 yaş üzeri çocuklar ise YouTube’daki videolara gözetim olmadan erişebilmektedir. Bununla birlikte 13-18 yaş aralığındaki çocukların erişkinlere uygun videolara erişememesi için aileler Family Link kullanarak kısıtlı mod oluşturulabilmekte ve çocukların ulaşacağı videolar sınırlandırılabilir.<sup>19</sup> YouTube’un yaptığı bilgilendirmelerde videolara erişme yaş sınırının 13 olduğu ifade edilmesine rağmen 13 yaş altındaki çocuklar ailelerine ait hesapları kullanarak yoğun şekilde YouTube videolarını izleyebilmektedir.

YouTube’da video paylaşan, izlenme sayısı ve takipçisi fazla olan içerik üreticilere Youtuber denmekte ve normal hayatta sıradan olan bu insanlar takipçileri tarafından ünlü bir birey olarak görülmektedir. Youtuberların bir kısmı

15 Kjartan Ólafsson vd., *Children’s Use of Online Technologies in Europe: A Review of the European Evidence Base (Revised edition)* (September 2014), 25.

16 Pamela Davidsson - Olle Findahl, *Svenskarna Och Internet 2016, IIS-Internetstiftelsen i Sverige*, (2016), 28.

17 Hui Ying, *YouTube* (İstanbul: Pegasus Yayınları, 2007), 15-16.

18 Antony Mayfield, *What is Social Media* (Crossing e-book, V1.4 updated 2008), 5.

19 Google, “Çocuğunuz için YouTube ve YouTube Kids Seçeneklerini Anlama” (Erişim 5 Ağustos 2021).

daha sonra geleneksel medyada da kendine yer bulmaktadır. YouTuberlar kanallarında gezi, alışveriş, temizlik, yemek, oyun, spor gibi etkinlikleri yaparken çektikleri videoları yayınlamanın yanı sıra pratik ve ilginç bilgiler, cilt bakımı ve makyaj yapımı, herhangi bir aletin tanıtımı hakkında bilgiler içeren videoları da takipçileri ile paylaşmaktadırlar. Günümüzde YouTuberlar izlenme sayıları, beğenilme durumları, reklamlar, ürün satışları ve abonelikler gibi çeşitli yollardan para kazanmaktadır.<sup>20</sup>

Genelde internet kullanımının özelde de YouTube'a erişimin ulaştığı noktanın anlaşılabilmesi açısından We are Social'ın yaptığı araştırma dikkat çekmektedir. 2021 yılında yapılan araştırmaya göre internet kullanıcılarının 4.20 milyarı aktif sosyal medya kullanıcısıdır ve günlük ortalama 6 saat 54 dakika çevrimiçidirler. Araştırmada dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformlarının sırasıyla Facebook, YouTube ve WhatsApp olduğu, dünyada en çok ziyaret edilen sitelerin sırasıyla Google, Facebook ve YouTube olduğu ortaya konmaktadır. Bu platformlardan YouTube'un kullanıcı sayısı her ay 2 milyar artmakta ve her gün toplam 1 milyar saat YouTube videoları izlenmektedir.<sup>21</sup>

Yeni medya platformlarından YouTube, televizyonun yerini almış; çocuk ve ergenlerin günlük rutinlerinin bir parçası haline gelmiştir.<sup>22</sup> İnternetteki potansiyel risklerle en çok bağlantılı sosyal paylaşım sitelerinden biri olmasına rağmen YouTube her yaş grubundan birey tarafından ilgi ile takip edilmektedir.<sup>23</sup> Çocuklar için içerik üreten YouTube kanallarının ve takipçilerinin sayısı ve videoların milyarlarca kez görüntülenme sayıları dikkate alındığında çocukların YouTube videolarına sanılandan daha fazla maruz kaldığı anlaşılmaktadır. Konuyla ilgili 2014 yılında yapılan bir araştırmada 3-6 yaşlarındaki çocukların %62.68'inin günde 2 saatten daha fazla medya içeriklerine maruz kaldığı tespit edilmiştir.<sup>24</sup> İngiltere'de yapılan bir araştırmada ise;

3-4 yaş aralığındaki çocukların %51'i

5-7 yaş aralığındaki çocukların %64'ü

8-11 yaş aralığındaki çocukların %74'ü

12-15 yaş aralığındaki çocukların ise %84'ü YouTube videoları izlemektedir.

Çocukların YouTuber ve vlogger izleme oranı ise yaşları ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Araştırmada YouTube'un 5-15 yaş arasındaki çocukların %87'sinin

20 Google, "İçerik Üreticiler İçin Para Kazanma" (Erişim 5 Ağustos 2021).

21 We Are Social, *Digital 2021 Global Digital Overview*, 8, 23, 54, 93.

22 Robin Jindal - Dr Rubal Kanozia, "Do Youtube Based Children Channels Impact Parenting Exploratory Study", *International Online Multidisciplinary Journal* 8/8 (May 2019), 4.

23 Wilma Westenberg, The influence of YouTubers on Teenagers (The Netherlands: University of Twente, Master Thesis, 2016), 16.

24 Zülfü Genç, "Parents' Perceptions about the Mobile Technology Use of Preschool Aged Children", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 146 (2014), 59.

en çok kullandıkları sosyal platform olduğu belirlenmiştir. Söz konusu yaş aralığındaki çocukların %58'inin ise günde ortalama 2,5 saat YouTube içeriklerine maruz kaldıkları tespit edilmiştir. Aynı araştırmaya göre; 5-11 yaş aralığındaki çocukların %96'sı, 12-15 yaş aralığındaki çocukların %99'u video paylaşım sitelerini takip etmektedir.<sup>25</sup> YouTube'un 13 yaş üzerindeki bireyler için içerik ürettiğini belirtmesine rağmen 13 yaşın altındaki çocukların neredeyse tamamının YouTube videoları izlediği görülmektedir. Bu durum çocukların yaşlarına uygun olmayan içeriklere maruz kalma olasılıklarının yüksek olduğunu göstermektedir. Söz konusu araştırmalar YouTube'un çocukların ve gençlerin dünyasındaki yerinin anlaşılması bakımından önemli veriler sunmaktadır.

Çocukların ekran kullanımını ailelerin görüşleri üzerinden değerlendiren bir araştırmada aileler; medya merkezli, orta derecede medya kullanan ve medyayı zayıf kullanan aileler olarak tasnif edilmiştir. 0-8 yaş aralığındaki çocukların;

Medya merkezli ailelerde çocuklar günde 11:04 dakika,

Orta derecede medya kullanan ailelerde 4:42 dakika,

Medyayı zayıf kullanan ailelerde ise 1:48 dakika ekrana maruz kaldığı tespit edilmiş; ebeveynlerin %41'inin evde herhangi bir iş yapmaları gerektiğinde çocuklarına mobil cihaz verdikleri saptanmıştır. Araştırmada ayrıca medya merkezli ailelerin çocuklarının günde neredeyse 2 saat, orta derecede medya kullanan ailelerin çocuklarının ise neredeyse 1 saat YouTube videosu izlemesini kabul edilebilir bulduğu; zaman zaman çocuklarını YouTube videosu izlemeye kendilerinin yönlendirdiği tespit edilmiştir.<sup>26</sup>

Aksoy tarafından 1-6 yaş aralığında çocuğu olan annelerle yapılan araştırmada annelerin çocuklarının akıllı cihaz kullanmasına, YouTube videoları izlemesine ve dijital oyun oynamasına izin verme sebepleri araştırılmıştır. Bu sebepler “çocuğun uslu durmasını sağlamak, kendine vakit ayırmak, kişisel bakımını yapmak, ev işlerini halletmek, arkadaşlarıyla vakit geçirmek, sosyal medya hesaplarında takılmak, varsa diğer çocuğunun ihtiyaçlarını gidermek” olarak sıralanmıştır.<sup>27</sup> Araştırmada annelerin son derece sıradan sayılabilecek bu aktiviteler için çocuklarının bakımını bir nevi cihaz aracılığı ile tanımadıkları bir kişiye veya bilmedikleri bir ortama emanet ettikleri görülmektedir. Hâlbuki çocukların video izleyerek veya dijital oyun oynayarak geçirdiği saatler psikolojilerini, sosyal ilişkilerini ve günlük yaşantılarını olumsuz etkilemektedir.

25 Ofcom, *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2020-21*, 3, 7, 13,14.

26 Ellen Wartella vd., “Parenting In The Age Of Digital Technology”, *Northwestern University's Center on Media and Human Development (Northwestern University, 2014)*, 22-23.

27 Sümeyye Aksoy, “Akıllı Cihazların Ebeveynler Tarafından Çocuk Bakımında Bir Bakıcı Olarak Kullanılması: Nitel Bir Araştırma”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 7/11 (2020), 238.



Bu olumsuzlukların başında çocukların odalarına kapanması ve aile üyeleri ile bağlarını en aza indirmesi gelmektedir. Zira internete erişimi olan birçok çocuk; özel alanına daha çok çekilmekte, bu özel alana girilmesini engellemeye çalışmakta ve daha az denetlenmektedir.<sup>28</sup> Çocukların yaşadığı diğer bir olumsuzluk video içeriklerini istedikleri zaman tek tık ile değiştirebiliyor olmaları sebebiyle normal hayatta çabuk sıkılan bireyler olarak yetişmeleridir. 3-6 yaş aralığındaki çocukların anneleriyle yapılan bir araştırmanın verilerine göre çocuklar, YouTube izlerken beyinleri uyuşmuş gibi davranmakta, yemek, içmek ve tuvalete gitmek gibi temel ihtiyaçlarını bile ertelemekte, ebeveynlerinin sesine kendilerini kapatıp videoya odaklanmaktadır. Çocuklar internete bağlandıkları akıllı cihaz ellerinden aldığı anda öfkelenmekte, hırçınlaşmakta, mutsuz hissetmekte ve kontrolünü kaybederek ağlamaktadır.<sup>29</sup> YouTube videolarını izlerken çok fazla zaman geçirmek teknoloji bağımlılığı, tembellik, uyuşukluk, kilo alımı ve dikkat dağınıklığı vb. sorunları da beraberinde getirmektedir. Tüm bunlara ek olarak YouTube videolarının çocukların mental sağlığını olumsuz etkilediği, çocuklar için hazırlanmış içeriklerin arasına yerleştirilmiş uygunsuz ve rahatsız edici gör-sellerin çocuklara stres ve korku yaşatabildiği; bu sebeple de beynin bilinçli seçimler yapmak ve önceden planlama yapmak gibi yürütücü işlevlerden sorumlu kısımlarını az geliştirebileceği ifade edilmektedir.<sup>30</sup> Araştırmalardan elde edilen tüm bu veriler çocukların internet ve sosyal ağlardan olabildiğince uzak tutulması; gerçek ortamlarda sosyalleşmenin önemini vurgulamaktadır.

### 3. YouTube'da Çocuklar için Üretilen İçerikler

İnternet erişiminin yaygınlaşması, çocukların ve gençlerin internet kullanım sürelerini belirgin şekilde artırmıştır. Daha önce de ifade edildiği gibi YouTube dünyada ve ülkemizde en çok ziyaret edilen siteler arasındadır. Son yıllarda YouTube'un izleyici kitlesi içerisindeki çocuk ve gençlerin sayısının artması içerik üreticilerini bu yaş grubunun dikkatini çekecek videolar çekmeye yönlendirmiştir. Özellikle çocuklar için üretilen YouTube videolarının milyonları bulan izlenme sayıları her gün yeni kanalların açılmasına sebep olmaktadır. Çocukların bazıları YouTube videoları ile tanışmaya henüz yenidoğan dönemindeyken uyku ve sakinleştirme müzikleri olarak ifade edilen *beyaz gürültü* videolarındaki sesleri dinleyerek başlamaktadır. İlerleyen dönemlerde

28 UNICEF, *Dünya Çocuklarının Durumu Bir Dünyada Çocuklar 2017* (ABD: Unicef, 2017), 7.

29 Fide - Sapsağlam, "Youtube Yayıncılarının Çocukların Kimlik İnşa Süreçlerine Yansıması", 203- 206; "Akıllı Cihazların Ebeveynler Tarafından Çocuk Bakımında Bir Bakıcı Olarak Kullanılması: Nitel Bir Araştırma", 241.

30 Josebhine Bila, *Youtube's Dark Side Could Be Affecting Your Child's Mental Health* (Erişim 5 Eylül 2021).

çocukların izlemesi için hazırlanan videolar incelendiğinde, görsellerle desteklenmiş ninni, şarkı, masal, hikâye, bilmece, fıkra ve tekerleme vb. içeriklerle çizgi filmlere yer veren videoların varlığı dikkat çekmektedir. Bu videoların yanı sıra kız ve erkek çocukların ilgi alanları dikkate alınarak ev, bahçe, havuz, tatil, park, AVM vb. mekânlarda çekilmiş farklı içeriklerde videolar hazırlanmış görülmektedir. Kız çocukları için oyuncak paketi açarak oyuncakları tanıtmaya, sponsorlu oyuncaklarla oynama, evcilik kurma, makyaj yapma, çocuk modasını tanıtmaya, alışveriş yapma ve nadir de olsa el becerilerini geliştirecek faaliyetlere yer veren video içerikleri oluşturulmaktadır. Erkek çocuklar için de benzer şekilde oyuncak ile bilgisayar oyunu tanıtan ve söz konusu oyunlar oynanırken çekilen videolar hazırlanmaktadır. Ayrıca pratik ve şaşırtıcı bilgiler içeren videoların yanı sıra bir ürünün tanıtımı, bir aletin kullanımı hakkında bilgi veren videolar da çekilmektedir. Tüm bu videolara ek olarak okul derslerini destekleyici konu anlatımları, soru çözümleri veya konuların görselleştirilerek hazırlandığı videolar da bulunmaktadır.

Çocuklar için hazırlanan videoların dağılımını inceleyen bir araştırmada İngiltere ve Brezilya'daki 41 çocuk kanalına yüklenen 12,848 video izlenmiş ve videoların,

%27.5'inin oyuncakları,

%22.5'inin filmleri ve şovları,

%15'inin oyunları,

%6'sının makyaj yapımını konu edindiği tespit edilmiştir. Okula destek için hazırlanan videoların yalnızca %1.3 olarak belirlendiği araştırmada geri kalan %27.7'lik oranın elektronik aletler, fast food ve doğal yiyecekler, kıyafetler, tatlılar ve çikolatalar hakkında hazırlanan videolardan oluştuğu belirtilmiştir.<sup>31</sup> Araştırma verilerinden anlaşılacağı üzere çocuklar için hazırlanan videoların neredeyse dörtte üçü eğlence amacıyla hazırlanmıştır. Yapılan araştırmalarda çocukların bazılarının takip ettiği YouTuberlardan ve video kanallarından hareketle kendileri için hazırlanan içeriklerin yanı sıra yetişkinler için hazırlanan videoları da izledikleri anlaşılmaktadır.<sup>32</sup> Bu durum çocukların rahatsız edici içeriklere maruz kalabileceklerini göstermektedir. Çocukların yasa dışı içeriğe maruz kalması, şiddet içeren, ırkçı ve nefret söylemleri olan kanalları takip etmesi, intihar, anoreksiya, uyuşturucu, cinsellik vb. konular içeren videolar izlemesi; videoların altına yazılan yorumlarda bir pedofili ile yazışması ve mahre-

31 Camila Souza Ara'ujo vd., "Characterizing Videos, Audience and Advertising in Youtube Channels for Kids", *Springer International Publishing* (September 2017), 12.

32 Elif Özuz, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara), 2018, 125, 143, 144.

miyetinin ihlal edilmesi yetişkin videoları izlemenin riskleri arasındadır.<sup>33</sup> Diğer yandan çocukların YouTube videolarında maruz kaldıkları diğer bir problem izlenen videonun altındaki yorumlardaki URL'lerdir. Herhangi bir sayfaya doğrudan yönlendiren adresler olan URL'ler çocuklar için uygun olmayan içerikler barındırabilmektedir. Konuyla ilgili 3,7 milyon yorumdan oluşan bir veri kümesi içinden 8.677 URL üzerine bir araştırma yapılmıştır. 3-17 yaş aralığındaki çocuklar için üretilen içeriklerin altında kötü amaçlı yazılım, kimlik avı, kötü niyetli paylaşım içeren ve çocuklara uygun olmayan cinsellik, silahlar, uyuşturucu maddeler, politika vb. içeriklere sahip olan URL'ler olduğu görülmüştür.<sup>34</sup> Tüm bu veriler çocukların internet ve YouTube kullanımının mümkün olduğunca denetlenmesi; ailelerin ve çocukların medya okuryazarlıklarının geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

#### 4. Çocuklar YouTuberları Neden İzliyor?

YouTube için içerik üretenlerin ilk olarak ilgi çekici bir konu bulması daha sonra doğru tekniklerle bu konu hakkında video hazırlaması gerekir. Video çekimi aşamasında izleyicileri videoyu izlemeleri için ikna etmek, yorum yapmaları ve takipçi olmalarını sağlamak içeriğin zengin olması ve eğlenceli bir şekilde sunulmasıyla yakından ilgilidir. YouTuberın çekim sırasında karşısında sanki insanlar varmış gibi kameraya bakarak ve içtenlikle konuşması; izleyici ile arasında güven sağlaması önemlidir. Videonun ilk sekiz saniyesinde izleyiciyi videoya çekecek içerikler, videolarda kullanılan jenerik şarkısı ve logo, benzer usullerle yapılan montajlar da izleyicileri takipçi olmaya yönlendiren etkenlerdendir. CTA olarak isimlendirilen izleyiciyi harekete geçirecek *kanalıma abone olmayı unutmayın, hemen alın* gibi cümleler ise görsel ile desteklendiği ve videonun sonlarına doğru olduğu takdirde daha etkilidir. İçerik akıcı şekilde aktarıldıktan sonra kapanış için zaman ayrılması ve mümkünse aynı cümlelerle videonun bitirilmesi de izleyiciyi etkilemektedir.<sup>35</sup>

YouTube'un *Çocuk Alan Rehberi*'nde çocuklar için hazırlanan içeriklerin şaşırtıcı, eğlendirici, etkileşimli, büyüleyici, ilham verici, öğretici, ulaşılabilir, ilgi çekici, güncel, zekice, geniş kapsamlı, ticari olmayan vb. özellikleri barındırması gerektiği belirtilir. Ayrıca videoların müstehcen, uygunsuz kıyafet kullanılan,

33 Ólafsson vd., Children's Use of Online Technologies in Europe: A Review of the European Evidence Base, 12; Josephine Bila, Youtube's Dark Side Could Be Affecting Your Child's Mental Health.

34 Sultan Alshamrani vd., "Hiding in Plain Sight: A Measurement and Analysis of Kids' Exposure to Malicious URLs on YouTube", *IEEE/ACM Symposium on Edge Computing 2020*, 324-326.

35 Amy Schmittauer, *Vlog: YouTube Fenomeni Olmak*, çev. Denis Gürcü (İstanbul: Sola Yayınları, 2017), 125-151.

korku öğeleri içeren, kötü niyetli, küçümseyici, rahatsız edici, usandırıcı, kafa karıştırıcı, kırıncı, tehlikeli, kötü, kaliteli ve ön yargılı olmaması gerektiği vurgulanır.<sup>36</sup> YouTube videoları incelendiğinde söz konusu özellikleri barındıran videolar olduğu gibi bu hususları dikkate almayan videoların varlığı da göze çarpmaktadır.

YouTube'ların çocuk izleyici ile bağ kurulabilmek için kullandığı *merhaba arkadaşlar, kanalıma hoş geldiniz* vb. başlama cümleleri ile *güle güle arkadaşlar, kanalıma abone olmayı unutmayın* vb. bitirme cümleleri neredeyse her videoda tekrar edilmektedir. Ayrıca özellikle küçük çocuklar tarafından kanalın tanınmasını sağlayacak logolar ve kanalın isminin yazılı olduğu görseller kullanılması da çocuk izleyicinin aynı kanalı tekrar bulabilmesi için gerekli ayrıntılardandır. YouTube *Çocuk Alan Rehberi*'ndeki bilgilendirmenin aksine çocuklar için hazırlanan YouTube videolarında ticari faaliyetler yapıldığı görülmektedir. Reklam aldıkları ürünlerden bahsederken vurgulu ve abartılı bir dil kullanan YouTube'lar izleyiciyi hem görsel hem de işitsel olarak ürüne yönlendirmekte, satın alması için arzu uyandırmaya çalışmaktadır.

Çocuklar keyifli vakit geçirmek, kendini ifade etmek, iş birliği yapmak, ürettiklerini sergilemek, yeni insanlarla tanışmak, ilgi alanlarına dair yeni bilgiler edinmek, ders çalışmak vb. durumlar için video izlemektedir.<sup>37</sup> Çocukların YouTube videolarını izleme gerekçeleri arasında arkadaşlarının haberdar olduğu video ve içerikleri bilme isteği ve izlemediklerinde dışlanacakları endişesi de yatmaktadır.<sup>38</sup> Gençler ise istedikleri zaman istedikleri içeriklere ulaşabildikleri için video izlemeyi tercih etmekte ve genellikle yakın yaşlarda hemcinsi olan YouTube'ları takip ederek kendilerini onlarla ve onların ortamlarıyla özdeşleştirmektedirler. YouTube'ların alışılmışın dışında beden diline sahip olmaları, basit şakalar yapmaları, güncel ve politik olaylara değinmeyen içerikler üretmeleri ve argoyu sıkça kullanıyor olmaları gençlerin videoları ilgi ile takip etmesinin sebepleri arasındadır.<sup>39</sup> YouTube'ların özel bir kıyafet seçmeksizin günlük kıyafetleri ile çekim yapmaları, çekimlerde kameraya bakarak izleyiciler ile göz teması kuruyor gibi konuşmaları, kendiliğinden geliyormuş hissi veren espri ve şakaları, jest ve mimikleri özellikle de tebessüm etme ve gülümseme yüz ifadelerini yoğun olarak kullanmaları gençlerin samimi bir ortamda bulunuyormuş

36 YouTube, "YouTube Çocuk Alan Rehberi" (Erişim: 8.8.2021), 4-6.

37 Victoria Tur- Viñes vd., "Kid influencers on YouTube. A Space for Responsibility", 1230.

38 Elif Özuz, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara), 2018, 126.

39 Sara Pereira vd., "The Youtubers Phenomenon: What Makes Youtube Stars So Popular For Young People?", *Journal of Communication* 17, (2018), 118-120; Westenberg, "The influence of YouTubers on Teenagers", 9.

hissine kapılmasına sebep olmakta; bu durum da YouTuber ile kurulan bağı güçlendirmektedir.<sup>40</sup> YouTuberlar kolay ulaşılabilir olmaları ve takipçileri tarafından yakın hissedilmeleri sebebiyle sevilip takip edilmektedir.

YouTuberların bazıları konuşma metni kullanırken bazıları yazılı olmayan bir monolog içerisindedir.<sup>41</sup> Genelde bir veya birkaç kamera kullanılarak yapılan çekimlerin profesyonel düzenleme yapılmaksızın düşük maliyetlerle hazırlandığı görülmektedir.<sup>42</sup> Bununla birlikte görsel efekt ve müzik eklenerek hazırlanan videoların da varlığı göze çarpmaktadır.<sup>43</sup> YouTube videosu izleyen çocuk ve gençler takip ettikleri YouTuberların hayatından kesitler izlemekte, yorumlar yaparak onlar ile etkileşime geçebilmekte ve YouTuberları aileden biri gibi kabul ederek abi veya abla gibi hitaplar da kullanmaktadır.<sup>44</sup> Özellikle YouTuberların samimi davranışları takipçilerinin dikkatini çekerek YouTuberların, kendisi gibi düşündüğü, davrandığı veya benzer kültürel, kişisel ve ahlaki değerlere sahip olduğu düşüncesine kapılmasına sebep olabilmekte bu durum da içerik üretici ile takipçi arasında kurulan duygusal bağın kuvvetli olmasını sağlamaktadır.<sup>45</sup> Bu anlamda YouTuberlar özellikle çocuk ve genç izleyiciler tarafından bir lider olarak görülmekte ve takipçilerini etkileme gücüne sahip rol modeller olabilmektedir.<sup>46</sup>

## 5. Rol Model Olarak YouTuberlar

Çocukların hayran oldukları kişileri taklit etmeleri ve zaman içerisinde kendilerini onlarla özdeşleştirmeleri doğru rol modeller seçilmesinin önemini ortaya koymaktadır. Zira çocuklar rol model aldığı kişinin bir yandan görüntüsünü, kıyafetini, konuşmasını, jest ve mimiklerini kendi yaşantısına aktarmak isterken diğer yandan toplumsal normlarını ve ahlaki değerlerini de benimsemeye başlayabilir. Konuyla ilgili yapılan araştırmalarda çocukların çoğunun YouTuberları herhangi bir süzgeçten geçirmeden hayran olduğu ve model aldığı tespit edilmiş-

40 Hakkı Kahveci, “Sosyal Medya İçeriklerinin Ahlaki Değerler Bağlamında İncelenmesi: Youtube Örneği”, *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 11/1 (2021), 216.

41 Enes Batur, “Tuvalet Şakası Oyunağı #Efsaneürünler”, *YouTube* (5 Mayıs 2018, 01:10).

42 Prenses Elif, “2 Dev Kinder Maxi Ve Elif İçin Baharlık Elbise Alışverişi. Eğlenceli Video”, *YouTube* (18 Mayıs 2018, 09:10)

43 Oyuncakoyuyorum, “Masal and Öykü Playing Magic Pop it - Funny Kids” *YouTube* (20 Eylül 2021, 01:24).

44 Enes Batur, “Tuvalet Şakası Oyunağı #Efsaneürünler”, Yorumlar bölümü; Kahveci, “Sosyal Medya İçeriklerinin Ahlaki Değerler Bağlamında İncelenmesi: Youtube Örneği”, 216.

45 Riadh Ladhari vd., “Youtube Vloggers’ Popularity And Influence: The Roles of Homophily, Emotional Attachment, and Expertise”, *Journal of Retailing and Consumer Services* 54 (2020), 6-8.

46 Kahveci, “Sosyal Medya İçeriklerinin Ahlaki Değerler Bağlamında İncelenmesi: Youtube Örneği”, 216.

tir.<sup>47</sup> Çocuklar çocuk saflığı ile videoları izlerken onlar için hazırlanan videoların hiç de masum olmadığı görülmektedir.

Demir'in YouTube kanallarında çocuklar için üretilen içeriklere odaklanan araştırmasında 15 YouTube kanalının 100 videosu seçilerek içerikleri analiz edilmiştir. Söz konusu videolarda çocuklar için olumsuz örneklik içerebilecek, tüketim kültürünü özendirilen, korkutucu içerik ve olumsuz davranışlar barındıran, çocukların mahremiyetini hiçe sayan içeriklerin oldukça fazla olduğu tespit edilmiştir.<sup>48</sup> Karacaoğlu ve arkadaşlarının araştırmasında ortaokul öğrencilerinin izledikleri videolarda argo ve küfür içeren diyalogların varlığı dikkat çekmiştir.<sup>49</sup> Kızılkaya'nın araştırmasında ise YouTube'un algoritmasının özellikle oyun, eğlence, makyaj ve moda kategorilerinde içerik üreten YouTube kanallarını öne çıkardığı; söz konusu kanalların daha çok reklam geliri elde ettiğini iddia edilmiştir.<sup>50</sup> Tüm bu veriler çocukların kontrolsüz şekilde YouTube videolarına emanet edilmemesi gerektiğini göstermektedir. Yapılan araştırmalarda ayrıca çocukların YouTube'da gördüklerini ve YouTuberların yaptığı davranışları denemeye çalıştıkları belirlenmiş; video içeriklerinden bilinçli veya bilinçsiz olarak etkilendikleri saptanmıştır.<sup>51</sup> Bu etkilerin çocukların kimlik inşası, tüketim kültürü, dil kullanımı, cinsiyet rolleri, meslek seçimleri ve ahlaki değerleri üzerinde yoğunlaştığını söylemek mümkündür.

Yapılan araştırmalarda YouTuberların çocukların kimlik inşasında ve ahlaki değerlerinin şekillenmesinde etkili oldukları görülmüştür. Fide ve Sapsağlam'ın araştırmasında 3-6 yaş aralığındaki çocukların tutumları incelenmiştir. Araştırmaya göre anneler çocuklarının sürekli hediye almak istediklerini ve videolardaki oyuncak paketi açma davranışından etkilendiklerini dile getirmişlerdir. Hatta izledikleri videolardaki gibi hediye oyuncakların sadece paketini açmaktan hoşlandıklarını, oyuncaklarla oyun kurmada zorlandıklarını veya kuramadıklarını ifade etmişlerdir.<sup>52</sup> Video içeriklerinde bağırma, aile büyüğünü hor

47 Burcu Özbek – Nilgün Sofuoğlu Kılıç, “Çocuk Öznelerin Youtube Ve Youtuberlık Algısı (Aydın İli Örneği)”, *Social Sciences Studies Journal* 6/2 (2020), 2008, 2009; Özuz, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği*, 128.

48 Ramazan Demir, *Çocuk Youtuberlar ve Paylaştıkları Videolar Üzerine Bir Doküman Analizi* (Uşak: Uşak Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 109.

49 Neslihan Karakuş Karacaoğlu vd., Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı Argo Kelimeler Çerçevesinden Dil Ahlakına Genel Bir Bakış, *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* Ö7 (2020), 184.

50 Zeynep Zelal Kızılkaya, “Sosyal Medya Kullanıcılarının Metalaşması: YouTuberlar Üzerine Bir İnceleme”, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 35 (2020), 84.

51 Özuz, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği*, 127-128; Aksoy, “Akıllı Cihazların Ebeveynler Tarafından Çocuk Bakımında Bir Bakıcı Olarak Kullanılması: Nitel Bir Araştırma”, 240.

52 Eslem Gözde Fide, Özkan Sapsağlam, “Youtube Yayıncılarının Çocukların Kimlik İnşa Süreçlerine Yansımaları”, *TÜBAD* 5/2 (Aralık 2020), 203-206.

görme, aşığılama, kızma, halılara, koltuklara veya duvarlara zarar verme veya boyama, eşyaları fırlatma vb. toplumsal ve ahlaki olarak hoş karşılanamayacak saldırgan davranışlar bulunabilmektedir.<sup>53</sup> Videoyu izleyen çocuk, videonun içeriğini hazırlayan ailenin daha çok izlenme veya daha çok kazanma arzusu sebebiyle çocuklarına müsamaha gösterdiğini bilemediği için YouTuber çocuk ile ailesi arasında var olduğunu sandığı sonsuz müsamahaya özenerek benzer davranışları sergileyebilmektedir. Bu olumsuz etkilenmenin sonucunda izleyici çocuk ile ailesi arasında problem yaşanması muhtemeldir. Bununla birlikte bazı videolardaki tek başına yemek yapma, havuzda yüzme, yüksekten atlama, çeşitli iddialaşmalar vb. içerikteki videolardaki riskli durumlar izleyici çocuk açısından problem teşkil edebilmektedir.<sup>54</sup> Zira çocuk izleyici çocuk YouTuberı model olarak gördüğü için onun yaptığı davranışları sergilemek isteyebilmektedir.

Özbek ve Kılıç'ın araştırmasına katılan çocuklardan biri YouTuber Enes Batur'a hayran olduğunu, YouTube'dan para kazanmak isteyebileceğini belirtmiş ve "Enes Batur'un aldığı iPhone XS telefonu satın almak istediğini fakat çok pahalı olduğu için" alamayacağını ifade etmiştir.<sup>55</sup> Örnek cümleden de anlaşılacağı gibi tüketim kültürünün aşılandığı videolarda, içerik üreticileri kendisine yakın gören izleyici çocuklar onda var olan (aslında tanıtımı yapılan) oyuncak veya ürünün kendisinde de var olması gerektiği fikrine kapılabilmektedir.<sup>56</sup> Video paylaşım sitesi olarak başlayan YouTube, günümüzde pek çok markanın reklamının yapıldığı ve bu reklamlarla ciddi kazançların elde edildiği bir platformdur. YouTube'da video izleyen çocuklar her gün para harcamaya, mal ve hizmet satın almaya, tüketmeye yönlendiren içeriklerle karşılaşmaktadır. Ayrıca ilk ve son videoları incelenen bazı kanallarda YouTuberların maddi gelirlerindeki artış, yaşadıkları mekâna da yansımakta; lüks yaşantı, pahalı tatiller, devamlı satın alınan (aslında tanıtımı yapılan) ürünler, orta ve altı gelire sahip bir aile için satın alınması neredeyse imkânsız teknolojik cihazlar çocukları etkilemektedir.<sup>57</sup> Çocuklar videoları izlerken pazarlama stratejilerini ve reklamların tüketim kültüründeki rolünü bilmedikleri için, videonun içeriğinde var olan kurguyu çoğu

53 Salkaya, *Yeni Medyada Çocuk İçerik Üreticileri: Yaşam Biçimi Sunumu Ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinden Youtube Çocuk Kanallar*, 125.

54 Prens Yankı, "Gece 3'te Gizlice Havuza Girdik!", *YouTube* (12 Eylül 2021, 10:12); Orkun Işıttmak, "Çok Yüksekten Denize Atmala Challenge (Sakin Denemeyin!)", *YouTube* (29 Haziran 2018, 14:12).

55 Özbek – Sofuoğlu Kılıç, "Çocuk Öznelerin Youtube Ve Youtuberlık Algısı (Aydın İli Örneği)", 2004.

56 Aydan Ünlükaya vd., "Youtube Çocuk Kanallarında Bulunan Video İçeriklerindeki Temaların Ortaya Koyulmasına Yönelik Bir Çalışma", *Journal of Business in The Digital Age* 4/1 (2021), 44.

57 Özuz, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği*, 180-181.

zaman fark edememektedir. Mesela ailesi ile YouTube'a içerik üreten çocuk YouTuberın videonun kurgusu gereği istediği oyuncağın, kıyafetin veya teknolojik cihazın alınması aslında bir reklam filmi çekimi niteliğindedir. Fakat izleyici çocuk videoda yaşananları gerçek olarak algılamakta, böylece çocuk YouTuber gibi her istediklerini anında elde edebileceğini düşünmektedir.

YouTube videolarını izleyen çocukların etkilendikleri diğer bir konu cinsiyet rolleri ile ilgilidir. Videolarda özellikle kız çocukları toplumsal cinsiyet rollerini benimsemeye teşvik edilmektedir. Bu bağlamda gizli veya açık mesaj olarak videolarda kız çocuklarının dış görünüşlerine önem vermelerinin gerekliliği vurgulanmakta ve bunu yapabilmek için tüketmeleri yani alışveriş yapmaları gerektiği dayatılmaktadır. Pembe rengin baskın olarak kullanıldığı videolarda çocuk YouTuberlar bir yetişkin gibi davranabilmektedir.<sup>58</sup> Ayrıca video içerikleri kız çocuklarını güzellik algısı bakımından olumsuz etkiler niteliktedir. 3-6 yaş aralığındaki çocukları konu edinen bir araştırmada video içeriklerinde tercih edilen çizgi film karakterlerinin ve çocuk YouTuberların küçük kız çocukları tarafından rol model olarak görüldüğü belirlenmiştir. Çocuklar için güzel olmak Elsa gibi olmak, prenses gibi giyinmek zayıf, sarı saçlı ve renkli gözlü olmak anlamına gelmektedir. İzleyici çocuk, video içeriklerindeki çocuk ve yetişkinlere özenerek topuklu ayakkabı giymek, saçlarını boyamak, makyaj yapmak ve dövme yaptırmak isteyebilmektedir. Tüm bunlara ek olarak izlenen videoların etkisi ile kız erkek ilişkileri hakkında fikir sahibi olan 3-6 yaş aralığındaki çocuklar bebekleri ile oynadıkları oyunlarda veya günlük yaşantısında erkek arkadaşları ile oyun oynarken videolarda gördükleri sevgili olma gibi yaşlarına uygun olmayan davranışları oyunlarına yansıtılabilmektedir.<sup>59</sup> Araştırmaya katılan annelerin çocuklarının 3-6 yaş aralığında olduğu dikkate alındığında çocukların düşünce ve isteklerinin yaşlarının çok ilerisinde olduğu görülebilmektedir.

YouTuberlığı çocukların bir kısmı tarafından meslek olarak kabul edilmesi YouTuberların meslek sahibi bireyler olarak görülmelerine neden olmaktadır.<sup>60</sup> Bu durum ergenlik çağındaki gençler arasında kazançlarının miktarı ve hayran kitleleri sebebiyle YouTuberları rol model alanların sayısını önemli derecede arttırmaktadır.<sup>61</sup> YouTube kanallarından elde edilen gelirlerin yüksek miktarlarda

58 Ayşe Dilan Salkaya, *Yeni Medyada Çocuk İçerik Üreticileri: Yaşam Biçimi Sunumu ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinden YouTube Çocuk Kanalları*, 57.

59 Fide - Sapsağlan, "Youtube Yayıncılarının Çocukların Kimlik İnşa Süreçlerine Yansıması", 203-206.

60 Özuz, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği*, 107, 108; Yunus Ergen, "Popüler Kültürün Popüler Rol Modelleri YouTuberlar", *İnsan ve Toplum* 9/1 (2019), 140, 141.

61 Karakuş vd., "Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı Argo Kelimeler Çerçevesinden Dil Ahlakına Genel Bir Bakış", 188.



olması ailelerin desteği veya kendi imkânları ile kanal açan çocuk YouTuberların sayısını artırmıştır. Kamacı tarafından yapılan araştırmada 8-13 yaş arasındaki çocukların %64'ü ünlü olmak/tanınmak, %21'i ise para kazanmak ve arkadaş edinmek için kanal açtıklarını ifade etmişlerdir.<sup>62</sup> Çocukların bazılarının haftada birkaç eğlenceli video çekerek milyonlar kazanabileceklerini düşünmeleri ve her gittikleri yerde kendilerini tanıyan, fotoğraf çektirmek isteyen insanların varlığını hayal etmeleri eğitim hayatından uzaklaşmalarına ve meslek olarak YouTuberlığı seçmeye yönlendiriyor görünmektedir. Bununla beraber hem YouTube'a video çekmeyi hem de hâkim, avukat, doktor vb. mesleklerden birini yapmayı düşünen çocuklar da bulunmaktadır.<sup>63</sup> Araştırmaların verilerinden YouTuberların çocukların meslek seçimlerini etkilemeye başladığı görülmektedir. Bu sebeple ebeveynlerin ve öğretmenlerin eğitim hayatının sadece para kazanmak için değil; bilgili, donanımlı, kültürlü, sosyal çevresi geniş, düşünme ve sorgulama melekeleri gelişmiş bireyler olarak yetişmek için de gerekli olduğunun vurgulanması önem arz etmektedir.

Çocukların YouTuberları örnek aldığı diğer bir konu küfürlü, hakaret içeren ve argo kelimelerin kullanıldığı konuşmaların taklit edilmesidir.<sup>64</sup> Gençlerin neden video izlediğini tespit etmek için yapılan bir araştırmada Pereira ve arkadaşları YouTuberların argo kelimeleri sıkça kullanıyor olmalarının gençleri video izlemeye yönlendiren faktörlerden olduğunu tespit etmiştir.<sup>65</sup> Karakuş ve arkadaşlarının araştırmasında ise çocukların videolarda sıkça geçen argo kelimelerin anlamını bilmemelerine rağmen akranları arasında havalı görüldüğü için sıklıkla kullandıkları saptanmıştır.<sup>66</sup> Küfürün, argo ve hakaret içeren kelimelerin günlük dilde sıkça duyulması ve zamanla kullanımının yaygınlaşması söz konusu konuşmalara karşı insanların duyarsızlaşmasına sebep olmaktadır.

Ergen ve gençlerin YouTube videolarının içeriklerinden etkilenecek ahlaki değerlerinin zayıfladığı da tespit edilen gerçeklerdendir. Endonezya'da "Kids Jaman Now" (Bu çağlarda çocuklar) içeriğinde hazırlanan videoların analiz edildiği bir araştırmada, 12-21 yaş aralığındaki ergen ve gençlerin sosyal medya ve YouTube videoları aracılığı ile ahlaki değerleri hiçe sayan, popüler kültürün

62 Aybüke İnal Kamacı, *Sosyal Medya ve Şöhret Kültürü: Çocuk Youtuberlar Üzerine Etnografik Bir İnceleme* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 92.

63 Özbek ve Kılıç, "Çocuk Öznelerin Youtube Ve Youtuberlık Algısı (Aydın İli Örneği)", 2005-2006.

64 Karakuş vd., "Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı Argo Kelimeler Çerçevesinden Dil Ahlakına Genel Bir Bakış", 182-183.

65 Pereira vd., "The Youtubers Phenomenon: What Makes Youtube Stars so Popular For Young People?", 17.

66 Karakuş vd., "Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı Argo Kelimeler Çerçevesinden Dil Ahlakına Genel Bir Bakış", 188.

etkisi altında, hedonist kişilikler olarak şekillendirilmeye çalışıldığı ifade edilmektedir. Ayrıca YouTube videolarında “Cabe Cabean Fenomeni”<sup>67</sup> ve “LGBT Fenomeni” olmanın bir değer olarak lanse edildiği vurgulanmaktadır.<sup>68</sup>

Çocukların seçtikleri YouTubeleri rol model almasının veya video içeriklerinden etkilenmesinin bahsi geçen olumsuzluklarının yanında çocuklara bazı olumlu katkılar da sağladığı söylenebilir. Bu katkılardan bazıları teknolojik hayata adapte olma, görsel zekâyı geliştirme, araştırma yapma isteği uyandırma olarak sıralanabilir.<sup>69</sup> Çocuklar ayrıca Türkçeyi iyi kullanan YouTuberları izleyerek dil gelişimi sağlayabilir, akıcı konuşma ve güzel bir üslup geliştirebilir. Sosyal bir etkileşim ortamı sunan YouTube vasıtasıyla çocuklar, çekingenliklerinden kurtulabilir ve kendilerine ait kanallarında video çekerek özgüvenlerini geliştirebilirler. Diğer yandan okul derslerine destek olmak için çekilen videolar okul başarısını artırabilir, gezi videoları yeni yerlerin keşfedilmesine olanak sağlayabilir, ilginç ve pratik bilgiler içeren videolar ile çeşitli aletlerin ve ürünlerinin tanıtımının anlatıldığı vb. videolar ise genel kültürü geliştirebilir.<sup>70</sup> Ayrıca YouTube videoları izleyen çocukların doğruyu yanlıştan ayırt etme ve kendisi için uygun olanı seçme kabiliyeti artabilir. Konuyla ilgili olarak Özbek ve Kılıç’ın araştırmasına katılan çocuklar, takip edeceği YouTuberları seçerken küfür etmesine dikkat ettiklerini, iddialaşmalara katılmanın doğru olmadığını bildiklerini ve kötü örnek içeren videoları seyretmediklerini belirtmişlerdir.<sup>71</sup>

## Sonuç

İnternet erişiminin yaygınlaşması ile geleneksel medyanın yerini almaya başlayan yeni medya, her yaştan birey tarafından benimsenmiş durumdadır. Özellikle çocuklar doğdukları andan itibaren varlığına şahit oldukları yeni medya platformlarını, geleneksel medyaya kıyasla daha fazla kullanmaktadır. En çok tercih edilen platformlardan biri olan YouTube, internet erişimi olan çocukların günlük rutininin bir parçası haline gelmiştir. YouTube videosu izlemek; çocuklar

67 Endonezya’da “Cabe Cabean” küçük yaştaki kız çocuklarının ucuza fuhuş yapmasını veya yapmaya yönlendirilmesini ifade etmektedir. “What Does Cabe Mean in Indonesia?” (Erişim 12 Eylül 2021).

68 S. N. Febriyanti - R. P. Tutiasr, “Virtual Ethnography Studies of Youth Identity Construction on “Kids Jaman Now” Content Youtube Channels”, *International Seminar of Research Month Science and Technology for People Empowerment* (Indonesia: y.y., 2018), 525.

69 Osman Şalcia vd., “Akıllı Cihaz Kullanımının 3-6 Yaş Çocukların Gelişimine Etkisinin Okul Öncesi Öğretmenleri Görüşleri Açısından Değerlendirilmesi”, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Özel Sayı 4* (2018), 58.

70 Özü, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği*, 99, 135.

71 Özbek ve Kılıç, “Çocuk Öznelerin Youtube Ve Youtuberlık Algısı (Aydın İli Örneği)”, 2007.

için eğlenmek ve bilgi edinmek anlamına geldiği gibi izledikleri videoların altına yorum yapmak, içerikleri beğendiklerini veya beğenmediklerini tek bir tık ile ifade etmek ve içerik üreticiye bağlılıklarını göstermek için kanalı takip etmek yeni nesil için bir nevi sosyalleşmektir. YouTube'un ailelerin gözetimi dışında çocuklar tarafından yoğun şekilde kullanılması oradan gelecek olumsuz etkilere karşı çocukları savunmasız bırakmaktadır. Bu sebeple ailelerin çocuklarının dijital ayak izlerini yakından takip ederek ihtiyaç duydukları anlarda çocuklarının yanında olmaları önem arz etmektedir.

Çocuklar çevrelerinde olup bitenleri gözlemleyerek, taklit ederek ve model alarak öğrenirler. Bu sebeple içinde buldukları topluluk ve seçtikleri rol modeller önemlidir. Araştırma bulguları çocukların neredeyse tamamının YouTube'lara hayran oldukları, büyük bir kısmının ise takip ettiği YouTuberı model aldığı ve onlarla sanal veya gerçek etkileşimde olmak istedikleri anlaşılmıştır. Rol model olarak seçilen YouTuberların çocukların kimlik gelişimini, konuşmasını, meslek seçimini ve ahlaki değerlerini etkiledikleri; video içeriklerinde aşılacakları tüketim kültürünün, çocukları aracılığı ile ailelerin alışveriş tercihlerini değiştirdiği belirlenmiştir. Ayrıca bazı videolardaki şiddet içeren görüntülerin çocukları duygusal olarak olumsuz etkilediği erkek çocukların şiddete, kız çocukların ise güzellik kalıplarına yönlendirildiği ortaya konmuştur. Bazı videolarda da ailesi gözetiminde içerik üreten çocuk YouTuberların mahremiyet sınırlarının ihlal edildiği, anne babaya saygı, sabır ve kanaat gibi erdemlerin eğlenceli içerik üretmek adına hiçe sayıldığı görülmüştür.

Çocukların sosyal platformlarda var olma ve etkileşime girme arzularının aile ve yakın çevre içerisinde karşılanması, çocuklarla daha fazla kaliteli zaman geçirilmesi, çocukların çeşitli sportif ve sanatsal faaliyetlere yönlendirilmesi ve çocukların sanal ortamdaki sosyalleşme sürelerinin en aza indirilmesi önem arz etmektedir. Her bir çocuğun tek ve biricik olduğunun hissettirilmesi, aile ve yakın çevre tarafından kabul gördüğünün fark ettirilmesi çocukların kişilik gelişimlerine olumlu katkı sağlayacak ve rol model seçimlerini etkileyecektir. Çocuklar rol modellerini kendileri seçmektedir. Fakat aile ve okul, çocuğu doğru rol modellere yönlendirmekle yükümlüdür. Bu sebeple aileler rahat etmek, kendilerine zaman ayırmak, çocuğun ağlamasını engellemek veya yemek yemesini sağlamak vb. gerekçelerle çocuklarını internet ve içeriklerine maruz bırakmamalı; YouTube videolarının içeriklerindeki yaşlarına uygun olmayan -sevgili olma, makyaj yapma, saçlarını boyama gibi- olumsuz mesajlardan uzak tutulmalıdır. Zira ergenlik çağına gelmiş bir genç kızın ilgi duyabileceği konuların, okul öncesi çağdaki çocuklar tarafından talep edilmesi kaygı duyulması ve çözümü gelecek yıllara ertelenmemesi gereken bir durumdur. İlerleyen yaşlarda çocukların kontrollü olarak internet erişimine müsaade edilirken Family Link

uygulaması aileler tarafından kullanılmalı; aileler ve çocuklar medya okuryazarlığı konusunda bilgilendirilmelidir. YouTube videolarında maruz kalan çocuklardaki ahlaki değerleri önemsemeyen davranışlar ve konuşmalar çocukların yaşantısına ve diline yerleşmeden önlem alınmalıdır. Ayrıca YouTube'un içerik üreticilerine çocukların rol modelleri oldukları fark ettirilmeli; YouTuberlar eğlencenin yanı sıra toplumsal ve ahlaki değerlerin kazandırılmasını hedefleyen, bilgi içeren videolar çekmeye yönlendirilmelidir. Değerlerimize uygun hazırlanan içeriklerin akıllı yazılımlar kullanılarak çocuklar tarafından rahatlıkla erişebilir olması sağlanmalıdır.

YouTube içerikleri ve YouTuberlar ile ilgili son yıllarda hazırlanan tez ve makalelerin ağırlıklı olarak gazetecilik, pazarlama, işletme, radyo televizyon, reklamcılık, halkla ilişkiler, eğitim bilimleri, sosyoloji ve iletişim alanlarında yazıldığı; konunun henüz ilahiyat alanında yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Problemlerin tespit edilebilmesi ve çözümüne yönelik doğru adımlar atılabilmesi için araştırma faaliyetleri artırılması ve alan çeşitliliği sağlanması son derece önemlidir.

## Kaynakça

- Aksoy, Sümeyye. "Akıllı Cihazların Ebeveynler Tarafından Çocuk Bakımında Bir Bakıcı Olarak Kullanılması: Nitel Bir Araştırma". *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 7/11 (Aralık 2020), 231-243.
- Alshamrani, Sultan vd. "Hiding in Plain Sight: A Measurement and Analysis of Kids' Exposure to Malicious URLs on YouTube". *IEEE/ACM Sempodium on Edge Computing* 2020. 324-326.
- Aslan, Alper. *Türkiye'de Çocukların Güvenli İnternet Kullanımında 2010-2015 Yılları Arasındaki Değişimler ve Uygulamaların Yansımalar*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi. 2016.
- Ara'ujo, Camila Souza vd. "Characterizing Videos, Audience and Advertising in Youtube Channels for Kids". *Springer International Publishing* (September 2017). DOI: 10.1007/978-3-319-67217-5\_21.
- Batur, Enes. "Tuvalet Şakası Oyuncağı #Efsaneürünler". *YouTube*. 5 Mayıs 2018, 01:10. Erişim 18 Ağustos 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=xCXX2Ieow04&t=463s>
- Bayrakçı, Mustafa. "Sosyal Öğrenme Kuramı ve Eğitimde Uygulanması". *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 14 (Mayıs 2013), 198-210.
- Bila, Josebhine. Youtube's Dark Side Could Be Affecting Your Child's Mental Health. Erişim 05 Eylül 2021. <https://www.cnn.com/2018/02/13/youtube-is-causing-stress-and-sexualization-in-young-children.html>.

- Çağiltay, Kürşat. "Turkey". *EU Kids Online: National Perspectives* (October, 2012). 67-68. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/eu-kids-online>
- Davidsson, Pamela - Findahl, Olle. "Svenskarna Och Internet 2016". *IIS-Internetstiftelsen i Sverige* (2016).
- Defy Media. *Acumen Report: Youth Video Diet*. 2017. [http://www.newsroom-publicis-media.fr/wp-content/uploads/2017/06/Defi-media-acumen-Youth\\_Video\\_Diet-mai-2017.pdf](http://www.newsroom-publicis-media.fr/wp-content/uploads/2017/06/Defi-media-acumen-Youth_Video_Diet-mai-2017.pdf)
- Demir, Ramazan. *Çocuk Youtuberlar ve Paylaştıkları Videolar Üzerine Bir Doküman Analizi*. Uşak: Uşak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Ergen, Yunus. "Popüler Kültürün Popüler Rol Modelleri YouTuberlar". *İnsan ve Toplum* 9/1 (2019), 117-154. [dx.doi.org/10.12658/M0284](https://doi.org/10.12658/M0284).
- Febriyanti S. N. - Tutiasr, R. P. "Virtual Ethnography Studies of Youth Identity Construction on "Kids Jaman Now" Content Youtube Channels". *International Seminar of Research Month Science and Technology for People Empowerment*. 520-526. Indonesia: y.y., 2018.
- Fide, Eslem Gözde - Sapsağlam, Özkan. "Youtube Yayıncılarının Çocukların Kimlik İnşa Süreçlerine Yansıması". *TÜBAD* 5/2 (Aralık, 2020), 199-210.
- Genç, Zülfü. "Parents' Perceptions about the Mobile Technology Use of Preschool Aged Children". *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 146 (2014), 55-60.
- Geray, Haluk. *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınları, 2003.
- Google. "Çocuğunuz için YouTube ve YouTube Kids Seçeneklerini Anlama". Erişim 10 Eylül 2021. <https://support.google.com/families/answer/10495678?hl=tr>
- Google. "İçerik Üreticiler İçin Para Kazanma". Erişim 10 Eylül 2021. [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_tr/howyoutubeworks/product-features/monetization/](https://www.youtube.com/intl/ALL_tr/howyoutubeworks/product-features/monetization/)
- Gündüz, Turgay. "Gençlik Dönemi Din Eğitimi". ed. Mustafa Köylü. *Gelişimsel Basamaklara Göre Din Eğitimi*. 65-105. Ankara: Nobel Yayıncılık, 2010.
- İşıtmak, Orkun. "Çok Yüksekten Denize Atlama Challenge (Sakin Demeneyin!). *YouTube*. 29 Haziran 2018, 14:12. Erişim 5 Eylül 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=P4usHaLKOXA>
- Jindal, Robin - Kanozia, Rubal. "Do Youtube Based Children Channels Impact Parenting Exploratory Study". *International Online Multidisciplinary Journal* 8/8 (May 2019), 1-11.
- Kahveci, Hakkı. Sosyal Medya İçeriklerinin Ahlaki Değerler Bağlamında İncelenmesi: Youtube Örneği. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 11/1 (2021), 204-225. DOI: 10.18039/ajesi.786295.

- Karaboğa, Mehmet Tahir. "Lise Öğrencilerinin Rol Model Tercihlerine İlişkin Bir Çalışma". *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 15/2 (2019), 363-391. DOI: 10.17860/mersinefd.537859.
- Karakuş Karacaoğlu, Neslihan vd. Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı Argo Kelimeler Çerçevesinden Dil Ahlakına Genel Bir Bakış, *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* (2020), 172-191. DOI: 10.29000/rumelide.808340.
- Kaşıkçı, Duygu Nazire vd. "Türkiye ve Avrupa'daki Çocukların İnternet Alışkanlıkları ve Güvenli İnternet Kullanımı", *Eğitim ve Bilim* 39/ 171 (2014), 230-243.
- Kızılkaya, Zeynep Zelal. "Sosyal Medya Kullanıcılarının Metalaşması: YouTuberlar Üzerine Bir İnceleme", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 35 (2020), 63-91. DOI:10.17829/turcom.741180
- Mayfield, Antony. *What is Social Media* (Crossingi e-book, V1.4 updated 2008).
- Mc Leod, Saul. "Bandura Social Learning Theory". *Simply Psychology*. 25 Eylül 2021. [www.simplypsychology.org/bandura.htm](http://www.simplypsychology.org/bandura.htm)
- Ofcom, *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2020/21*. Erişim 22 Eylül 2021. [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf)
- Ólafsson, Kjartan vd. *Children's Use of Online Technologies in Europe: A Review of the European Evidence Base (Revised edition)*. (September 2014). [https://www.researchgate.net/publication/313018278\\_Children's\\_use\\_of\\_online\\_technologies\\_in\\_Europe\\_a\\_review\\_of\\_the\\_European\\_evidence\\_base\\_revised\\_edition](https://www.researchgate.net/publication/313018278_Children's_use_of_online_technologies_in_Europe_a_review_of_the_European_evidence_base_revised_edition)
- Oyuncakoyunuyorum. "Masal and Öykü Playing Magic Pop it - Funny Kids". *YouTube*. 20 Eylül 2021, 01:24. Erişim 25 Eylül 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=6enYAnjLLnY>
- Özbek, Burcu – Kılıç, Nilgün Sofuoğlu. "Çocuk Öznelerin Youtube ve Youtuberlık Algısı (Aydın İli Örneği)". *Social Sciences Studies Journal* 6/2 (2020), 2000-2012.
- Pereira, Sara vd. "The Youtubers Phenomenon: What Makes Youtube Stars So Popular For Young People?". *Journal of Communication* 17 (2018), 107-123.
- Prens Yankı. "Gece 3'te gizlice Havuza Girdik!". *YouTube*. 12 Eylül 2021, 10:12, Erişim 15 Eylül 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ev2GDTbojtI>
- Prens Elif, "2 Dev Kinder Maxi Ve Elif İçin Baharlık Elbise Alışverişi. Eğlenceli Video". *YouTube*. 18 Mayıs 2018, 09:10. Erişim 18 Ağustos 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=C82bwF-zylQ>
- Riadh, Ladhari vd. "Youtube Vloggers' Popularity And Influence: The Roles of Homophily, Emotional Attachment, and Expertise". *Journal of Retailing and Consumer Services* 54 (2020), 1-11.
- Salkaya, Ayşe Dilan. *Yeni Medyada Çocuk İçerik Üreticileri: Yaşam Biçimi Sunumu Ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinden Youtube Çocuk Kanalları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

- Schmittauer, Amy. *Vlog: YouTube Fenomeni Olmak*. çev. Denis Gürcü. İstanbul: Sola Yayınları, 2017.
- Şalcıa, Osman vd. “Akıllı Cihaz Kullanımının 3-6 Yaş Çocukların Gelişimine Etkisinin Okul Öncesi Öğretmenleri Görüşleri Açısından Değerlendirilmesi”. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Özel Sayı 4* (2018), 53-63.
- Tur-Viñesve, Victoria vd. “Kid influencers on YouTube. A space for responsibility”. *Revista Latina de Comunicación Social* 73 (2018), 1211-1230.
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması* (2011). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2011-8572](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2011-8572).
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması* (2013). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2013-13569](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2013-13569).
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. *06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı Ve Medya* (2013). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=06-15-Yas-Grubu-Cocuklarda-Bilim-Teknolojileri-Kullanimi-Ve-Medya-2013-1586620.9.21>
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması* (2017). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2017-24862](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2017-24862).
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması* (2021). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437).
- UNICEF. *Dünya Çocuklarının Durumu 2017 Bir Dünyada Çocuklar*. ABD: Unicef, 2017. <https://www.unicef.org/turkey/media/4291/file/D%C3%BCnya%20%C3%87ocuklar%C4%B1n%C4%B1n%20Durumu%202017:%20Dijital%20bir%20D%C3%BCnyada%20%C3%87ocuklar.pdf>.
- Ünlükaya, Aydan vd. “Youtube Çocuk Kanallarında Bulunan Video İçeriklerindeki Temaların Ortaya Koyulmasına Yönelik Bir Çalışma”. *Journal of Business in the Digital Age* 4/1 (2021), 33-49. DOI: 10.46238/jobda.962705.
- Wartella, Ellen vd. “Parenting in the Age of Digital Technology”. *Northwestern University’s Center on Media and Human Development*, 2014.
- Westenberg, Wilma. *The influence of YouTubers on Teenagers*. The Netherlands: University of Twente, Master Thesis, 2016.
- We Are Social, “Digital 2021 Global Digital Overview”, Hootsuite, 2021. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>
- Ying, Hui. *YouTube*. İstanbul: Pegasus Yayınları, 2007.

“What Does Cabe Mean in Indonesia?”. Erişim: 12 Ağustos 2021. <https://masteringbaha-sa.com/what-does-cabe-mean-in-indonesia>

YouTube, YouTube Çocuk Alan Rehberi. Erişim: 8 Ağustos 2021. <https://static.googleusercontent.com/media/www.youtube.com/tr/intl/tr/yt/family/media/pdfs/creating-for-youtube-kids-fieldguide.pdf#page=3>



# Dindar Bireylerin Sosyal Medyada Yeni Çağ Spiritüelliğine Katılımı Üzerine Nitel Bir Araştırma<sup>1</sup>

Abdurrahman Kurt<sup>2</sup>

Ahmet Selim Demiryürek<sup>3</sup>

## Özet

20. yüzyılın sonlarına doğru özellikle Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinde kurumsal dinlerin dışında bireyselliğin ön planda olduğu son derece eklektik spiritüel arayışlar ortaya çıkmıştır. Sonrasında Yeni Çağ etiketi ile ifade edilen bu yeni inanma şekilleri kapitalizmin de sürece eklenmesi ile küresel bir olgu halini almıştır. Modern hayatın baskıcı şartlarından, kentin hissiz kalabalıklarından bunalan kitleler maneviyat arayışı içerisine girmeye başlamışlardır. Modern insanın maneviyata yönelik yeni arayışları olarak ele alabilecek bu hareketlerin ülkemizdeki yansımaları ise özellikle son 30 yılda kendini net bir şekilde göstermektedir. Araştırmanın amacı, küreselleşme dinamiklerin somutlaştığı sosyal medya araçlarıyla günden güne Türk toplumunda daha da popülerleşen Yeni Çağ (New Age) spiritüelliği üzerine kurulu inanışların, geleneksel İslamî duyarlılığa sahip Müslüman dindar bireyler tarafından sanal ortamda nasıl deneyimlendiği, nasıl konumlandırıldığı ve onların gündelik yaşamlarına nasıl etki ettiğini anlamak ve kavramsallaştırmaktır. Araştırmanın temel problemi ise İslamî hassasiyete sahip dindar kimliğin sosyal medyada Yeni Çağ ruhsallığı ile nasıl bir etkileşime girdiğidir. Spiritüel arayış içinde olan dindar bireyler sosyal medyanın sağladığı kültik ortamda nasıl bir eklektik dindarlık üretmektedirler? Yeni Çağ'a özgü öğretiler ve pratikler sosyal medyanın tüketim kanallarında nasıl metalaşmaktadır? Dindar bireylerin spiritüel pratikleri sosyal medyada "İslamileştirme", "anlaşılır kılma", "benimseme" ve "filtreden geçirme" stratejileri nelerdir? Bu sorular çalışmanın cevaplarını aradığı temel problemlerinden bazılarına işaret etmektedir. Bu kapsamda İstanbul, Ankara, İzmir,

- 1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*'nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.
- 2 Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi. akurt@uludag.edu.tr / orcid.org/0000-0001-6087-3725
- 3 Arş. Gör., Bursa Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi. ahmetselimdemiryurek@gmail.com / orcid.org/0000-0001-9567-0186

Bursa gibi büyükşehirlerde yaşayan en az 3 yıldır Yeni Çağ spiritüelliğinin kurulu olduğu bioenerji, reiki, theta healing, access bars, numeroloji, aile dizimi, astroloji gibi spiritüel enerji şifa tekniklerinden biri ya da birkaçını uygulayan 23'ü kadın 2'si erkek 25 dindar bireyle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmış ve bu bireylerin sosyal medya hesapları takip edilmiştir. Saha araştırmasının bulguları, Yeni Çağ spiritüelliği ile ilgili uluslararası literatürde öne çıkan temel kavramsal ve olgusal tartışmalar bağlamında ele alınmış ve analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Çağ, Spiritüellik, Dindarlık, Sosyal Medya.

## A Qualitative Research on the Participation Of Religious Individuals to New Age Spirituality in Social Media

### Abstract

Towards the end of the 20th century, extremely eclectic and individual spiritual pursuits have emerged apart from institutional religions, especially in America and Western European countries. Afterwards, these new ways of believing, expressed with the New Age label, have become a global phenomenon with the new communication technologies. The masses, overwhelmed by the oppressive conditions of modern life and the numb crowds of the city, began to seek spirituality. It is observed that these movements, which can be considered as modern people's new pursuits for spirituality, have also seriously affected Turkish society.

The research aims to understand and conceptualize how beliefs based on new age spirituality, which is becoming more popular in Turkish society day by day with the dynamics of globalization and social media, are experienced by Muslim religious individuals with traditional Islamic sensitivity, how they are positioned, and how they include them in their daily lives. The main problem of the research is how religious identity with Islamic sensitivity interacts with New Age spirituality. What kind of eclectic religiosity do spiritual seekers produce in the cultic environment provided by social media? How do New Age teachings and practices become commodified in the consumption channels of social media? What are the strategies of religious individuals to Islamize, make intelligible, adopt and filter spiritual practices? These questions point to some of the main problems for which the study seeks answers. In this context, a qualitative field research conducted on religious individuals who have been living in metropolitan cities such as Istanbul, Ankara, and Izmir, Bursa and have been practicing one or more of the spiritual energy healing techniques such as bioenergy, reiki, theta healing, access the bars, numerology, astrology for at least 3 years. 25 individuals, 23 female and 2 male, were interviewed. The findings of the field research discussed in the context of the main conceptual and factual debates in the International literature on New Age spirituality.

**Keywords:** New Age, Spirituality, Religiosity, Social Media.

## Giriş

Batı toplumlarında özellikle 1960'lerden itibaren dinlerin kurumsallaşmış geleneksel formlarından bireysel spiritüelliğe doğru bir kayma söz konusudur. Yapılan birçok araştırma günümüz Batı toplumlarında kendilerini dindar olmak yerine spiritüel olarak isimlendiren insanların sayısında bir artış gözlemlendiğini ortaya koymuştur. Spiritüellik, reiki, meditasyon, çakralar, holizm, yoga gibi kavramlar Amerika ve Batı Avrupa'da geleneksel Hıristiyan repertuarından daha yaygın bir öneme sahip olmaya başlamıştır. (Heelas ve Woodhead, 2005:1) Günümüzün küresel dünyasında gözlemlenen geleneksel kurumsallaşmış dinlerin dışında gelişen bu tarz alternatif spiritüel ilgilerin Batı toplumlarındaki başlangıç noktasının ise 1960'larda serpilmeye başlayan 1970 ve 1980'lerde gün yüzüne çıkan Yeni Çağ hareketi ile ifade edildiğini söylemek mümkündür. Yeni Çağ (New Age), ismini insanlığın yaklaşan milenyumla birlikte kova burcuna gireceği, böylece ruhani bir sıçramaya eşlik eden kozmik bir farkındalık yaşayacağı düşüncesinden almıştır. (Hanegraaff, 1996: 10-11) Teosofi, paganizm, şamanizm, okültizm, spiritualizm, yeni düşünce (new thought), hümanist psikoloji gibi 19. yüzyılda ortaya çıkan çeşitli ezoterik inançların ve fikir hareketlerinin temelinde yer aldığı Yeni Çağ hareketi (Hanegraaff, 1996:384-496), yeni dinî hareketlerdeki örgütsel tarikat yapılarının aksine çeşitli eklektik kült biçimlerine karşılık gelebilecek spiritüel eğilimler dizisini ortaya koymuştur. Süreç; reenkarasyon inancı, geçmiş hayatlara ilişkin arayışlar, panteist Tanrı anlayışı, ruhlarla kurulan ilişkiler gibi ezoterik dinsel unsurları içermesi dışında, UFO'lar ve Tanrı arasında bağlantı olduğuna yönelik kavrayışlarda olduğu gibi, modern inanç formları üzerinden yeni dinsel yorumlara kapı aralamaktadır. (Mirza, 2014: 20) Yeni Çağ inanışlarının birbiriyle herhangi bir ilişkisi ve benzerliği bulunmayan felsefeleri, gelenekleri, bağlamları ve kültürel motifleri sorunsuz bir biçimde top-layan (postmodern) bir kolaj olmasından ötürü sosyologlar Yeni Çağ inanışlarını tanımlanması zor bir olgu olduğunu belirtmişlerdir. (Hanegraaff, 1996: 1) Yeni Çağ olgusu üzerinde derinlikli ilk teorik çalışmalardan birini yazan Hanegraaff'a göre; belli bir kurucusu, organizasyon yapısı, standart dinî uygulamaları olmayan Yeni Çağ fenomeninin ana akımdan sapmış inanç ve fikirlerin toplama-ını içine alan kültik bir ortam (Campbell,1972: 12-26 ; Hanegraaff, 1996:14) olduğunu söylemek mümkündür. "Kültik ortam" burada Yeni Çağ takipçilerinin akışkan kümelenme biçimlerini daha iyi kavramsallaştırmak için öğretici bir araç olarak kullanılmıştır. Buna göre kişisel gelişim yolunda olan bireyler, kitle iletişim araçlarının geniş iletişim ağlarında üretilen her türlü spiritüel metayı tüketme eğilimindedir. Örneğin bireyler arınma ve şifa seminerlerine, atölyelere, meditasyon seanslarına, zihin beden ve ruh festivallerine, spiritüel tatil aktivite-

lerine katılabilirler. Astroloji, Osho, kuantum enerji, feng shui, sufizm ile ilgili kitaplar okuyabilir ya da kişisel gelişim ile ilgili TV programlarını takip edebilirler. Birey bu holistik ortamda (holistic milieu) (Heelas ve Woodhead, 2005) şifayı, canlı olan evrene uyum sağlamak olarak tecrübe eder. Burada enerji teması son derece önemlidir. Enerji, insanın Tanrı ve evrenle sürekli ilişki içinde olduğu mistik bir vasıta ve kültik ortamda sürekli cari olan bir para birimi gibidir. Merkezî otoriteden yoksun son derece esnek böylesi bir ortamda bireyin nihai amacı modern toplum şartlarında kendini iyi hissetmek, kendini gerçekleştirmek, kendi içsel farkındalığını yakalamak ve aydınlanmak, tüm dış otoritelerden özgürleşmek ve öznel dönüşümü elde etmektir. (Pusat, 2017: 110) Kendilik üzerinden gelişen söz konusu kişisel gelişim karakterini öz maneviyat (self spirituality) kavramıyla açıklayan Paul Heelas, “Yeni Çağ Hareketi: Benliğin Kutlanması ve Modernitenin Kutsanması” (Heelas, 1996) adlı meşhur kitabında Yeni Çağ takipçilerini detaylı biçimde analiz etmiştir. Heelas öncelikle hareketteki bunca farklılık ve çeşitliliğe rağmen tüm Yeni Çağ inanışlarının muayyen karakterinin “öz maneviyat” (self spirituality) olduğunu belirtir. “Öz maneviyat” kavramına göre Yeni Çağ takipçileri en başta benliğin (self) kutsal olduğunu, bireyin bu kutsallığı açığa çıkarması ve deneyimlemesi gerektiğini öne sürmektedirler. “Yeni Çağ’ın ortak dilinin en nitelikli yönü kişinin özünde spiritüel olmasıdır. Benliği, egoyu, kişinin doğan özünü tecrübe etmesi, Tanrı’yı, kaynağı, bilinci, içindeki çocuğu, kalbin derununu daha genel bir kullanım ile deruni spiritüelliği deneyimlemesi anlamına gelir.” (Heelas, 1996: 21) Burada geçtiği şekliyle Yeni Çağ spiritüelliğinde “deneyimlemek” içsel spiritüelliğe aracısız olarak erişmektir, bu da “aracısız bireyselleşmedir” (unmediated individualizm). (Heelas, 1996: 21) Bu yüzden Yeni Çağ spiritüelliğinde bireyin evrensel hakikatle ilişki içinde olan içteki spiritüelliği aracısız deneyimlemek yerine kurulu din, gelenek, kültür ve bilim gibi dış otoritelere tabi olması beklenemez. Yeniçağ bireyi, kurulu dinî geleneklerden<sup>4</sup>, karizmatik liderlerden, eğitim uzmanlarından, bilim adamlarından gelen otorite seslerini ve hakimiyetlerini içsel deneyimin somutlaştığı çeşitli meditasyon ve bilinç ritüelleriyle bastırmaya çalışmalıdır: “Kurulu dinî gelenekler, bilmenin deneyimsel olmayan yollarıdır. Bu yollar seni deneyimden uzak tutar ve olanı olduğu gibi kabul etmeni sağlar.” (Heelas, 1996: 22)

Batı Avrupa ve Amerika’daki ana akım dinin dışında ortaya çıkan söz konusu gelişmelerin küreselleşme dinamiklerinin somutlaştığı kitle iletişim araçları yoluyla Türk toplumuna da etkisi söz konusudur. Son yıllarda reiki, bioenerji, theta healing, access bars, numeroloji, aile dizimi, astroloji gibi spiritüel enerji ve şifa pratiklerinin çoğunluğu Müslüman olan Türk toplumunda giderek popü-

4 Heelas tarafından bu süreç “geleneksizleşme süreci” (process of “detraditionalization”) olarak kavramsallaştırılmıştır. (1996:22)

ler hale geldiği gözlemlenmektedir. Adı geçen spiritüel pratiklerin takipçilerine Tanrı, evren, insan ve bilim gibi temel varoluşsal konularda yeni argümanlar, fikirler ve dünya görüşü sunduğu ve bunların çeşitli ritüellerle gündelik yaşamda özümsemişi ve rutin hale getirildiği görülmüştür.

Halen devam eden saha araştırmamızda dikkat çekici olan, Türk toplumunda Yeni Çağ spiritüelliğine yönelenlerin içinde hatırı sayılır biçimde dindar bireylerin de yer almasıdır. Dindar bireylerden kastımız İslam'ı sadece inanç düzeyinde değil de aynı zamanda ibadet, duygu, bilgi ve davranış boyutlarıyla yaşayan, dindar bir çevreden gelen dini grup geçmişi bulunan veya dinî eğitim veren İmam Hatip Lisesi, İlahiyat Fakültesi gibi kurumlardan mezun olması hasebiyle dinî bir repertuara sahip olan bireylerdir. Bu çerçevede ülkemizde dindar bireylerin de küresel ölçekte pazara sunulan spiritüel teknikleri satın aldıkları bunlar üzerinden sosyal medya kimliklerini oluşturdukları ve spiritüel pratikleri gündelik yaşama tatbik ettikleri gözlemlenmiştir. Dindar bireylerin sürece dâhil olması geleneksel İslamî perspektifin Yeni Çağ ruhsallığı ile nasıl bir etkileşime girdiği, bu kültüre ait olanla yer değiştirip değiştirmediği, eklektik bir dindarlık oluşturup oluşturmadığı meseleleri açısından problematiktir. Zira hala devam eden araştırmamızda dindarların spiritüel pratikleri “İslamîleştirme”, “anlaşılır kılma”, “benimseme”, “filtreden geçirme” stratejileri göze çarpan bir husustur. Süreç dindarlar tarafından üretilen “İslamî bioenerji”, “İslamî regresyon”, “İslam astrolojisi”, “esmalarla terapiler”, “rahmani enerji” eğilimleri gibi eklektik spiritüel yaklaşımları ortaya çıkarmasının yanında sadece Türk toplumuna özgü (tasavvufî kavramlarla ifade edilen) yeni spiritüel pratiklerin de vücut bulmasının yolunu açmıştır. Yaratıcı ile irtibatını “theta frekansı”nda<sup>5</sup> anlık olarak kuran, “hayat ağacı”, “anka kuşu”, gibi enerji sembolleri ve kristal taşları taşıyan, “esmalara dayalı olumlamalar”-la içsel huzurunu keşfeden, “atalardan gelen epigenetik aktarımlar”ı gündelik ritüel ve şifa çalışmaları ile temizleyen Müslüman kimlik, Allah, Kur’an, peygamber, hadis, keşif, inkişaf gibi dinî gelenekteki kavramları çakralar, çekim yasası, kuantum, enerji, epigenetik, bilinçaltı, titreşim ve frekans kavramları ile birlikte aynı düzlemde kullanmaktadır.

## 1. Yöntem

Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı halen devam eden çalışmamızda<sup>6</sup> gözlem, katılımcı gözlem ve derinlemesine görüşme teknikleri veri toplama araçları olarak kullanılmıştır. Genel bir literatür taraması yaptıktan ve temel bazı

5 Theta frekansı, theta healing spiritüel tekniğine özgü bir meditasyon pratiğidir.

6 Saha araştırmasına 15 Eylül 2020 tarihinde başlanmıştır.

kaynakları okuduktan sonra, benzer çalışmaların olumlu ve olumsuz yönleri göz önüne alınarak yarı yapılandırılmış formatta görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme formunda kişisel-demografik; katılımcıların yetiştiği ailenin sosyo-ekonomik özelliklerini, geleneksel dindarlıklarını, çocukluktan itibaren yaşadıkları psikolojik, varoluşsal ve travmatik deneyimlerini, spiritüel arayışlarının nasıl başladığını, spiritüel teknikleri uygulamaya başladıktan sonra değişen dindarlık algılarını ve bireyselleşme eğilimlerini, gündelik yaşamlarında uyguladıkları spiritüel ritüelleri öğrenmeyi amaçlayan sorular sorulmuştur.

## 2. Örneklem

Çalışmamızda örneklem, katılımcıların araştırmanın amacına ulaşmasını sağlayacak kriterleri taşıyan kişilerden veya gruplardan seçilmesi anlamına gelen amaçlı örnekleme tekniğine uygun olarak seçilmiştir. Yeni Çağ spiritüelliğini ve pratiklerini bir öğreti olarak benimseyen, öğrenen ve ilgili ritüelleri düzenli olarak uygulayan 20-60 yaş arasında 22'si kadın 5'i erkek, toplamda 27 dindar bireyle görüşülmüştür. Halen devam eden saha araştırmamızda katılımcıları seçerken araştırmamızın amacı açısından aşağıdaki ortak özellikleri taşıması kriterine riayet ettik:

- En az 3 yıl bioenerji, reiki, theta healing, access bars, numeroloji, astroloji<sup>7</sup> gibi spiritüel enerji şifa tekniklerinden biri ya da birkaçını uygulamak

7 "Spiritüel şifa teknikleri" olarak Avrupa ve Amerika'dan toplumumuza ithal edilen bu pratiklerin isimleri ve yöntemleri farklı olsa aynı düşünce akımını karakterize ettiği, aynı kavramları kullandığı görülmüştür. Dolayısıyla görüşme yaptığımız katılımcılar bu tekniklerden en az ikisini hayatına tatbik etmektedir. Örneğin bioenerji eğitmenliği yahut uygulayıcısı olan kişi aynı zamanda theta healing, numeroloji gibi diğer tekniklerle de ilgilenmektedir. Bireyler, spiritüel ortamda yüzen spiritüel gezginler gibi istedikleri tekniklerin eğitimini alıp gündelik yaşamına tatbik etmektedir. Söz konusu pratiklerin tamamı Tanrı'yı evreni ve insanı her an iletişim içinde olunabilen mistik bir enerji olarak tahayyül etmekte bu enerjinin bazı meditatif tekniklerle deneyimlenebileceğini vaat etmektedir. Bu pratikler, hümanist psikolojiden, teosofiyeye Hint mistisizminden Osho'ya kadar geniş bir panteonda çeşitli felsefe ve dinlerden aldığı kavramları paketleyerek bilimsel bir ürün hizmeti gibi bireyin kişisel gelişimi yolunda pazarlamakta olduğu gözlemlenmiştir. Tekniklerden birini örnek vermek gerekirse Amerikalı Vianna Stibal tarafından keşfedildiği öne sürülen ve Türkiye toplumunda son yıllarda yaygınlaşmaya başlayan theta şifası tekniği(theta heling) Yeni Çağ spiritüelliğinin kurulu olduğu inançları paketlenmiş bir şekilde tüketicilere sunmaktadır. Theta healing zihinde var olduğu söylenen beş beyin dalgasından biri olan theta dalgası vasıtası ile danışanlara şifa sağladığını iddia eder. Yaratıcı ile girilen derin bir meditasyonu temsil eden theta frekansına erişmek ve anda şifaya tanık olmak için yedinci varoluş seviyesine çıkmak gereklidir. Kuantum enerji, frekans, sezgisel anatomi, çakralar, aura gibi bilimsel, metafizik ve mistik kavramları birlikte kullanan söz konusu pratik, bilinçaltı blokajlarından arınma, çakra dengeleme, atalardan helen epigenetik aktarımlardan özgürleşme gibi sayısız ritüel şifa çalışmasını içerir. Bağlıları tarafından ruhsal öğretmen kabul edilen Stibal, 2019 Şubat ve 2020 Temmuz tarihlerinde İstanbul Hilton Bosphorus otelinde 400'er kişilik bir grupta ücret karşılığı olarak eğitmenlik ve uygulayıcılık eğitimi vermiştir. Theta healing gibi diğer teknikler de aynı dünya görüşünü aynı kavramlarla anlatmaktadır.

- veya bu tekniklerin eğitmenliğini yapmak,
- İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi büyükşehirlerde yaşamak<sup>8</sup>,
  - İslam'ı sadece inanç düzeyiyle değil aynı zamanda ibadet, dinî ritüellere katılım, duygu, bilgi ve davranış boyutları ile yerine getirmeye çalışmak, (Bu bağlamda katılımcılara Beş vakit namaz ibadeti, Ramazan orucu, gibi İslam'ın farz olan ibadetlerini yerine getirip getirmediği sorulmuştur.
  - Çocukluğundan itibaren dindar bir çevreden gelmek veya dinî grup geçirmiş bulunmak veya İmam Hatip Lisesi, İlahiyat Fakültesi gibi dinî eğitim veren kurumlardan mezun olmak.

### 3. Veri Toplama Süreci

Katılımcılara öncelikle yakın çevremizdeki kişilerin yardımı ile sonrasında çoğunlukla Instagram sosyal medya aracı üzerinden kartopu örnekleme metodu ile ulaşılmıştır. Sosyal ağlardaki ortak arkadaşları görebilme, onların çevrimiçi video sohbetlerine katılabilme, paylaştıkları görsel ve işitsel verileri takip edebilme özellikleri katılımcıları bulmamız ve onlarla ilgili veri toplamamız noktasında kolaylık sağlamıştır. Çünkü spiritüel şifa ve enerji tekniklerini kullanan bireyler pandemi döneminin de etkisiyle sosyal medya ağlarını yoğun biçimde kullanmakta, uyguladıkları veya eğitmenlik yaptıkları spiritüel teknikler ile ilgili büyük kısmı ücret karşılığı çevrimiçi seminerler, atölyeler, canlı meditasyon ve şifa ritüelleri gerçekleştirmektedirler.

Katılımcılarla 1 saat ile 4 saat arasında değişen derinlemesine görüşmeler yapılmış, görüşmelerde 15 soruluk bir görüşme formu kullanılmıştır. 5 katılımcı ile yüz yüze, 22 katılımcı ile pandemi dolayısıyla onların istekleri göz önüne alınarak online zoom programı üzerinden görüşülmüştür.

### 4. Türkiye'de Yeni Çağ İnanışları

Yeni Çağ pratiklerinin Türk toplumuna girişi gelişmesi ve bugünü noktasında üç aşamalı bir seyir takip etmek mümkündür. Birinci aşamada 1990'lardan itibaren yeni bilim, okültizm, spiritüalizm gibi konularda İngilizce'den Türkçe'ye tercüme edilen kitaplarla birlikte Türk toplumunda Yeni Çağ'ın spiritüel vizyonu ön plana çıkmaya başlamıştır. İkinci aşama ise 2000'li yıllara denk gelir. Türkçe'ye kazandırılan geniş Yeni Çağ literatürüne ek olarak Yeni Çağ vizyonu ile sunulan yoga ve meditasyon pratikleri çeşitli grup ve kişiler tarafından uygulanmaya başlanmıştır.

8 Şu ana kadar ulaşabildiğimiz katılımcılar genel olarak adı geçen büyük şehirlerde yaşamaktadır. Saha araştırmamızda dikkat çeken husus spiritüel arayışların genel olarak büyük şehirlerde kümelendiğidir.

tır. 2000’li yıllardan sonra ise hem Amerika ve Avrupa merkezli çeşitli grupların Türkiye’deki şubeleri hem de yurtdışında bu pratiklerle ilgili seminerlere, kurslara katılmış kişilerin verdikleri derslerle birlikte Yeni Çağ, pratik boyutuyla gelişmeye devam etmiştir. Günümüzde ise Yeni Çağ alanına giren konularda özelleşmiş yirmiyi aşkın yayınevi, onlarca dergi, yüzlerce organizasyonel ve kişisel internet ve sosyal medya sayfasının yanında kurslar, seminerler, fuar ve festivaller, atölye çalışmaları (workshops), alternatif tıp pratikleri, Yeni Çağ vizyonunun genel toplumsal kesimlerce benimsenmeye ve gelişme kaydetmeye başladığının da işaretlerini verdiğini söyleyebiliriz. (Başkaya, 2006: 118)

Günümüzde ve özellikle son 10 yılda ise Türk toplumunun Amerika ve Batı Avrupa’da paketlenmiş spiritüel içeriklerin pazarı haline geldiği söylenebilir. Özellikle Instagram ve Facebook gibi sosyal medya araçlarında yüzlerce sayfa ve içerik paylaşımı göze çarpmaktadır.

### 5. Yeni Çağ Spiritüelliği ve Sosyal Medya

Sosyal medya araçları özellikle pandemi dönemi ile birlikte Türk toplumunda yaygın olarak kullanılan iletişim mecralarından birisi haline gelmiştir. Tüm sosyal ilişkilerin kısıtlandığı salgın döneminde insanlar arasında internet ağları yoluyla sosyallik hissi oluşturmaya sosyal medyayı günümüz insanları için vazgeçilmez hale getirmiştir. Yapılan bir araştırmaya göre evde geçirilen pandemi döneminde insanların Yeni Çağ pratiklerine daha yoğun ilgi ve katılım gösterdiği gözlemlenmiştir. Spiritüel öğretilerin tema olarak merkeze alındığı sayfalar ve takipçileri üzerinde yapılan bir anket pandemiyle pik yapan bir artış seyri saptanmıştır. (Özdemir ve Türk, 2020: 159). Aynı doğrultuda astrolojiyi merkeze alan Pınarbaşı’nın araştırması da gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte başta astroloji olmak üzere birçok spiritüel pratiğin son yıllarda dijital ortamda daha fazla yer almaya başladığını sosyal medya araçlarının erişim ve etkileşim kolaylığının yoğun sanal birliktelikler oluşturduğunu ortaya koymuştur. (Pınarbaşı, 2021)

Sosyal medyanın toplumsal iletişimde en ön saflara ilerlediği toplumumuzda küresel bir olgu olan Yeni Çağ spiritüelliğine özgü inanış ve pratikler de küreselleşme dinamiklerinin somutlaştığı sosyal medya araçlarıyla günden güne popüler hale gelmektedir. Sosyal medyanın üst otoritelerden ve hiyerarşilerden yoksun bireysel ağ ortamı, Yeni Çağ spiritüelliğinin kültik ortamına son derece uygun bir mecra oluşturmuştur. Zira Yeni Çağ spiritüelliğinin lider merkezli, sınırları belli muayyen doktrinleri olan grup benzeri örgütsel bir tarafı yoktur. Spiritüel arayışta olan bireyler spiritüel pazarda çeşitlenmiş ritüelleri bir müşteri gibi satın almaktadır. Aynı kişiler belirli bir yetkinliğe ulaştıktan sonra aynı



spiritüel tekniklerin bu kez satıcısı konumuna geçmektedir. Böylece spiritüel arayışta olan bireylerin spiritüel gezgin oldukları bir sosyal medya mecrasından bahsedilebilir. Bireyler bir tüketici olarak ihtiyaç duydukları ruhsallığı dinsel çoğulculuğun rekabetçi ortamında bir piyasaya dönüşen spiritüellik içinde Yeni Çağ spiritüelliğinin ürünlerinden satın alarak doyurmaktadırlar.

Spiritüel tatmini vaat eden birçok ticarî spiritüel teknik sosyal medya yoluyla bireylere arınma, şifa, özgürleşme, kendini gerçekleştirme, kendini iyi hissetme vaat etmektedir. Bu vaatler oluşturulan Whatsapp ve Telegram gruplarında, Instagram anlık sohbet odalarında, Facebook'daki sınırsız bilgi paylaşımları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Örneğin takip ettiği sayfanın haftalık astroloji yorumunu dinleyen bir kişi aynı gün, spiritüel çekim yasası ile ilgili canlı bir videoları takip edebilmekte, yine bu canlı videolardaki şifa seanslarına online olarak katılabilmektedir. Ayrıca Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinde paketlenen theta heling, access the bars, bioenerji, numeroloji gibi birçok enerji şifası tekniği ülkemizdeki bireylere sosyal medya aracılığıyla pazarlanmaktadır. Söz konusu spiritüel tekniklerin eğitimlerini yurt dışında para karşılığı alan bireyler sosyal medyada yine belli ücretler karşılığında yüz yüze seminerler, atölyeler, şifa ve arınma seansları teklif etmektedir. Küresel pandemi ile birlikte yüz yüze gelmenin kısıtlandığı son 1,5 yılda spiritüel ritüeller, online çevrimiçi eğitimlerle gerçekleştirilmeye başlamıştır. Sosyal medya bu açıdan kültik inanışların ritüellerini online ortama taşımalarına olanak sağlamıştır.

## 6. Sosyal Medyada Dindarların Yeni Çağ Spiritüelliğine Katılımı

Amerika ve özellikle Batı Avrupa'da ortaya çıkan Yeni Çağ spiritüelliği günümüzdeki gibi küresel bir olgu olmadan önce Batılı toplumların tarihsel, sosyal ve dinî tecrübeleri ekseninde yine kendi sosyal ve dinî tecrübesi ekseninde ortaya çıkmıştır. Çoğunluğu Müslüman olan Türk toplumunun ise küresel bir olgu olan Yeni Çağ spiritüelliğine dair öznel bir tecrübesi olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin spiritüellik Batı'da kurumsal dine yani Hıristiyanlığa karşıt bir pozisyonda yer alırken Türk toplumunda spiritüellik, geleneksel İslamî dindarlıkla çoğu zaman aynı anlamda kullanılmaktadır. Bu konuda İslam'ın Hıristiyanlığa göre daha az kurumsal, daha çok bireysel bir din olduğu yorumu yapılmıştır (Düzgüner, 2016).

Yeni Çağ spiritüelliği çok çeşitli dinî, ezoterik ve felsefi öğretiyi bireyin kendini gerçekleştirmesi yolunda enstrüman olarak kullandığı için söz konusu spiritüelliğin Türk toplumundaki yayılımının da aynı doğrultuda olduğunu söylemek mümkündür. Yeni Çağ spiritüelliği Türk toplumunun kültürel kodlarını ve geleneksel dinden aldıkları kavramları spiritüel öğretilere yedirerek tüketici

için kabul edilebilir bir kıvama sokmaktadır. (Özdemir ve Türk, 2020: 173) Süreç dindarlar tarafından üretilen “İslamî bioenerji”, “İslami regresyon”, “İslam astrolojisi”, “esmalarla terapiler”, “rahmani enerji”, “miraç meditasyonu”, “akleden kalp atölyesi” gibi eklektik spiritüel yaklaşımları ortaya çıkarmasının yanında sadece Türk toplumuna özgü (tasavvufi kavramlarla ifade edilen) yeni spiritüel pratiklerin de vücut bulmasının yolunu açmıştır. Ayrıca İslam dininde bidat ve hurafe olarak kabul edilen halk dinî öğeleri de Yeni Çağ spiritüelliğinin kültik ortamında tekrar dolaşıma girmiş ve bireyin ihtiyaçları doğrultusunda sosyal medyada sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Şimdiye kadar yaşadıkları sorunlar karşısında kendilerini büyücülerin, cincilerin, üfürükçü ve falcıların yanında bulanlar bugün sosyal medyada “yaşam koçluğu”, “enerji danışmanlığı”, “aile danışmanlığı”, “nazar büyü, sihirden özgürleşme danışmanlığı” gibi modernize edilmiş sahne isimleri ve reklam dilleri ile pazarlanmaktadır.

Asıl problem ise İslam’ı inanç ibadet, duygu, bilgi ve davranış boyutlarıyla yaşayan, dindar bir çevreden gelen dinî grup geçmişi bulunması veya dinî eğitim veren İmam Hatip Lisesi, İlahiyat Fakültesi gibi kurumlardan mezun olması hasebiyle dinî bir repertuara sahip olan bireylerin de bu spiritüel arayışlara katılmasıdır. 90’li yıllardan bu yana daha çok sosyo-ekonomik açıdan üst katmanlarda yer alan ve seküler dünya görüşüne sahip olan bireylerin yoga ve reiki yaptıkları, Osho gibi ruhani önderleri takip ettikleri, spiritüel arayışlar için Uzak Doğu ülkelerini ziyaret ettikleri bilinen bir olguydu (Cengiz ve Küçükkural, 2021: 103). Günümüzde ve özellikle son 10 yılda ise dindar ve orta sınıf bireylerin de spiritüel arayışta oldukları göze çarpan bir durum haline gelmiştir.

Saha çalışması halen devam eden araştırmamızda dindar bireyleri spiritüel ortama sokan etkenlerin başında geçmiş yaşamda yaşadıkları travmatik olaylar, boşanmalar, bedensel ve ruhî rahatsızlıklar, çeşitli aile problemleri, kent toplumunda yaşamının getirdiği stres ve baskı gelmektedir. Bu rahatsızlıkların bireyleri içsel bir arayışa sürüklediği anlaşılmaktadır. Özellikle kadın bireylerin ruhsal terapi ve psikolojik destek beklentisi baskın çıkmıştır. Mülakat yaptığımız katılımcılar yaşadıkları problemleri aşmak için çeşitli psikologlara gitmiş, dinî gruplardaki dinî sohbet ortamlarına katılmış, çevrelerindeki bazı hocalardan dua almış ancak etkili bir sonuca ulaşamadıklarını ifade etmişlerdir.

Sosyal medya reklamları aracılığıyla “bilimsel bir şifa tekniği” olarak lanse edilen bioenerji, theta healing, access the bars, reiki gibi şifa tekniklerini öğrenen ve ardından bu spiritüel tekniklerin eğitimini belli ücretler karşılığında satın alan dindar katılımcılar kendilerini din bilim kardeşliğini esas alan bütüncül şifa yaklaşımları içinde bulmuşlardır. Bütüncüldür çünkü bireylerin anne karnında yaşadıkları geçmiş travmalardan gelecekte yaşayacakları problemleri tespit etmeye gündelik yaşamlarında yaşadıkları alelade bir trafik kazasından

evlerindeki negatif enerjiyi temizlemeye kadar geniş bir panteonda yeni bir Tanrı, evren ve insan anlayışı sunmaktadır. Öncesinde şifa arayışı ve sağlık beklentisiyle şifa tekniklerini tatbik eden katılımcılar spiritüel ortama dâhil olduktan sonra gündelik sosyal, iş ve aile ilişkilerini spirütüel kaidelere göre belirlemeye başlamıştır. Katılımcılar ayrıca spiritüel teknikleri gündelik hayatlarına tatbik etme sürecinde Türkçe literatürde öne çıkan spiritüel konularla alakalı pek çok yazarı da okumaya başlamış ayrıca sosyal medyada ve bazı TV programlarında önce çıkan Yeni Çağ konuşmacılarından da ciddi şekilde yararlanmışlardır.

Katılımcıların tamamı spiritüel teknikleri almaya başladıklarında bu tekniklerin bazı yönleriyle geleneksel dinî anlayışları ve dinî bilgi repertuarları arasında bir çatışmaya yol açtığını fark ettiklerini, sonrasında söz konusu spiritüel tekniklerin İslam'a uymayan taraflarını filtreden geçirme stratejileri uygulamaya başladıkları görülmüştür. Sözelimi spiritüel alanda karşılaştıkları "Reenkarnasyon" veya geleceğe dair kehanette bulunma gibi inançlarını İslam'a uymadığı gerekçesi ile reddeden dindar katılımcılar bu tür inançların yerine atalardan gelen travmatik aktarımları veya gelecekte ne olacağının ilhamen bildirilmesine benzeyen hiss-i kable'l-vukü çeşidi inançları benimseme ve bu inançları tasavvufla bağdaştırma yoluna gittikleri gözlemlenmiştir. Burada dindar katılımcılar spiritüel olanla İslamî olanı ayırma yoluna gitmeden spiritüel olanla İslamî olanın aynı potada yaşayabileceği anlayışını savunmuşlardır. Daha önce ifade ettiğimiz gibi kendilerini dindar olarak tanımlayan bireyler; Allah, Kur'an, peygamber, hadis, keşif, inkişaf gibi dinî gelenekteki kavramları çakralar, çekim yasası, kuantum, enerji, epigenetik, bilinçaltı, titreşim ve frekans kavramları ile birlikte aynı düzlemde kullanmaktadır. Yine burada Türk İslam kültürüne ait tasavvufi repertuar Yeni Çağ spiritüelliğine eklenmenin ana damarını oluşturmaktadır. Bu meyanda dindar katılımcıların görüşmelerde referanslarını çoğu zaman İslam geleneğinde temayüz etmiş Mevlana, İbn Arabi gibi mutasavvıflara ve onların özlü sözlerine yaptıkları ve tasavvufi terimler kullandıkları gözlemlenmiştir.

Sosyal medya yoluyla aynı spiritüel tekniklerin bu kez eğitimliğini yapan ve bu eğitimlerden para kazanmaya başlayan katılımcıların spiritüel pazar ekonomisini fark etmeye başladıkları gözlemlenmiştir. Burada aynı zamanda bazı meşrulaştırma stratejileri uygulayan dindar katılımcılar, kapitalist pazar ekonomisinde ortaya çıkan faizsiz bankacılık, İslamî oteller, İslamî medya kuruluşlarına paralel olarak spiritüelliğin de İslamîsini bulmak adına İslamî bioenerji, İslamî regresyon, İslam astrolojisi, tasavvufi astroloji gibi sosyal medya sayfalarıyla spiritüelliğin İslamîsini servis etme çabası içine girmişlerdir.

Özellikle kadın katılımcıların sosyal medya kanalıyla küresel spiritüel pazarı fark etmeye başladıktan sonra ciddi bir statü yükselmesi yaşadıkları sosyo-eko-

nomik açıdan güçlendikleri görülmüştür. Önceleri kendi sosyal çevresinde mütevazı bir ev hanımıyken spiritüel alana dâhil olduktan ve spiritüel pazar ekonomisini fark etmeye başladıktan sonra spiritüel pratikleri “yaşam koçluğu”, “aile danışmanlığı”, “şifa ve enerji danışmanlığı” gibi isimlerle pazarlayan bir kısım katılımcıların binlerce takipçisi ve danışanı olan ve ciddi paralar kazanan bireylere dönüştüğü araştırmamızda göze çarpan hususlardandır.

Aynı katılımcıların belli bir kısmının bu spiritüel pratikleri kullanmaya ve gündelik yaşamlarına tatbik etmeye başladıktan sonra değişen Tanrı, evren ve insan anlayışları mukabilinde çoğulcu bir din ve çoğulcu bir hakikat anlayışlarına benzeyen görüşler ortaya koydukları da araştırmamızın bulguları arasındadır. Bu görüşlere göre dinler, felsefeler, mistik öğretiler aslında ortak bir Tanrı, evren ve insan hakikatinden bahsetmiştir. İnsanın kişisel gelişimi ve içinde deneyimlediği hakikati önceleme hepsinden daha önemlidir.

## Sonuç

Batı’da ortaya çıkan spiritüel hareketler küreselleşmenin somutlaştığı kitle iletişim araçları aracılığıyla hızlı ve yoğun bir şekilde yerel kültürleri etkilemektedir. Son yıllarda gelişen iletişim teknolojileri ve pandemi sürecinin bireyleri dijitale daha fazla maruz bırakması sonucu Türk toplumu da küresel spiritüel pazarın hâkimiyeti altına girmektedir. Araştırmamızda gözlemlenen en önemli husus, Türk toplumunun spiritüel pratiklerle ilgili öznel bir tecrübesi olduğu yönündedir. Bu öznel tecrübe, sürece dindar bireylerin de dâhil olmasıyla birlikte dindarlığının niteliksel boyutunun yahut kutsalın kategorilerinin bir hayli dönüşüme uğraması ile daha da açığa çıkmaktadır. Dindarlık ve ruhsallık veya dinî olanla seküler olanın iç içe geçerek melezleşmesi, sürecin postmodern karakterini açığa çıkarmaktadır. Sürecin İslamlaşma yönünde değil de ruhsallaşma yönünde olduğu spiritüel ve seküler olana ilişkin artan ilgi ve atıflarla daha da belirginleşmektedir.

## Kaynakça

- Başkaya Ş. 2006. “New age hareketi: Modern bir dinsellik biçiminin sosyo-kültürel analizi”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi.
- Bayrakçı S., Türk, GD. 2020. Pandemi Sürecine Modern İnsanın Anlam Arayışı: Sosyal Medya ve Küresel Spiritüel Pazar, (Sosyal Medya Psikolojisi içinde) Edit. Özdemir, Ş., Türk, GD., Ankara, Nobel Yayınları.

- Campbell, C. 1972. "The Cult, the Cultic Milieu and Secularization" A Sociological Yearbook of Religion in Britain, 5 (1972), 119-136.
- Cengiz, K., Küçükural Ö., Gür H. 2021. Türkiye'de Spiritüel Arayışlar: Deizm, Yoga, Budizm, Meditasyon, Reiki vb., İstanbul, İletişim Yayınları.
- Düzgüner S. 2016. Maneviyat Psikolojisi, İstanbul Editör: Atak M. Elit Yayınevi.
- Hanegraaff, W. J. 1996. New Age Religion And Western Culture: Esotericism İn The Mirror Of Secular Thought. Leiden : Brill.
- Heelas, P. 1996. The New Age Movement. USA. Blackwell Publishers.
- Heelas, P.,Woodhead, L. 2004. The Spiritual Revolution: Why Religion Is Giving Way to Spirituality. Oxford: Blackwell.
- Mirza, G. A. 2014. "Yeni Dinselleşme Eğilimleri ve Maneviyat Arayışları", Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi.
- Pınarbaşı G. 2021. Spiritüel Ağ: Sosyal Medya ve Yön Değiştiren İnançlar, İstanbul, Okur Akademi.
- Pusat T. 2017. "Sufizmin Türk medyasındaki temsili: 2000'li yıllar", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi.



# Din Okuryazarlığı Bağlamında Sokak Röportajı İncelemesi<sup>1</sup>

Şefika Mutlu<sup>2</sup>

## Özet

Okuma yazma çalışmalarının başlangıcını oluşturduğu okuryazarlık kavramına günümüzde farklı bir boyut eklenmiş ve spesifik bir alanda beceri vurgusu ön plana çıkmıştır. Din okuryazarlığı, din eğitimi alanında son dönemlerde yoğunlukla incelenen kavramlardan biridir. Din okuryazarlığı din alanıyla ilişkilidir ve daha çok din hakkında bilme (temel kavramları, semboller, kıssalar vb.), dinin yapısını anlama, dini yaşantının farkında olma özellikleri üzerinde durmaktadır. Din okuryazarlığının bir boyutu olarak inanç okuryazarlığı bilgi temelli olan ve duyuşsal boyutu da bulunan inancın temel esaslarını, unsurlarını, özelliklerini bilme ve bu bilgiyi kullanabilme olarak nitelenebilir. Genel anlamda bir dine inanan bireylerin inanılan dinin inanç esaslarını temel bilgi düzeyinde bilmesi beklenir. Bu bağlamda araştırmada dünyada ve ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya platformlarından Youtube kanalında “imanın 6 şartını” sayma, bilme üzerine yapılan sokak röportajını derinlemesine incelemek amaçlanmıştır. Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme deseni ile yürütülmüştür. Ölçüt örneklem yöntemiyle (yayın tarihi, görüntülenme sayısı, kanalın abone sayısı, yorum sayısı değişkenleri dikkate alınarak) Sarı Mikrofon Youtube kanalındaki video ve videodaki yorumlar veri aracı olarak belirlenmiştir. Veriler NVivo 10 programında analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre imanın şartlarının bütün halinde belirtilmediği, imanın şartları ile İslam’ın şartlarının karıştırıldığı, imanın şartlarından üç veya dördünün ifade edilebildiği ve bunların daha çok peygamberlere, meleklerle ve kitaplara iman şeklinde sıralandığı tespit edilmiştir. Katılımcıların random olarak seçildiği ve kamuoyunu oluşturan bir kitlenin olduğu varsayılan sokak röportajı videosu incelemesine göre dinin inanç alanı temel konularında bilgisizlik ve eksiklik olduğu belirtilebilir. Bu araştırmada tespit edilen bulguların ne kadarı eğitimin genel sorunu ve ne kadarı

---

1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*’nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.

2 Dr., Millî Eğitim Bakanlığı, Millî Eğitim Uzmanı, sefikakirmizi@gmail.com, orcid.org/0000-0001-6394-6651

din eğitiminin sorunu olduğu tartışmasıyla birlikte din okuryazarlığı bağlamında nasıl bir din eğitimi olması gerektiği araştırmalarına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir. **Anahtar Kelimeler:** Din eğitimi, Din okuryazarlığı, İnanç okuryazarlığı, Sokak röportajı.

## Street Interview Review in the Context of Religious Literacy

### Abstract

Today, a different dimension has been added to the concept of literacy, which forms the beginning of literacy studies, and emphasis on skills in a specific area came to the fore. Religious literacy is one of the concepts that has been intensively studied in the field of religious education in recent years. Religious literacy is related to the field of religion and focuses more on knowing about religion (basic concepts, symbols, stories, etc.), understanding the structure of religion, and being aware of religious life. As a dimension of religious literacy, faith literacy can be described as knowing the basic principles, elements, characteristics of faith, which is information-based and has an affective dimension, and using this information. In general, individuals who believe in a religion are expected to know the belief principles of the religion they believe in at the basic level of knowledge. In this context, it is aimed to examine in depth the street interview on counting and knowing “the 6 conditions of faith” on the Youtube channel, which is one of the most used social media platforms in the world and in our country. The study was carried out with the document analysis pattern, which is one of the qualitative research methods. The video on the Sarı Mikrofon Youtube channel and the comments in the video were determined as data tools with the criterion sampling method (by taking into account the date of publication, number of views, number of subscribers of the channel, number of comments). The analysis of the data was analyzed in the NVivo 10 program. According to the results of the research, it has been determined that the terms of faith are not generally specified in their entirety, the terms of faith and the terms of Islam are mixed, three or four of the terms of faith can be expressed, and they are mostly sorted in the form of faith in prophets, angels and sacred books. According to the analysis of the street interview video, where the participants are randomly selected and it is assumed that there is a public opinion, it can be stated that there is ignorance and lack of knowledge on the basic issues of religion in the field of religious belief. With the discussion of how much of the findings found in this research is a general problem of education and how much is a problem of religious education, it is also thought that it will contribute to the research on what kind of religious education should be in the context of religious literacy.

**Keywords:** Religious education, religious literacy, faith literacy, street interview.



## Giriş

Disiplinler arası bir kavram olarak nitelenebilecek iletişim insanlar için hayati bir süreçtir. İletişim becerisi insanların dünyasını biçimlendirir, anlamlandırır. Aynı zamanda insanlar ve nesiller arası bilgi aktarımını sağlar. İletişim içinde etkileşimi de barındırır.<sup>3</sup> İletişim, communication kavramının karşılığı olarak üretilmiştir. Kavramın kökünde olan commun ise toplumsal olana vurgu yapmaktadır. Bu anlamıyla iletişim aynı zamanda bir toplumsallaşma anlamı içermektedir.<sup>4</sup> İletişimin yazılı, sözlü, sözsüz, kişiler arası iletişim, kitlesel iletişim gibi birçok çeşidi bulunmaktadır. Her geçen gün kullanıcı sayısı artan sosyal medya yeni nesil bir iletişim türü olarak nitelenebilir. Hatta “metaverse” kavramı bu iletişim tarzını daha ileriye götürerek, kişilerin herhangi bir fiziksel çaba sarf etmeksizin sanal gerçeklik teknolojisi ile zihinsel olarak hissedilebilen algısal bir evren sunacağı belirtilmektedir.<sup>5</sup> Bu platform kendini programlanabilir dijital varlık ve kimlikler, açık kaynak ve akıllı sözleşmeler, merkezîyetçilikten uzak birlikte çalışabilirlik, daha düşük maliyet ile bilgi ve işlem alışverişi için modüler çerçeve olarak ifade etmektedir.<sup>6</sup> Bu anlamda yeni bilgi teknolojileri, sanal iletişim tarzları, yepyeni medya türlerinin hayatımıza hızlıca gireceği öngörülebilir.

Küreselleşen ve küreselleştikçe küçülen dünyada iletişim tarzları değişmekte, gelişmekte ve hayatın birçok alanını etkilemektedir. Din ve din eğitimi alanı da bunlardan biridir. Sosyal medya özelinde bu medyanın din ile ilişkisinin karşılıklı olduğu söylenebilir. Sosyal medya toplumun dini algısını etkilediği gibi toplumun dini algısından da etkilenmektedir. İçeriklerin üretilmesinde bu etkileşimin yadsınmadığı belirtilebilir. Bu nedenle dine ilişkin hangi amaçla olursa olsun bu alanda paylaşımlar yapılabilmektedir ve bu alana yönelik içerik üretimi gerçekleştirilmektedir. İletişim aracı olarak yeni mecralar dine ilişkin görüşlerin ortaya konulduğu bir alan olmaktadır. Gün geçtikçe artan “izleyici” kitlesi nedeniyle bu alana yönelik dini içeriklerde nicel olarak bir artış gerçekleşmektedir. Bu artışın bir tezahürü olarak alana yönelik araştırmalar yapıp sempozyum çalışmaları yürütülmektedir.<sup>7</sup>

Bir iletişim aracı olarak sosyal medya eğitim, kültür, sanat, ekonomi, siyaset gibi pek çok alan içinde değişim, dönüşüm ve yenilik ortaya koymaktadır.

3 Meral Tekin, *Yetişkin Eğitiminde Radyo ve Televizyon* (Ankara: Ankara Yayınları, 1996), 31-32.

4 Arsev Bektaş, *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi* (İstanbul: Bağlam Yayınları, 2000), 98-99.

5 Wikipedia, “Metaverse” (Erişim 10 Aralık 2021).

6 Metaverse, “Ana sayfa” (Erişim 10 Aralık 2021).

7 Bk. Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu (2-3 Nisan 2015); Dijitalleşme ve Din Uluslararası Sempozyumu (20-23 Mayıs 2021); Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (21-23 Ekim 2021).

Hatta sosyal medyanın iletişim aracı olmaktan öteye geçtiği söylenebilir.<sup>8</sup> Din alanı da bu dijitalleşmeden etkilenmektedir. Castells'in ağ toplumu yaklaşımında olduğu gibi üretim, savaş, oyun, hayat vb. şeylerin dijital dünyaya taşındığı gibi din de ağ toplumunda dönüşüm geçirmektedir.<sup>9</sup> “Dinsel ağ” ile din dijital dünyada tekrar ve yeniden yorumlanıp üretilmekte, gruplar oluşarak örgütlenebilmektedir. Din bu dünyada daha farklı görünümle ortaya çıkabilmektedir. Bu anlamda sosyal medyada söylem, üretim ve tüketim ile dini alana da yer açılmaktadır.<sup>10</sup>

Türkiye’de Toplumun Dine ve Dini Değerlere Bakışı adlı araştırmada 5.400 katılımcının %45’i İslam dini ile ilgili bilgileri internetten öğrendiklerini belirtmiştir. Bu oran soru maddesindeki en yüksek frekansa sahiptir.<sup>11</sup> Bu çalışmadan yola çıkarak sosyal medyada din ile ilgili içeriklerin hem üretildiği hem de tüketildiği belirtilebilir. Bu içeriklerden biri de Youtube platformunda yer alan sokak röportajlarıdır. Sokak röportajlarında kısaca herhangi bir konuda kişilerin görüşleri alınmaktadır. Bu görüşler din alanı ile ilgili olabilmektedir. Zira dini yayma ve dini bilgileri kitlelere ulaştırma, gruplar oluşturup örgütlenme, dini pratiklerin yapılmasına yardım etme, kamuoyunda küresel bir nitelik kazanma amaçları dijital dünyanın din alanıyla ilişkili olarak kullanılmasına yol açmaktadır.<sup>12</sup>

Dijital dünyada kıssalar, peygamberlerin hayatı, dini olay ve savaşlar, ibadet anlatımları vb. içerik üretimleri yapılmaktadır. Bununla birlikte evlilik siteleri, tesettür giyim ürünleri, din içerikli bu alandaki dinin sunumu beraberinde din istismarını getirmektedir. Bu nedenle din okuryazarlığının ve medya okuryazarlığının hatta dini medyanın, okuryazarlık becerileri gelişmemiş kişilerde olumsuz sonuçlara yol açabildiği ifade edilebilir. Yine dini faaliyetlerin tüketim aracı haline gelmesi, kapitalist söylem içinde reklam aracılığıyla her gün kendini yeniden üretmesi ve tüketmesine neden olmaktadır. Bu durum ise dinin yeniden sorgulanmasına neden olmaktadır. Elbette bu sorgulamaya tamamen olumsuz bakılması yanlış anlaşılmalı beraberinde getirebilir. Bununla birlikte riskin bir fırsata dönüşmesi mümkün olabilir. Dini yorumlara veya dini yaşayışa yeni bir bakış açısı getirebilir. Diğer bir deyişle Aydın’ın belirttiği gibi internet ve dijital dünya bir yönden geleneksel dini anlayış veya dini grupların bu alandaki hâki-

8 Ahmet Eskicumalı-Yıldız Kol, “Dijital Medya ve Din”, *Sakarya Üniversitesi İletişim Çalışmaları 2019*, (31 Aralık 2019), 13.

9 Ergün Yıldırım, “Dini Ağ Toplumunun Doğuşu”, *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergi* 39 (2019), 14.

10 Eskicumalı – Kol, “Dijital Medya ve Din”, 14.

11 Mehmet Ali Kulat, *Türkiye’de Toplumun Dine ve Dini Değerlere Bakışı*, (2017), 18. Erişim 10 Eylül 2021. <https://www.makdanismanlik.org/wp-content/uploads/2019/03/MAK-DANI%C5%9EMANLIK-T%C3%9CRK%C4%B0YEDE-TOPLUMUN-D%C4%B0NE-VE-D%C4%B0N%C4%B0-DE%C4%9EERLERE-BAKI%C5%9EI-ARA%C5%9ETIRMASI.pdf>

12 Mehmet Akgül, “Yeni Medya Nedir?”, *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergi* 39 (2019), 55.

miyet ve otoritesinin devamı için tehdit unsuru olurken diğer yönüyle muhafaza ve gelişim alanı olarak önemli bir kaynak ve imkân sunmaktadır.<sup>13</sup>

Sosyal medya platformlarından biri olan ve dünyada en çok kullanıcı sayısına sahip olan Youtube platformunda din alanı ile ilişkili içerik üretimleri yer almaktadır. Bu bağlamda araştırmada kitle iletişimi ve kamuoyu, röportaj, sosyal medya ve Youtube, din okuryazarlığı kavramlarına değinilmiştir. İmanın şartlarını bilmeye yönelik yapılan sokak röportajları incelenmiştir. Araştırmayla nasıl bir din eğitimi tartışmalarına katkı sunmak amaçlanmıştır.

## 1. Kitle İletişimi ve Kamuoyu

İletişim bir süreçtir. Bu süreç içerisinde kaynak, hedef, alıcı, mesaj, kanal, dönüt gibi ögeler bulunmaktadır. Mesaj ögesi kapsamında, mesaj toplumun tümüne veya bir bölümüne gönderildiğinde kitle iletişiminden bahsedilebilir. Kitle iletişiminde kitlenin homojen olmadığı ve mesajın ulaşabildiği kadar kişiye ulaşabilmesinin önemli olduğu belirtilmelidir. Kitle iletişimini sağlayan araçlar geleneksel anlamda televizyon, radyo, gazete, dergi, sinema, afiş, broşür iken, günümüzde iletişim teknolojileri ile sosyal medya araçları da bu araçlar içerisinde sayılmaktadır.

Kitle iletişim araçları ile eğlenme, bilgi edinme, merak giderme, haber alma, kendini ifade etme gibi çok yönlü gereksinimler karşılanabilmektedir. Kitle iletişim araçları ile üretilen içeriğin kitlede ya da bireylerde değişim gösterip göstermediğine yönelik iğne kuramı, bireysel farklılıklar kuramı, toplumsal kategoriler kuramı, siyasal toplumsallaşma kuramı gibi çeşitli kuramlar ortaya sunulmuştur.<sup>14</sup> Sokak röportajı bağlamında ele alınabilecek gündem hazırlama kuramı yaklaşımında kitle iletişim araçlarının doğrudan bireyin davranışını değiştirmede ancak onun bilme ve farkında olmasına etki edebileceği belirtilir. Diğer bir deyişle bu araçlar tutum, değer ve inançların değiştirilmesine sınırlı etki edebilir; ama yeni fikir ve düşünceleri bilme, haberi olmada etkisi güçlüdür. Böylece bu araçlar “ne düşünülmesini değil ne hakkında düşünülmesi” gerektiğini belirtir. İnsanların hangi amaçla bu araçları kullandığını ele alan kullanıcılar ve doyumlar yaklaşımına göre bireylerin gereksinimleri söz konusu araçların kullanım ve tüketimine etki etmektedir. Bu araçlara ayrılan zaman, araçların kullanım amacı, içeriklere ilişkin görüşler, içerik üretimine etki eden nedenler bu kapsamda ilgi alanıdır.<sup>15</sup> Bu anlamda sosyal medya kullanımına yönelik istatistiksel bilgiler, alıcının gereksinimleri, beklentileri içeriğin üretilmesinde et-

13 Hakan Aydın, Hakan. “Enformasyon Toplumunda Dini Bilgi”. *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergi* 39 (2019), 21.

14 Tekin, *Yetişkin Eğitiminde Radyo ve Televizyon*, 52-61.

15 Tekin, *Yetişkin Eğitiminde Radyo ve Televizyon*, 61-63.

kilidir. Örneğin dini alanda yapılan içeriklerin veya buna yönelik yapılan sokak röportajlarının izlenme, beğenilme, yorumlanma sayıları bu içeriklerin yeniden üretilmesinde etkili faktörler olmaktadır.

Kitle iletişimiyle ilişkili bir kavram da kamuoyudur. Kamuoyu kavramı tarihi süreç içerisinde kapsamı değişen ve genişleyen kavramlardan biridir. Bu kavrama yönelik “Vox populi vox dei.” (Halkın sesi hakkın sesidir.) sözü yaygınlık kazanmakla birlikte, Lowell’in belirttiği gibi buradaki “ses” ve “halk” kavramlarının ne olduğu üzerinde, Roma döneminde sık sık kullanılan ve kamuoyu kavramını ifade eden “consensus populi” (halkın onayı) gibi bir genel kabul olmamıştır.<sup>16</sup> Kamuoyunu halkın katılımı anlamında kullanan Rousseau, en genel iradenin aynı zamanda en doğru ve an adil irade olduğunu belirtmiştir. Tocqueville ve J. S. Mill, kamuoyuna eleştirel bir biçimde yaklaşarak kamuoyunun da bir baskı aracı olabileceğini ifade eder. Lippmann ise kamuoyunu oluşturan çevrenin yapay ve sahte bir çevre olduğunu, “hayalet kamu” ile basmakalıp denilen söz, yazı veya hayal klişelerin etkisinde algılar oluştuğunu, bu algıların aynı zamanda hatalı yargıları beraberinde getirebileceğini ve bunun için yeterli bilgi sunumu ve uzmanlara gereksinim olduğunu belirtir.<sup>17</sup> Böylece uzmanlar kamuoyunu, kamuoyu ise uzmanları etkileyecek, alana birçok disiplinin dâhil olmasıyla disiplinler arası bir alana dönüşecektir. Bu sürecin din eğitimi alanı içinde geçerli olabileceği söylenebilir. Dinin pratik alanına yönelik yapılan bir davranışın tartışıldığı platform ve programlarda birçok alandan konuşmacı veya uzman olduğu görülebilir.

Araştırmanın konusunu oluşturan sokak röportajlarının kitle iletişiminin hem üreticisi hem de tüketicisi olduğunu belirtmek gerekmektedir. Burada heterojen olduğu varsayımı ile hareket edilen ve seçilen mekândan gönüllü olan kişilerce yapılan üretim, yine heterojen olduğu varsayılan kişilerce tüketilmektedir. Yine ne kadar tüketim yapılırsa o kadar üretimin gerçekleşeceği varsayılmaktadır. Ancak ulaşılabilecek kitlenin büyüklüğünü teknoloji, teknolojinin yaygınlığı ile paylaşım, beğeni gibi tüketici davranışları belirleyebilmektedir.

### 1.1. Sokak Röportajları

Türk Dil Kurumu sözlüğünde röportaj “konusu bir soruşturma, araştırma olan gazete veya dergi yazısı, radyo ve televizyon habercisinin araştırma ve soruşturma sonucunda hazırlamış olduğu program, mülakat”<sup>18</sup> olarak tanımlanmaktadır. Kelimenin kökü, Latince de toplamak, getirmek anlamına gelen “re-

16 Bektaş, *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, 16.

17 Bektaş, *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, 18-33.

18 TDK, “Röportaj” (Erişim 13 Eylül 2021).

portare” kelimesine uzanır. Türkçede röportaj, görüşme, mülakat, söyleşi karşılıklı sohbet ya da soru-cevap sözcükleri anlamlarında kullanılmaktadır. Bu anlamda röportaj, herhangi bir konuda bir kişiyle yapılan karşılıklı konuşma olarak tanımlanabilir.<sup>19</sup>

Röportajın amacı röportaj konusunun herhangi bir çarpıtma olmadan okuyucuya/izleyiciye sunulması, kamuoyuna konuya ilişkin bilgilendirme yapılmasıdır.<sup>20</sup> Bu nedenle herhangi bir konuya ilişkin kamuoyu oluşturmak istendiğinde veya kamuoyunun ilgili konuya ilişkin düşüncelerinin öğrenilmesinde röportaj tekniğinden faydalanılmaktadır. Bu anlamda sokak röportajlarındaki kitle hem kamuoyunu oluşturur hem de kamuoyunun bir parçasıdır. Röportajın, yapıldığı alan ve konusuna göre birçok türü bulunmaktadır. Sokak röportajının içinde yer aldığı tür, röportaj yapılacak kişinin bulunduğu yerde yapılan röportajdır. Yine sokak röportajı konusuna göre kamuoyunu yansıtan röportaj çeşidi içinde yer almaktadır. Buna halk röportajı da denilmektedir.<sup>21</sup>

Günümüzde sokak röportajları, en yaygın kullanılan röportaj türlerindedir. Bu röportaj türü genellikle kalabalık olan pazar yerleri, alışveriş merkezleri, duraklar, işlek cadde gibi mekânlarda yapılır. Kalabalık yerlerde yapılmasında özellikle konuya ilişkin kamuoyunun görüşünü yansıtma ve kamuoyu oluşturma etkeni etkili olmaktadır. Bu röportaj türünde kişilerin toplumu (yaş, gelir, öğrenim, medeni durum, yerleşim yeri vb) yansıtmasına dikkat edilmelidir.<sup>22</sup> Gündelik hayata ilişkin kesitlerin yer aldığı sokak röportajlarında nesnellik ve gerçekliğin tam olarak sağlanabildiği tartışmalıdır. Röportajdaki kişilerin nasıl seçildiği ve kurgunun nasıl yapıldığı bazı durumlarda net olmayabilir. Hatta bu durum kimi zaman düşüncelerin meşrulaştırılmasında araç olarak kullanılabilir. Ancak yine de bir konu hakkında kamuoyuna bir fikir sunabilir.

Sokak röportajları görsel içerikleri olan, fazla emek ve ekip gerektirmeyen, teknolojik araçlarla hızlı ve kolay bir şekilde alıcıya/izleyiciye ulaşabilen niteliktedir. İletişim teknolojilerindeki gelişim sokak röportajlarında nicel bir artışı tetiklemiştir.<sup>23</sup> Sokak röportajları habercilikte sıkıcılığı önleyen ve “izleyenlerden biri” olabilme ihtimali bulunan kişilerin yer almasını sağlar. Bununla birlikte artık haberciliğin ötesinde teknolojinin kullanımı ile isteyen herkesin istediği her konuda sokak röportajları yapmasının önünde bir engel olmadığı söylenebilir.

19 Metin Kasım, “Radyo ve Televizyonda Röportajın Sistematiği”, *Selçuk İletişim Dergisi* 5/3 (2008), 184-185.

20 Kasım, Radyo ve Televizyonda Röportajın Sistematiği, 185.

21 Kasım, Radyo ve Televizyonda Röportajın Sistematiği, 186-187.

22 Kasım, Radyo ve Televizyonda Röportajın Sistematiği, 187.

23 Halil İbrahim Gürel – Leyla Şimşek Rathke, “İslamcı” Kimliğin Popüler Kültürel Mücadelesi: Ehlişünnet TV Sokak Röportajları”, *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi* 3/1, (2016), 65-66.

Bu nedenle sokak röportajları yapan birçok kanalın bulunduğu ve bu kanalların yeni medyada daha görünür olduğu söylenebilir.

## 1.2. Sosyal Medya ve Youtube

Günümüzdeki değişim ve dönüşümü aktarmak için sıkça kullanılan “küresel köy” kavramını ortaya koyan McLuhan’a göre iletişim aracının kendisi içeriğinden daha önemlidir ve asıl mesaj araçtır. Mesajın iletiildiği araç, mesajın iletilmesinde odak noktayı oluşturmaktadır. Postman, McLuhan’ın “Araç mesajdır.”, özdeyişini en iyi örneklendiren teknolojik gelişmenin bilgisayar/iletişim teknolojisi olduğunu belirtir. Ona göre iletişim teknolojileri iletişimin yeni vasıtası olmaktan çok, yeni bir tarz taşıyıcı işlevi görmektedir.<sup>24</sup> Mahan’a göre dijital medya ve internet artık yeni medya denilen kavramı oluşturmaktadır.<sup>25</sup> Bu medyada kullanıcı/izleyici aktif bir şekilde yer alabilir, içerik oluşturabilir, paylaşabilir veya içeriğinde düzenleme yapabilir. Bu medyada ölçülebilirlik ön plandadır ve verilerin istatistiğe dönüşmesi de hızlıdır.<sup>26</sup> Yeni medyanın bir parçası olan sosyal medya bu anlamda düşüncelerin istenildiğinde daha sansürsüz ve doğrudan aktarımına olanak sağlamaktadır. Bu nedenle günümüzde kullanımı ve etki alanının arttığı belirtilebilir.

Yeni medya platformları, farklı zaman ve mekân şartları taşımaktadır. İçeriğin üretimi ve tüketiminde alıcı aktif bir konumda yer almaktadır. Alıcı, pasif bir konumdan yorum yapma, beğenme/beğenmeme ve paylaşım yoluyla aktif bir özneye dönüşmektedir.<sup>27</sup> Ancak yeni medyanın olumlu sayılabilecek bu özelliklerinin zamanla hangi soru/sorunları ortaya çıkaracağı net değildir. Bu anlamda “teknolojik düşünce” dünyasına eleştirel bakan Postman, “teknolojinin tanrılaşması”ndan ibaret olan teknolojideki içerik üretimi ve yayımı sayesinde daha fazla özgürlük, birleşme sağlanacağını yanılsama olduğunu belirtir<sup>28</sup> ve bu gelişmelerin gelişigüzel kullanılma durumunun aldatıcı ve tehlikeli olduğunu ifade eder.<sup>29</sup> O, aslında kültürün teknolojiye teslim olmasına karşıdır ve bu konuda uyarıda bulunur.

Sosyal medya platformlardan oluşur. Sosyal medya içerisinde bireysel paylaşımlar yapılan Blog, Twitter gibi mikroblog siteleri; Instagram, Youtube, Soundc-

24 Neil Postman, *Teknopoli*, çev. Mustafa Emre Yılmaz (Ankara: Sentez Yayıncılık, 2013), 115.

25 Ayşe Zişan Furat, “Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından Yeni Bir İmkân Alanı mı, Tehdit mi?”, *Dijitalleşen Din*, ed. Mete Çamdereli vd. (İstanbul: Köprü Yayınları, 2015), 331.

26 Furat, *Medya ve Din*, 332-333.

27 Didem İşçi – Esra Uludağ, “Sosyal Medyada Suriyeliler Algısı: Youtube Sokak Röportajları Üzerine Bir İnceleme”, *Ulusa: Uluslararası Çalışmalar Dergisi* 3/1 (2019), 3; Dila Naz Madenoğlu, “Bir Propaganda Aracı Olarak İnternet Yayıncılığı: Ahsen Tv Örneği”, *Intermedia International e-Journal* 3/1 (2016), 129.

28 Postman, *Teknopoli*, 73-79.

29 Postman, *Teknopoli*, 115.

loud gibi fotoğraf, video ve müzik paylaşımı; kişisel profil arkadaşları ile etkileşime geçilebilen Facebook gibi sosyal paylaşım siteleri; LinkedIn gibi iş ağları; kullanıcıların çevrimiçi iletişime geçebilecekleri sanal oyunlar ve Whatsapp, Bip gibi anlık mesajlaşma uygulamaları yer almaktadır.<sup>30</sup> Bu platformların her geçen gün çeşitlendiği ve platformların toplam kullanıcı sayısının arttığı görülmektedir.

Dijital pazarlama alanında faaliyet gösteren “We Are Social”, her yıl hazırladığı dünya geneli ve ülkeler bazındaki raporlarında internet ve sosyal medya kullanımına yönelik veriler sunmaktadır (<https://wearesocial.com/>). Buna göre sosyal medya video izleme, müzik dinleme, mesajlaşma, haber alma gibi birçok nedenle kullanılmaktadır. Yeni “sosyalizasyon aracı” olan sosyal medya aynı zamanda etkileşimli bir alandır. Beğeni, yorum, paylaşım, engel koyma, abone olma gibi unsurlar barındırmaktadır. Hatta abone sayısı ve içeriklerin görüntülenme/tıklanma, beğeni alma gibi verileri içerik üretimini etkilemektedir.

We Are Social 2021 raporuna göre Türkiye’de 65.80 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bir önceki yıla göre 3.7 milyon kişi artışla %6’lık bir yükseliş olmuştur. Rapora göre 16-64 yaş arası bireylerin %97.2’si akıllı telefon kullanmakta, %71’inin bilgisayar, laptopu ve %44’ünün tableti bulunmaktadır. İnternette ulaşanların %94’ü mobil cihazları kullanmaktadır.<sup>31</sup>

60 milyon kişi sosyal medya kullanıcıdır ve bir önceki yıla göre %11’lik artış artış gerçekleşmiştir. Sosyal medyayı kullanan yaş gruplarında en yüksek düzey 25-34 yaş aralığındadır. 18-24 ve 35-44 yaş aralığı kullanım düzeyi ise birbirine yakındır ve ikinci yüksek düzeydir. En düşük kullanım ise 65 artı yaş grubunda bulunmaktadır. Tüketicilerin internette 7 saat 57 dakika geçirdiği verisi de raporda yer almaktadır. Bu sürenin 3 saat 13 dakikası televizyonda, 2 saat 57 dakikası sosyal medyada geçirilmektedir.<sup>32</sup>

Youtube bugün tüm dünyada en çok kullanıcı sayısına sahip sosyal medya platformlarından biridir. Youtube 2000’li yılları başında istedikleri videoyu tekrardan izlemek istediklerinde ulaşım konusunda zorluk yaşayan girişimciler tarafından kurulmuştur. Bu platform video yükleme, yayınlama ve izleme için basit ve bütünleşik bir arayüz sağlamaktadır. Youtube, video izleme, beğenme/beğenmeme şeklinde değerlendirme, yorum yapma, kaydetme, saklama özellikleriyle kullanıcı sayısını giderek artırmaktadır.<sup>33</sup> 2021 yılı verilerine göre her ay yaklaşık 2 milyar kişi Youtube kullanmaktadır. Google’dan sonra en çok kulla-

30 Kaplan ve Haenlein, 2010 (akt. İpek Tok, “Ulusal Gazetelerin Bir Haber Mecrası Olarak Youtube’u Kullanma Biçimlerinin İncelenmesi”, *Selçuk İletişim Dergisi* 14/1 (2021), 309-310.

31 Datareportal, “Digital 2021” (Erişim 20 Eylül 2021).

32 Datareportal, “Digital 2021”.

33 İlknur Doğu Öztürk- Burcu Zeybek, “Siyasal İletişim Kampanya Aracı Olarak Video İçerik Paylaşım Ağı Youtube: 23 Haziran 2019 İstanbul Yerel Seçimi Üzerine Bir Değerlendirme”, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 35 (2020), 97.

nılan ikinci sıradaki internet sitesidir.<sup>34</sup> 2019 verilerine göre platforma dakikada 300 saatlik video yüklenmektedir. Bir günde neredeyse 5 milyar video görüntülenmektedir. 18-49 yaş aralığındaki 10 kişiden 8'i Youtube izlemektedir.<sup>35</sup>

Türkiye'de Youtube'u 50.6 milyon kişi kullanmaktadır ve bu 18 üstü nüfusun %64.9'una denk gelmektedir. Youtube'u izleyen kadın ve erkek izleyici oranı birbirine yakın ve sırasıyla %49.2 ve %50.8'dir. Youtube'da en çok remix ve şarkılar aranmaktadır. 16-64 yaş arası sosyal medyayı kullananların en çok kullandığı platform da Youtube'dur ve bu oran %94,5'tir. Youtube'da bir ayda geçirilen süre 18.8 saattir.<sup>36</sup> Rapor verileri hem dünyada hem Türkiye'de sosyal medya platformlarının kullanıcı sayılarını gittikçe artırdığını göstermektedir. Bu platformlar içinde ise Youtube müzik videoları, canlı yayın, film, birçok alanda üretilen içerik videoların yer aldığı bir platform olarak kendinden bir süre daha söz edilecektir.

## 2. Din Okuryazarlığı ve Bir Alt Boyutu Olarak İnanç Okuryazarlığı

Okuryazarlık kavramı okuma yazmayı bilme eyleminden ortaya çıkmış, zaman içinde gelişerek ve değişerek çeşitlenmiştir. Okuryazarlığın kapsamı da genişlemektedir. Green, okuryazarlığı üç boyutta tanımlamaktadır. O, işlemsel boyut ile dil kazanımı ve çeşitli bağlamlarda kullanımına vurgu yapmaktadır. Kültürel boyut ile kendine özgü bağlamlarda metinlerin anlamlandırılmasını açıklamaktadır. Eleştirel boyutta ise kişinin metne anlam yüklemesiyle birlikte metinleri dönüştürmesi ve metni yeniden üretebilmesi önem kazanmaktadır.<sup>37</sup> Bu boyutların din okuryazarlığı bağlamında bireyin öğrendiğini çeşitli aşamalarda dönüştürebilmesi ve kullanabilmesi ile yakından ilişkili olduğu belirtilebilir.

Din okuryazarlığı, toplum özelliklerine göre bir ihtiyacı karşılamaya dönük ortaya çıktığı söylenebilir. Bilhassa çok kültürlü toplumlarda din eğitiminin nasıl ele alınacağı, nasıl bir din eğitimi yapılması gerektiği tartışmalarında ele alınmaktadır. Bu anlamda din okuryazarlığı, etkin ve iyi bir vatandaş olmanın gerekçesi olarak kabul edilmektedir.<sup>38</sup> Din okuryazarlığı çok kültürlü toplum veya buna geçiş sürecini yaşayan toplumlarda güvenlik konsepti bağlamında ele alındığı belirtilebilir. Buna göre din alanına yönelik temel konularda bilgi eksikliği veya bilgisizlik bireyler ve toplumlar arasında çatışmalara neden olabilir. Bunun

34 Wearesocial, "Digital 2021" (Erişim 21 Eylül 2021).

35 Öztürk – Zeybek, "23 Haziran 2019 İstanbul Yerel Seçimi Üzerine Bir Değerlendirme", 97.

36 Datareportal, "Digital 2021".

37 Ayşe Zişan Furat, "Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram". *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 12/3 (Ocak 2012), 12.

38 Yıldız Kızılabdullah, *Çok Kültürlü Toplumlar da Din Eğitimi Modelleri* (Ankara: Otorite Yayıncılık, 2014), 110.



önlenebilmesi için farklı dinlere karşı temel düzeyde bile olsa farkındalık geliştirilebilmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır. Din okuryazarlığı bu farkındalık oluşturmanın temelini oluşturmaktadır.<sup>39</sup> Aslında bu farkındalık diğer dinlere karşı olabileceği gibi inanılan din içinde olabilir. Diğer dinlere karşı olduğu gibi inanılan dine yönelik temel düzeyde bilgi eksikliğinin her toplumda sorun oluşturacağı varsayılabilir.

Din okuryazarlığı, bir okuryazarlık türü olarak ilgilendiği alanın özelliklerinden etkilenmektedir. Din alanı da bilgi mahiyetli beceriler yanında uhrevi dünya ile ilişkili bir alandır. İnanılan din konusunda bilgi sahibi olmanın, bu bilgiyi pratik hayata yansıtmayı sağlanacağı beklenir. Bu bağlamda din okuryazarlığı ele alınan dinin özelliklerine göre şekillenebilir. Wrigh, din okuryazarlığını din fenomenine yönelik bilinçli bir anlayış ve duyarlılık içinde düşünme, iletişime girme ve davranışa yansıtma becerisi şeklinde açıklamaktadır.<sup>40</sup> O, din alanı bilgisine eleştirel düşünmeyi ekleyen bilinçli bir yaklaşımı vurgulamıştır. Aynı zamanda bu yaklaşım bireyin dinin pratiklerini yerine getirmeye yol açması gerektiğini belirtir. Din okuryazarlığı kavramına giriş mahiyetinde olduğunu belirttiği “Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram” makalesinde Furat, din okuryazarlığının, okuryazarlık kavramının kapsamın genişlediği ve eleştirel düşünmeyi de barındırdığını belirtir. Bu anlamda o, din okuryazarlığını eleştirel düşünme becerileriyle ilişkilendirerek, “dinin temel kaynaklarını bilme ve dini içerikli bilginin doğruluğunu değerlendirme, dinin kendisine özgü bir dili olduğunu bilme, dini bilgi hakkında eleştirel olma, dini yaşantının ve formların toplum içerisinde şekillendiğinin farkına varma, dinin kültürel yapıyı anlamadaki rolünün farkında olma, dini inanç, tavır, davranış ve değerler üzerinde etkili olan unsurların bilincinde olma gibi alanları” içermesi gerektiğini belirtmektedir.<sup>41</sup>

Prothero, “Religious Literacy; What Every American Needs to Know and Doesn't” adlı kitabında üniversitedeki gençlerin din hakkında bilgilerinin eksik olduğunu, televizyon ve internette izlediği birçok videoda dine yönelik temel bilgilerde yanlışlık olduğunu belirtir. Ona göre dört incilin adını bilmeyen Hristiyanların varlığı bu bilgisizliğin boyutuna ilişkin veri sunmaktadır.<sup>42</sup> Din okuryazarlığının çıkış noktasını bilgi temelli eksiklik üzerine kurgulayan Prothero, okuryazarlığı din dilini konuşma akıcılığı ve özel bir dilde haberleşme kabiliyeti olarak nitelendirir. Bu anlamda kişi sadece düşünmeyi öğrendikten sonra maddenin konularını analiz edebilir ve tartışabilir. Dini okuryazarlık, sadece dinlerin temel ilkelerini bilmek için değil, anlamak, iletişim kurmak ve

39 Furat, “Din Okuryazarlığı”, 15.

40 Furat, “Din Okuryazarlığı”, 15-16.

41 Furat, “Din Okuryazarlığı”, 17.

42 Stephen Prothero, *Religious Literacy: What Every American Needs to Know –and Doesn't*, (San Francisco, Calif.: Harper Collins, 2007), 5-8.

düşünmek için de kullanılır. Dine ilişkin bilgi olmadan inancın kaygan zemin üzerinde olabileceğini, ancak okuryazarlığın salt somut bilginin gücü anlamına gelmeyeceğini ifade eder. Önemli olan din hakkında nasıl düşünüleceğinin öğrenilmesi gerektiğidir.<sup>43</sup> Prothero, din okuryazarlığını, “dini gelenekleri oluşturan temel unsurları/özellikleri (temel kavramlar, semboller, doktrinler, pratikler, deyişler, karakterler, metaforlar ve kıssalar) günlük hayatta kullanabilmek” olarak ifade etmektedir.<sup>44</sup> Onun din okuryazarlığına bilme düzeyinden bakması, bu okuryazarlık çerçevesi ile okuryazarlığın kavrama ve analiz etme düzeylerinin eksik kaldığı eleştirileri yapılmaktadır. Ancak din okuryazarlığına ilişkin bilinçli bilme vurgusu dini anlama, kavrama, sentez ve değerlendirme yapabilme düzeylerine geçiş için bir basamak olarak gördüğü söylenebilir. Çünkü din okuryazarlığına gerek bilgi ve eleştirel düşünmeyi içeren beceri yaklaşımı gerekse ilgili dinin niteliklerini kapsayan alan olarak ele alınması olsun her ikisinde de bilme ve bilgi boyutu bulunmaktadır.

Din okuryazarlığı kapsamlı bir kavram olarak düşünüldüğünde bununla ilişkili bütün becerileri içeren bir sınıflama mümkün olmaktadır. Prothero bu sınıflamayı ibadet okuryazarlığı, inanç okuryazarlığı, mezhep okuryazarlığı, kıssa okuryazarlığı, dinler arası okuryazarlığı olarak ele almaktadır.<sup>45</sup> Bilecik, bu sınıflamaya ahlak okuryazarlığını eklemektedir.<sup>46</sup> Bu araştırma bağlamında din okuryazarlığının alt boyutu olarak nitelenen inanç okuryazarlığına ayrıca değinmek önem arz etmektedir. Ancak kapsam alanı olarak inanç okuryazarlığına dair belirtilen hususların din okuryazarlığını içerdiği belirtilmelidir.

İnanç kelimesinin bağ, düğüm anlamına geldiğini belirten Düzgün, İslam akidesinde ise bu bağlanma durumunun, insanın zihninde başladığı ve eylemlerine kadar uzandığını belirtir. İnanılacak, bağlanılacak ilkelerin bütününe ise akide denir. Bu ilkelere kesinlik hissi oluşunca bağlanma, iman gerçekleşir ve bunun için akli olarak temellendirmenin oluşmuş olması gereklidir. Temellendirmenin oluşması bilgi temellidir. Diğer bir deyişle İslam’ın inanç ilkesi, bilgiye dayalı zihinsel süreçlerden geçer ve sonrasında akide olur. Bu sürecin sonundaki inanmanın duygusal bir boyutu olduğu da kabul edilmelidir. Kısaca inanç ilkesi doğruluğuna inanılan değil, doğru olduğu için inanılandır. Ancak bilginin inancın zorunlu ama yeter şartı olmadığı da belirtilmelidir. Bu anlamda İslam’ın inanç ilkesi hem bilişsel hem duyuşsal özelliklere sahiptir.<sup>47</sup>

43 Kenneth H. Lokengard, Religious Literacy, the First Amendment, and Pubic Education, *Bulletin* 38/2 (2009), 41-42.

44 Prothero, *Religious Literacy*, 11-12.

45 Prothero, *Religious Literacy*, 17.

46 Sümeyra Bilecik, “Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Müfredatının Din Okuryazarlığı Açısından İncelenmesi”, *Marife* 16/1 (Yaz 2016), 37.

47 Şaban Ali Düzgün, *Dini Anlama Kılavuzu* (Ankara: Otto Yayınları, 2017), 115-117.

Bilgi temelli olan ve duyuşsal boyutu bulunan inancın okuryazarlığında, dinin/dinlerin temel inanç esaslarını bilmek odak noktayı oluşturmaktadır. Bu okuryazarlığa ilişkin becerilerin alt boyutları, dinin inanç esaslarının her birine yönelik detaylandırma yapılarak ortaya konulabilir. Tevhid inancını temellendirme, peygamber ve kutsal kitapları bilme ve tanıma, ahiret inancının temelini anlama ve benzeri örnek olarak gösterilebilir. Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi ders programları ve kazanımları bu okuryazarlığa ilişkin içerik detayları verebilir. DKAB programları bu okuryazarlığın temelini oluşturabilir. 1982 Anayasası ile zorunlu olan DKAB derslerinin öğrenciler tarafından alınması gerekmektedir. DKAB program ve ders kitaplarını inanç okuryazarlığı bağlamında da inceleyen Bilecik, temel eğitimde bu okuryazarlığa temel oluşturabilecek konuların yer aldığını, ortaöğretimde ise buna dayalı öğretime devam edildiği ve inanç konularının kapsamının genişlediğini belirtmektedir.<sup>48</sup> Bu çerçevede zorunlu eğitime katılmış ve yaş itibarıyla katıldığı varsayılan kişilerin inanç okuryazarlığına ilişkin becerileri elde etmesi beklenmektedir.

İnanç okuryazarlığı ile ilişkili sayılabilecek araştırmalara bakıldığında öğrencilerin inanç alanına giren konularda temel bilgileri elde ettiği söylenebilir. DKAB öğretim programı inanç öğrenme alanı kazanımlarının öğrenciler tarafından ne düzeyde elde edildiğini inceleyen araştırmada, ilköğretim DKAB öğretmenlerine ilgili alan kazanımlarının gerçekleşme düzeyi 5'li likert tipi ölçek uygulaması ile ölçülmüştür. Buna göre araştırmaya katılan 88 DKAB öğretmeni ilköğretimde öğrencilerin inanç öğrenme alanı kazanımlarının 3.02 – 4.60 ortalama ile elde edildiğini düşünmektedir. Katılımcılar ölçek maddelerinden 9'una “çok iyi” ve 34'üne “iyi” yanıtını vermiştir. Genel ortalama ise öğretmenlerin katılım düzeyi “iyi” şeklinde olmuştur. Aynı araştırmada öğretmenler ders kitaplarını ilgili kazanımların elde edilmesinde yeterli görmektedir.<sup>49</sup> Lise DKAB ders kitaplarının inanç öğrenme alanını içerik analizi kapsamında inceleyen araştırmada, kitapların ders programlarıyla genel olarak uyduğu, konu içeriklerinin öğrenci gelişimine uygun olduğu ve öğrenci ihtiyacına cevap oluşturabilecek şekilde olduğu belirlenmiştir.<sup>50</sup> Üniversite öğrencilerine yönelik yapılan araştırmada, din okuryazarlığı bağlamında 530 öğrenciye başarı testi formu uygulanmıştır. Formda hem ilköğretim hem ortaöğretim inanç

48 Bilecik, “Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Müfredatının Din Okuryazarlığı Açısından İncelenmesi”, 56-57.

49 İsmail Bulut vd., “Öğretmenlere Göre İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Programında Yer Alan İnanç Öğrenme Alanı Kazanımlarının Gerçekleşme Düzeyi”, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 41 (2014), 221-238.

50 Macit Yılmaz, “İnanç Öğrenme Alanları Açısından Lise Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Ders Kitaplarının İncelenmesi”, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 18/3 (2014).

öğrenme alanına yönelik yirmi soru bulunmaktadır. Araştırmaya göre yirmi sorunun ortalaması 14.6774'tür<sup>51</sup> ve araştırmacı tarafından bu verinin kayda değer olduğu belirtilmiştir.<sup>52</sup>

Kamuoyunun bir parçası olan sokak röportajlarındaki kitlenin din okuryazarlığı bağlamında inanç esaslarına ilişkin temel bilgilere yönelik görüşlerinin incelenmesinin bu kavramın tartışılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırmacının amacını “imanın 6 şartını sayma/bilme” üzerine yapılan sokak röportajının din okuryazarlığı bağlamında derinlemesine incelenmesi oluşturmaktadır.

### 3. Araştırmanın Yöntemi ve Deseni

Araştırmada sosyal medya platformlarından olan Youtube kanallarında imanın 6 şartını sayma/bilmeye yönelik yapılan sokak röportajlarının din okuryazarlığı kapsamında derinlemesine incelenmesi amaçlandığından araştırma nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüştür.<sup>53</sup> Çalışma doküman inceleme modeli ile yürütülmüştür. Doküman inceleme deseninde yazılı dokümanlar incelenebildiği gibi görsel ve işitsel dokümanlar da incelenebilmektedir.<sup>54</sup> Araştırmada video ve videoya yönelik yapılan yorumlar analiz edilecektir. Röportajdaki kişilerin nasıl belirlendiği, görüşme öncesi ne konuşulduğu, görüşmecilerden yayın izni alınıp alınmadığı, röportajda montaj olup olmadığı veya montajın ne düzeyde yapıldığı bilinmemektedir. Yine röportajda yer alan kişilerin din ile ilgili bilgileri ne zaman, nereden ve ne şekilde edindikleri, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler kapsam dışında bırakılmıştır. Bu durum Youtube platformunda yer alan tüm video içeriklerine yönelik bir sınırlılık olarak kabul edilebilir. Aynı zamanda nitel araştırma yönteminin doğası gereği elde edilen bulguların genellenmesinin mümkün olmadığı, ancak sayısal verilerin yorumlayıcı bir yaklaşımla sunulabildiği belirtilmelidir. Bu anlamda araştırmada sayısal veriler kullanılmış, şema ve tablolar ile açıklamalar detaylandırılmaya çalışılmıştır.

51 Sümeyra Bilecik, *Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Derslerinin Din Okuryazarlık Becerisine Etkisi (Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma)* (Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015), 90.

52 Bilecik, “Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Müfredatının Din Okuryazarlığı Açısından İncelenmesi”, 42.

53 Bk. Ali, Yıldırım - Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Genişletilmiş Baskı), (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013); Burke Johnson - Larry Christensen, *Eğitim Araştırmaları Nicel, Nitel ve Karma Yaklaşımlar*, çev. ed. Selçuk Beşir Demir (Ankara: Eğiten Kitap, 2014).

54 Yıldırım - Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 219.

### 3.1. Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak dünyada ve Türkiye’de en çok kullanıcıya sahip video paylaşım aracı olan Youtube platformunda “imanın 6 şartı- sokak röportajı” ifadesiyle görüntülenen 7 video içeriğinden “Sarı Mikrofon” kanalındaki video ele alınmıştır. Bu videonun seçiminde içeriklerin yayın tarihi, görüntülenme sayısı, kanalın abone sayısı, yorum sayısı değişkenleri dikkate alınmıştır. Buna göre video içeriklerinden en yeni tarihli (19 Nisan 2021), en çok görüntülenme sayısı (151.643), en çok yorum yapılan (2.586) Sarı Mikrofon kanalındaki video (06:35 dk.) belirlenmiştir. Yine videoda yer alan yorumlardan en iyi yorumlar sıralama ölçütü esas alınarak ilk 100 yorum incelenmiştir. Bu anlamda veri toplama aracının belirlenmesinde ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

**Tablo 1: Veri Toplama Aracının Belirlenmesine Yönelik Video Özellikleri Verileri\*\***

Youtube Kanalı	Abone Sayısı	Video Yayın Tarihi	Video Süresi	Video Görüntülenme Sayısı	Yorum Sayısı
Sarı Mikrofon	842 B	19 Nisan 2021	06:35	151.643	2.586
Tıkla Seyret	26,8 B	22 Aralık 2018	10:46	19.400	115
Ahsen TV	565 B	7 Mayıs 2017	12:49	150.484	1
Doğan Alkış		25 Temmuz 2018	08:06	45.733	130
Hayalhanem	2,02 Mn	14 Ekim 2019	06:04	77.174	383
Ahsen TV Sunucusu	125 B	7 Ocak 2021	08:45	39.383	114
Haber55 TV	32,3 B	24 Mayıs 2016	06:04	51.254	48

\*\* Veriler 26 Haziran 2021 tarihinde alınmıştır. Ele alınan Sarı Mikrofon Youtube Kanalı linki [https://www.Youtube.com/watch?v=\\_jXSFsD1G0o&t=65s](https://www.Youtube.com/watch?v=_jXSFsD1G0o&t=65s)

### 3.2. Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri NVivo 10 programında analiz edilmiştir. Video analizinde görüşmecilerin konuşmaları esas alınmıştır. Görüşmecilerin jest, mimik ve tavırları ikincil önemdedir. Video inceleme esas olarak görüntüler üzerinden değil, görüşler üzerinden yapılmıştır. Araştırmaya yönelik kod listesi olmadığından video esas alınarak yeni bir kod listesi oluşturulmuştur. Katılımcılara hep aynı sorunun sorulmasının kod sayısının sınırlı olmasına neden olduğunu belirtmek gerekir. Ancak yine de kodlar kategorilendirilmeye çalışılmıştır. Vi-

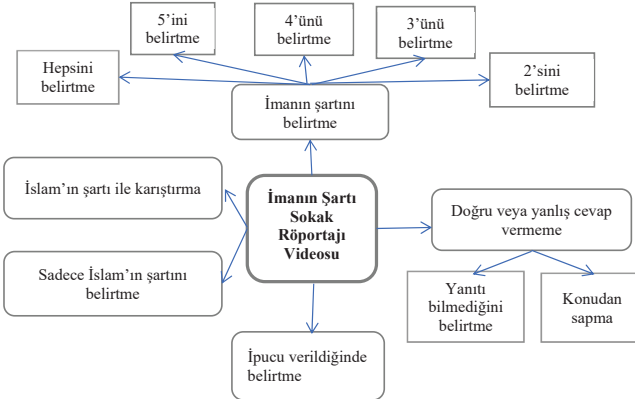
deoya yönelik yapılan yorumların analizinde betimsel ve içerik analizi birlikte kullanılmıştır.<sup>55</sup> Bu süreçte anlaşılabilirliğin artırılması için kod ve kategoride yer alan görüşler referans değerleriyle birlikte verilmiştir.

Çalışmanın geçerlik ve güvenilirliği için inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve teyit stratejileri kullanılmıştır.<sup>56</sup> Bu çerçevede alanyazın inceleme, veri toplama aracının nasıl belirlendiği, veri analizinin nasıl gerçekleştirildiği, kodlama ve yorumlanma süreci videonun istenildiğinde açık kaynaklardan ulaşılabilişliği, video transkripti, kodlamanın yer aldığı program verilerinin incelenebilir şekilde saklanması bu stratejiler kapsamında açıklanmıştır.

#### 4. Bulgular ve Yorum

Araştırmada incelenen sokak röportajının Ankara'nın merkezi konumunda yer alan işlek caddelerinden birinde yapıldığı anlaşılmaktadır. Röportaj sadece "İmanın 6 şartını sayar mısınız?" sorusu üzerinden yapılmıştır. Sokak röportajı videosunda, röportaj konusuyla ilişkili olan görüntülerde 19 kadın ve 32 erkek olmak üzere toplam 48 kişi bulunmaktadır. Bunlardan aktif olarak konuşan kişi sayısı 40'ın üzerindedir. Bu anlamda video karesine giren kişilerin genelde görüş belirttiği söylenebilir. Videoda 30 farklı görüşme sahnesi/karesinin olduğu görülmektedir. Sokak röportajında bir, iki, üç veya dört kişinin bulunabildiği 30 farklı video karesi time code mevcuttur. Bu kareler frekans olarak düşünülebilir.

**Şekil 1: Sokak Videosunda Yer Alan Görüşlerin Kod ve Kategori Örüntüsü**



Video incelendiğinde, sekiz video sahnesinde soruya doğru veya yanlış cevap verilmediği görülmüştür. Beşinde katılımcılar sorunun yanıtını bilmediğini be-

55 Yıldırım - Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 254-260.

56 Yıldırım - Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 79-92.

lirtmiş, üçünde ise katılımcının konudan saptığı/ayrıştığı görülmüştür. Soruya cevap verilen diğer sahnelerde ise imanın şartının İslam'ın şartı ile karıştığı, ipucu verildiğinde imanın şartlarından bazılarının sayılabildiği, sadece İslam'ın şartını söyleyenlerin olduğu kodlar ve imanın şartını ifade edenlerin olduğu kategori ortaya çıkmıştır. İmanın şartını belirtenler kategorisinde ise şartların tamamını ifade edenler ile ikisini, üçünü, dördünü ve beşini ifade edenler yer almıştır.

İncelenen sokak röportajının 7 video karesinde katılımcılar imanın şartı ile İslam'ın şartını karıştırmışlardır. Bu katılımcılara ifade ettiklerinin İslam'ın şartı olduğu belirtilince imanın şartlarını saymaya başlamış ancak imanın şartlarını bir bütün olarak ifade edebilen olmamıştır. 3 video karesinde katılımcıya ipucu verildiğinde soru yanıtlanabilmiştir. Bu sahnelerin ikisinde sunucu birinde ise video karesindeki diğer kişi ipucu vermiştir. İpucu verilmesi imanın şartlarının tamamının söylenmesi sonucunu ortaya çıkarmamıştır. İki katılımcı da ipucu verildiğinde şartların tamamını ifade edememiştir. Buna göre imanın şartlarına ilişkin bilgilerin unutulduğu veya hatırlanamadığı değil, bu bilginin zaten var olmadığı belirtilebilir. 4 video karesinde sadece İslam'ın şartlarının sayıldığı ancak imanın şartlarına değinilmediği görülmüştür. Bu katılımcılar İslam'ın şartında ise en çok oruç, namaz ve haccı söylemişlerdir. Günlük hayatta daha çok karşılaşılan veya medyada daha görünür olan ibadetlerin daha çok bilindiği ifade edilebilir. Kelime-i şehadet şartının ise söylenmemesi dikkat çekmektedir.

İmanın şartlarına ilişkin bilgi veren katılımcıların ifade biçimleri/6 şartı sayması çeşitlilik göstermektedir. 5 video karesindeki katılımcılar imanın şartlarının tamamını ifade etmişlerdir. Bunlardan 4'ü erkektir ve ilk sırada Allah'a iman söylenmiştir. Hepsini sayanlara örnek olarak "El iman billah, el iman bil melaike, el iman birrusül kul enbiya, el iman bil yevmil ahir, el iman bin kazaul kader, el iman bin kutubü semaviyye" (duraksamadan ve bir bilinçli bilme ile ifade ediliyor) verilebilir. Diğer katılımcı ise "Allah'a iman, peygamberlere iman, kitaplara iman, melekler iman, kaza ve kadere iman, ahiret gününe iman" şeklinde ifade etmiştir. 4 katılımcı imanın şartlarından 5'ini belirtmiştir. Bunlardan ikisi Allah'a, peygamberlere, kitaplara, meleklerle, kaza ve kadere iman şeklinde sıralanmıştır. Biri Allah'a, meleklerine, ahirete, peygambere ve kitaplara iman olarak ifade edilmiştir. Bir diğeri ise peygambere, ahirete, kaza ve kadere, meleklerle, kitaplara iman sıralamasında dile getirilmiştir. 4 katılımcı imanın şartlarından 4'ünü belirtmiştir. Bunlardan ikisi Allah'a, meleklerine, kaza ve kadere ve peygambere iman şeklinde sıralanmıştır. Biri meleklerle, kitaplara, kaza ve kadere ve ahirete iman ifadesi şeklinde iken, diğeri Allah'a, peygambere, meleklerle ve ahirete iman şeklindedir. İmanın şartlarından üçünü belirten katılımcı sayısı birdir ve Allah'a, peygamberlere ve kitaplara iman şeklinde ifade etmiştir. İki şartı sayan katılımcı da peygamberlere ve meleklerle imanı belirtmiştir.

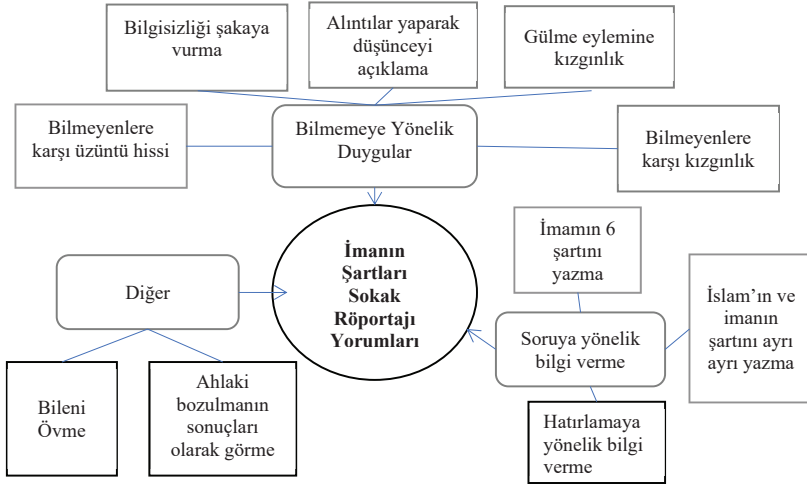
Videonun yazı transkripti yapılmış, word frekansları incelenmiştir. Buna göre İslam'ın şartı ile ilişkili olarak en çok oruç, hac ve namaz ifadelerinin olduğu tespit edilmiştir. Yine Kelime-i şهادet ifadesi en az sıklıkta yer almıştır. İmanın şartı ile ilişkili olarak Allah'a iman, meleklerine iman ve peygamberlerine iman en çok tekrarlanandır. Sokak röportajı boyunca imanın şartlarının tamamını veya bir bölümünü ifade edenlerin büyük çoğunluğu Allah'a imanı ilk sırada belirtmiştir.

**Tablo 2: Sokak Videosunda Yer Alan Görüşlerin Kod, Kategori, Frekans ve Görüşleri**

Kategori	Kod	Frekans	Görüşler
İmanın Şartını Belirtme	Hepsi	5	
	5'i	4	Allah-melek-ahiret-peygamber-kitap (1) Allah-peygamber-kitap (Kur'an)-melek-kader ve kaza (2) Peygamber-ahiret-kader ve kaza-melek-kitap (1)
	4'ü	4	Allah-melek-kaza ve kader-peygamber (2) Melek-kitap-kaza ve kader-ahiret (1) Allah-peygamber-melek ve ahiret günü sayma (1)
	3'ü	1	Allah-peygamber-kitap (1)
	2'si	1	Peygamber-melek (1)
	İslam'ın Şartı ile Karıştırma	7	"Peygamberlere ve meleklerle inanmak, Kur'an-ı Kerim'e inanmak ondan sonra oruç tutmak, zekât vermek, hacca gitmek, bu kadar 0 bilgi" "Şimdi çok güzel yerden girdin abi, imanı sayım abi. Şimdi oruç tutmak, hacca gitmek, zekât vermek. (Sunucu o İslam'ın şartı deyince) İmanın şartı Allah'a inanmak, meleklerle inanmak, kaza ve kadere inanmak, peygamberlere inanmak başka Vallahi abi birden sorunca kafa karıştı."
	İpucu Verildiğinde Yanıtlayabilme	3	(Önce bir bayağı gülüyor. Neydi yanındaki çocuk ipucu veriyor.) Kitaplara iman, meleklerle iman, peygambere iman, Allah'a iman, ahirete iman, kaza ve kadere iman.
	Sadece İslam'ın Şartını Belirtme	4	Namaz kılmak, oruç tutmak, zekât vermek, hacca gitmek, başka ne vardı?
Doğru veya Yanlış Cevap Vermeme	Yanıtı Bilmediğini Belirtme	5	Değil miydi? (Sunucu o İslam'ın şartı) Görüşmeci: Siz neyi sormuştunuz (Sunucu imanın deyince) Onu bilmiyorum maalesef 3'tür 3 değil mi kafam çok karıştı, benim (sunucu 6 deyince) 6 mı oruç tutmak, zekât vermek, (sunucu o İslam'ın şartı deyince) Bilmiyorum ya, aklımda değil şu an, heyecanlandım da.
	Sorudan Sapma/Ayrışma	3	1, 2, 3, 4, 5, 6 bitti gitti. İmanın 6 şartı mı? Ben şarkı söylemek istiyorum. (Şarkı söylüyor.)



Araştırmanın konusu olan Sarı Mikrofon adlı Youtube platformundaki imanın şartının söylenebilmesine ilişkin video detaylı incelenmiştir. Bununla birlikte yukarıda sayısal verileri belirtilen Youtube kanallarındaki videolar da defalarca izlenmiştir. Buna göre Haber55 TV tarafından gerçekleştirilen röportaj Samsun'da yapılmış ve bu videoda bir katılımcı imanın şartlarının bütünü ifade etmiştir. Videoda genel olarak imanın şartlarının İslam'ın şartıyla karıştırıldığı, imanın şartının altı olduğunun bilindiği ancak tamamının ifade edilemediği görülmektedir. Doğan Alkış adlı Youtube kanalının röportajı ise Van'da yapılmıştır. Bu videoda 5 katılımcı imanın şartlarının tamamını belirtmektedir. İlahiyat okuduğunu belirten erkek katılımcının imanın şartlarını ifade edemesinin vurgulanması gerektiği düşünülmektedir. Ahsen TV Sunucusu Youtube kanalındaki videoda imanın şartlarının tamamını 4 katılımcı sıralayabilmiştir. Hayalhanem adlı kanal ise doğrudan imanın şartlarını sormak yerine öncelikle katılımcının tuttuğu takımı ve ilgili takımın son transferini sormaktadır. Daha sonra zor soruların bittiğini kolay soruyu geçildiğini belirtip imanın şartını sormaktadır. Bu videoda taraftarı olduğu takımının on birini belirten katılımcının imanın şartlarını söylemesi sırasında hafızasının kötü olduğunu belirtmesi dikkat çekmektedir. Yine lise öğrencisi/mezun olduğu tahmin edilen erkek katılımcılardan biri "Aa denemede çıktı ama ben boş bıraktım." demiştir. Ahsen TV Youtube kanalındaki sokak röportajında imanın şartlarının tamamını 5 katılımcı sıralayabilmektedir ve bunlardan biri de Belçika'dan geldiğini belirten kişidir. Kayseri'de Tıkla Seyret kanalının yaptığı röportajda benzer durumların olduğu görülmektedir. Bu videolarda imanın şartını belirtmeyen katılımcıların en çok ifade ettiği neden "Aklıma gelmiyor." söylemidir. İmanın altı şartının sayılması sorusu değil de imanın şartının kaç olduğu ve neler olduğu sorulduğunda öncelikle beş ifadesinin ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Videolarda dikkati çeken hususlarda biri peygamberlere, kitaplara ve meleklerle imanın ilk söylenen şartlar olmasıdır. Bu anlamda tüm videoların benzer özellikler içerdiği söylenebilir. Sarı Mikrofon Youtube kanalından farklı olarak bu videolarda Allah'a iman genel olarak ilk sırada belirtilmemektedir.

**Şekil 2: Sokak Videosu Yorumlarındaki Görüşlerin Kod ve Kategori Örüntüsü**

Araştırmada sokak röportajı videosunda kanal abonelerinin yorumları incelenmiştir. Buna göre videoya yorum yazanların görüşleri bilmemeye yönelik duygular, soruya yönelik bilgi verme ve diğer kategorilerini ortaya çıkarmıştır. Soruya yönelik bilgi veren kişiler daha çok sorunun cevabını yazmışlardır. Yine videoda imanın şartları ile İslam'ın şartlarını karıştıranlardan yola çıkıldığı düşünüldüğü için ikisini ayrı ayrı yazanlar bulunmaktadır. “İmanın şartları denince anahtar kelime ‘inanmak’” gibi hatırlatmaya yönelik bilgi yazanlar olmuştur.

Yorumlarda bilmemeye yönelik duyguların oluşturduğu kategori en çok görüşün yer aldığı bölümdür (76 frekans). Bu kategoride bilmeyenlere karşı üzüntü hissi, bilgisizliği şaka veya mizah ile belirtme, Kur'an-ı Kerim'den ayet, Hz. Peygamber'in hadisi ve yazar sözlerinden alıntılar, videoda gülen ve bilmeyen kişilere karşı kızgınlık kodları bulunmaktadır. Videoda soruyu bilen kişilere yönelik övgü ifadeleri ile soruya cevap verememeyi ahlaki bozulmanın sonuçları olarak değerlendiren yorumlar da yazılmıştır.

**Tablo 3: Sokak Videosu Yorumlarının Kod, Kategori, Frekans ve Görüşleri**

Kategori	Kod	Frekans	Görüşler
Bilmemeye Yönelik Duygular	Bilmeyenlere Karşı Üzüntü Hissi	28	-Maşallah her gün utanacak milyon tane sebebimiz var. -Çok yazık hem de çok. Allah hepimizi affetsin inşallah. -Rabbim sonumuzu hayır eylesin!!! Ağlanacak halimize güler olmuşuz yazık!
	Bilgisizliği Şakaya Vurma	17	-1/C den Ali arkadaşımızı alkışlıyoruz. Her böyle video izlediğim zaman, zeki olduğumu anlıyorum. -Bu bilmeyenleri izledikten sonra kendimi Nihat Hatipoğlu gibi hissediyorum. -Bugün de zekamızdan tereddüt etmedik, şükür Allah'ım.
	Alıntılar Yaparak Düşünceyi Açıklama	14	-“Ölüden haber gelmiş, diri okur anlamaz. Sorsan herkes Müslüman, ne şükür var ne namaz” Necip Fazıl -Gülerek günah işleyen ağlayarak ceहनeme gider” Hz. Muhammed (sav) -Andolsun ki sözlerini onlara soracak olsan: “Lafa dalmış, eğleniyorduk.” diyeceklerdir. De ki: “Allah'ı, ayetlerini ve Resül'ünü mü alaya alıyorsunuz?” (9/Tevbe 65) -“İnsanlar mizah ve şaka yapabilirler. Fakat bazı konular vardır ki, onlar asla şakaya gelmez! Orada ciddi olmak insanlık borcudur. . . Kur'an'ı mizah konusu yapamazsın. “ Hüseyin Nihâl Atsız
	Gülme Eylemine Kızgınlık	12	-Bunda gülünecek ne var Allah aşkına ya. -Çoğu bilemedi, dalga geçti, güldü. -Bide bilmeyince bencil bencil gülüyorlar yaa çok kötü yaa :(
	Bilmeyenlere Karşı Kızgınlık	5	-Yapamayınca bide pişkince güldüklerinde kendilerini bir şey mi zannediyorlar.
Soruya Yönelik Bilgi Verme	İmanın 6 Şartını Yazma	6	-Allaha inanmak, meleklerine inanmak, kitaplarına inanmak peygamberlerine inanmak, kaza kader hayır ve şerrin Allah'tan geldiğine inanmak, ahiret gününe inanmak.
	İslam'ın Şartı ve İmanın Şartını Ayrı Ayrı Yazma	2	-İslam'ın şartları 1) Namaz kılmak 2) Oruç Tutmak 3) Zekât vermek 4) Hacca gitmek 5) Kelime-i şehadet getirmek İmanın şartları 1) Allah'a iman 2) Meleklerle iman 3) Peygamberlere iman 4) Kitaplara iman 5) Ahirete iman 6) Kader ve kazaya iman
	Hatırlamaya Yönelik Bilgi Verilmesi	2	-İmanın şartları denince anahtar kelime “İNANMAK”
Diğer	Bileni Övme	6	-1:24 Adamın tipine bakınca bu bilemez dedim. Beni şaşırttı helal olsun. -4:12 çok güzel saydı
	Ahlaki Bozulmanın Sonuçları Olarak Görme	3	-Arsızlığa cesaret, zinaya aşk dediler. Bir halkın ahlakını işte böyle yediler.

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Videolar incelendiğinde genel olarak katılımcıların; imanın şartı ile İslam'ın şartı bilgisini karıştırdığı, imanın şartlarının bütünü saymadığı, altı şarttan üç veya dördünün daha çok belirttiği, imanın şartlarından en çok peygamberlere iman (12), meleklerle iman (11) ve kitaplara imanı (10) ifade ettikleri görülmektedir. Ahirete iman (9) ile kaza ve kadere iman (9) en az dile getirilen inanç esasları olmaktadır.

Bulut, Arıcı ve Büyük'ün yaptığı araştırmaya göre ilköğretim öğretmenleri öğrencilerin inanç alanı kazanımlarından en çok ahiret inancı, kaza ve kader ile Allah'ın varlığı konularında zorlanmaktadır.<sup>57</sup> Bu durumun videoda imanın şartlarında en az belirtilen inanç esasları ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Videolarda genelde ilk önce İslam'ın şartının belirtildiği göz önüne alındığında Bilecik'in yaptığı çalışmayla benzer bir sonuç gösterdiği söylenebilir. Söz konusu araştırmada üniversite öğrencilerinin inanç okuryazarlık puan ortalaması ibadet okuryazarlık puan ortalamasından daha düşük bulunmuştur.<sup>58</sup>

Medya uygulamalarında olduğu gibi sosyal medya uygulamalarında da doğruluk, nesnellik, yansızlık ve denge, doğru temsil, uyduruk, gerçeklik, kaynakların dürüstlüğü, geçerliliği ve uygunluğu; aynı görüntüyü durmadan tekrar tekrar sunma; ortak ve olası çıkar bağı olan güçlerle iyi ilişkiler kurup onları iyi temsil etme gibi etik ile ilgili sorunların olduğu belirtilmektedir.<sup>59</sup> Bu sorunların sosyal medya platformlarında olan her videoda olabileceği muhakkaktır. Bununla birlikte videoların bu sorunlar nedeniyle tamamen değerlendirilmeyecek ve gerçek dışı olduğunu söylemek pek mümkün olmamaktadır. İmanın şartlarını bilmeye yönelik çeşitli illerde yapılan diğer videolar birlikte incelendiğinde benzer kategorilerin olduğu görülebilir. Bu nedenle videolar din okuryazarlığına ilişkin önümüze bir veri sunmaktadır. Sokak röportajlarına katılımcı olan kişilerin mikrofon karşısında heyecanlanması, bildiğini hatırlamakta zorlanması olasıdır. Ancak toplumun çok büyük bir kesiminin inandığı varsayılan dinin temel akidesinin bilinmediği veya hatırlanmadığının da vurgulanması gerekmektedir.

Ülkemizde 2020-2021 eğitim yılında ortaöğretimde net okullaşma oranı %87.93 ve brüt okullaşma oranı ise %124.11'dir.<sup>60</sup> Bu anlamda çağ nüfusunun büyük bir oranı zorunlu 12 yıllık eğitime katılmaktadır. Yine brüt okullaşma

57 Bulut vd., "Öğretmenlere Göre İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Programında Yer Alan İnanç Öğrenme Alanı Kazanımlarının Gerçekleşme Düzeyi", 221-238.

58 Bilecik, "Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Müfredatının Din Okuryazarlığı Açısından İncelenmesi", 42.

59 İrfan Erdoğan, "Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 23 (2006), 23

60 MEB, *Millî Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2020/2121 Yılı*, (Ankara, 2021), 1.

oranı ile açık lise aracılığıyla ortaöğretim eğitimi alındığı görülmektedir. Ülkemizde öncelikle 8 yıllık zorunlu eğitime (1999 yılı) ve daha sonra 12 yıllık zorunlu eğitime (2012 yılı) geçilmiştir. Katılımcıların din eğitimini nereden ve ne şekilde aldıklarını videoda yer alan bilgilerden elde edilmesi mümkün değildir. Ancak videoda yer alan katılımcıların çoğunun genç/orta yaş altı olduğu tahmin edilmektedir. Dolayısıyla katılımcıların DKAB derslerinin zorunlu olduğu 1982 sonrası 8 ve 12 yıllık zorunlu eğitim kapsamında okul çağı dönemine denk geldiği düşünülebilir. Bu durum din eğitiminin nasıl olması gerektiği tartışmalarıyla birlikte değerlendirilebilir. Belirtmek gerekir ki karşılaşılan bu durumun ne ölçüde din eğitiminin ve ne ölçüde eğitimin genel sorunu olduğu tartışılabilir. Çünkü birçok sokak röportajı izlendiğinde ülkenin başkenti bilgisine sahip olmayan kişiler olduğu da görülmektedir.

Bu araştırma çerçevesinde neler yapılabilir? Öncelikle eğitimin nasıl olması gerektiğine ilişkin tartışmalarda günümüzün teknoloji ve değişen nesil özellikleri dikkate alınabilir. Kültürün teknolojiye teslim oluşunu “teknopoli” olarak niteleyen ve bunun tehlikeli olabileceğini belirten Postman, kitabında teknolojinin öğretmenlerin varlığını sona erdireceği öngörüsünde bulunmaktadır.<sup>61</sup> Bu gerçekleşir mi bilinmez, ancak Covid salgınının eğitimde yeni bir dönüşümü başlatacağı söylemleri de ortadadır. Apple, salgınla birlikte düz anlatım yöntemlerinin kullanıldığı derslerde, dersin işlenmesinin daha zor olduğu, önceden hazırlanılmadığında dersin önemsiz olarak atfedebileceğini belirtir. Ona göre bu aslında “epistemolojik bir savaş”tır.<sup>62</sup> Bu bağlamda genelde eğitim özelde din eğitimi açısından öğretim yöntem ve teknikleri üzerine düşünmek gerekmektedir. Twenge, 1970 ve sonrası doğumlular için belirttiği “ben nesli”nin din kurallarını bilme ve uyma konusunda pek istekli olmadığını, onların inanç sistemlerinin oldukça kişiselleşmiş olduğunu belirtmektedir.<sup>63</sup> O, bu neslin öğrenmesinde takım çalışmasının önemli olduğunu, bu nedenle grup çalışmaları ve internet araştırmaları ile sunum yaptırmanın doğru bir yöntem olduğunu ifade etmektedir.<sup>64</sup> Bu bakımdan din eğitimi veren öğretmenler açısından hem tehlikeyi hem de fırsatı görmek ve özellikle dünyanın birçok yerindeki eğilimleri fark edip nedenlerini ele almak ve kendi etki alanına yönelik çalışmalar yapmak önemli olmaktadır.

Sonuç olarak, sokak röportajlarında yer alan kitlenin soru sorulan alana yönelik bilgi seviyeleri ve ilgilerinin farklı olabileceği hatırdta tutulmalıdır. Ancak

61 Postman, *Teknopoli*, 9-16.

62 TEDMEM, “Prof. Dr. Michael W. Apple ile Eleştirel Eğitim Üzerine”, (2021), Erişim 10 Ekim 2021. <https://tedmem.org/soylesi/prof-dr-michael-w-apple-ile-elestirel-egitim-uzerine>.

63 Jean M. Twenge, *Ben Nesli*, çev.. Esra Öztürk (İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2018), 53

64 Twenge, *Ben Nesli*, 300.

herhangi bir alandaki kişisel kanaatler, görüşler, bilgiler ilgili alana yönelik kamuoyu görüşünü oluşturmaktadır. Video incelemesinden yola çıkarak Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersleri inanç öğrenme alanında yer alan temel bilgilere yönelik kamuoyunda bilgi eksikliğinin var olduğu söylenebilir. Bu anlamda din eğitiminde hangi hususlara vurgu yapılması gerektiği kadar din eğitiminin verimi ve kalitesi üzerine de düşünülmesi önem arz etmektedir. Son olarak, nasıl bir din eğitimi tartışmalarının (genelde eğitim alanı özelde din eğitimi alanı) bu tür araştırmalar ile zenginleştirilebileceği belirtilmelidir.

### Kaynakça

- Akgül, Mehmet. “Yeni Medya Nedir?”. *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergi* 39 (2019): 52-57.
- Aydın, Hakan. “Enformasyon Toplumunda Dinî Bilgi”. *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergi* 39 (2019): 20-23.
- Bilecik, Sümeyra. “Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Müfredatının Din Okuryazarlığı Açısından İncelenmesi”. *Marife* 16/1 (Yaz 2016): 35-58.
- Bilecik, Sümeyra. *Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Derslerinin Din Okuryazarlık Becerisine Etkisi (Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma)*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015.
- Bulut, İsmail vd. “Öğretmenlere Göre İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Programında Yer Alan İnanç Öğrenme Alanı Kazanımlarının Gerçekleşme Düzeyi”. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 41 (2014): 221-238.
- Doğu-Öztürk, İlknur - Zeybek, Burcu. “Siyasal İletişim Kampanya Aracı Olarak Video İçerik Paylaşım Ağı Youtube: 23 Haziran 2019 İstanbul Yerel Seçimi Üzerine Bir Değerlendirme”. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 35 (2020): 92-114. Doi: 10.17829/turcom.60052.
- Düzgün, Şaban Ali. *Dini Anlama Kılavuzu*. Ankara: Otto Yayınları, 2017.
- Erdoğan, İrfan. “Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 23 (2006): 1-26.
- Eskicumalı, Ahmet - Kol, Yıldız. “Dijital Medya ve Din”. *Sakarya Üniversitesi İletişim Çalışmaları* 2019, 12-20.
- Furat, Ayşe Zişan. “Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram”. *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 12/3 (Ocak 2012): 9-24.
- Furat, Ayşe Zişan. “Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından Yeni Bir İmkân Alanı mı, Tehdit mi?”. *Dijitalleşen Din*. ed. Mete Çamdereli vd. 325-363. İstanbul: Köprü yayınları, 2015.

- Gürel, Halil İbrahim - Şimşek, Rathke Leyla. “İslamcı Kimliğin Popüler Kültürel Mücadelesi: Ehlisünnet TV Sokak Röportajları”. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi* 3/1 (2016): 64-89.
- Datareportal. “Digital 2021 Turkey”. (Erişim 20 Eylül 2021). <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey?rq=turkey>
- Metaverse. (Erişim 10 Aralık 2021). <https://mvs.org/>.
- Wikipedia. “Metaverse”. (Erişim 10 Aralık 2021). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Metaverse>
- Wearesocial. “Digital 2021”. (Erişim 21 Eylül 2021). <https://wearesocial.com/digital-2021>
- İşçi, Didem – Uludağ, Esra. “Sosyal Medyada Suriyeliler Algısı: Youtube Sokak Röportajları Üzerine Bir İnceleme”. *Ulisa: Uluslararası Çalışmalar Dergisi* 3/1 (Temmuz 2019):1-24.
- Johnson, Burke – Christensen, Larry. *Eğitim Araştırmaları Nicel, Nitel ve Karma Yaklaşımlar*. çev. ed. Selçuk Beşir Demir. Ankara: Eğiten Kitap, 2014.
- Kasım, Metin. “Radyo ve Televizyonda Röportajın Sistematiği”. *Selçuk İletişim Dergisi* 5/3 (2008): 184-195.
- Kızılabdullah, Yıldız. *Çok Kültürlü Toplumlarda Din Eğitimi Modelleri*. Ankara: Otorite Yayıncılık, 2014.
- Kulat, Mehmet Ali. Türkiye’de Toplumun Dine ve Dini Değerlere Bakışı.(2017). <https://www.makdanismanlik.org/wp-content/uploads/2019/03/MAK-DANI%C5%9EMANLIK-T%C3%9CRK%C4%B0YEDE-TOPLUMUN-D%C4%B0NE-VE-D%C4%B0N%C4%B0-DE%C4%9EEERLERE-BAKI%C5%9EI-ARA%C5%9ETIRMASI.pdf>. Erişim: 10 Eylül 2021.
- Lokengard, Kenneth H.. “Religious Literacy, the First Amendment, and Pubic Education”. *Bulletin* 38/2 (2009): 41-45.
- Madenoglu, Dila Naz. “Bir Propaganda Aracı Olarak İnternet Yayıncılığı: Ahsen TV Örneği”. *Intermedia International e-Journal* 3/1 (Haziran 2016): 127-143.
- MEB. Millî Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2020/2121. Ankara, 2021. Erişim 10 Eylül 2021. [http://sgb.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/2021\\_09/10141326\\_meb\\_istatistikleri\\_orgun\\_egitim\\_2020\\_2021.pdf](http://sgb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2021_09/10141326_meb_istatistikleri_orgun_egitim_2020_2021.pdf).
- Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu (2-3 Nisan 2015). İstanbul Ticaret Üniversitesi. İstanbul, 2015.
- Postman, Neil. *Teknopoli*, çev. Mustafa Emre Yılmaz. Ankara: Sentez Yayıncılık, 2013.
- Prothero, Stephen. *Religious Literacy: What Every American Needs to Know –and Doesn’t*. San Francisco, Calif.: Harper Collins, 2007.
- Sarı Mikrofon Youtube Kanalı. Sokak Röportajı. [https://www.Youtube.com/watch?v=\\_jXSFsDIG0o&t=65s](https://www.Youtube.com/watch?v=_jXSFsDIG0o&t=65s). Erişim 26 Haziran 2021
- TEDMEM. Prof. Dr. Michael W. Apple ile Eleştirel Eğitim Üzerine. 2021. Erişim 10 Ekim 2021. <https://tedmem.org/soylesi/prof-dr-michael-w-apple-ile-elestirel-egitim-uzerine>.

- Tekin, Meral. *Yetişkin Eğitiminde Radyo ve Televizyon*. Ankara: Ankara Yayınları, 1996.
- Twenge, Jean M. *Ben Nesli*. çev. Esra Öztürk. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2018.
- Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (21-23 Ekim 2021). Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi. Ankara, 2021.
- Uluslararası İslam ve Yorum V- Dijitalleşme ve Din Uluslararası Sempozyumu (20-23 Mayıs 2021). İnönü Üniversitesi. Malatya, 2021.
- Yıldırım, Ali – Şimşek, Hasan. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 9. Genişletilmiş Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013.
- Yıldırım, Ergün. “Dini Ağ Toplumunun Doğuşu”. *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergi* 39 (2019): 16-19.
- Yılmaz, Macit. “İnanç Öğrenme Alanları Açısından Lise Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Ders Kitaplarının İncelenmesi”. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 18/3 (2014): 117-134.



# Facebookta Yardımlaşma: 'Sağ Elin Verdiğini Sosyal Medya Görsün'<sup>1</sup>

Yasemin Demirel<sup>2</sup>

## Özet

Yardımlaşma, yardım alan ve yardım verenin bireysel olarak tecrübe ettiği bir süreci içermektedir. Modern dönemde kurumsal ve örgütsel yapılanmaların artışıyla bu durum birey-birey etkileşimini sınırlı hale getirip yerini birey-kurum etkileşimine bırakmıştır. İhtiyaç sahiplerine yardımda bulunmak isteyen birey, modern dönemde yardımını kurum aracılığıyla da yapabilmektedir. Kurumlar ve örgütsel yapılanmalar bu yardımları yaparken dijital alanları özellikle sosyal medya platformlarını işin içine dahil etmişlerdir. Günümüzde sosyal medyanın etki alanının genişlemesiyle yardımlaşma davranışlarının içeriği de değişim ve dönüşüme uğramıştır. Bireylerin ve toplumların çeşitli kullanım amaçlarına göre karşılığını bulabildiği sosyal medya platformları, yardıma ihtiyacı olan kimseler için yardımlaşma kampanyalarının da yapılmasını mümkün kılmıştır. Özellikle sosyal medyada bu amaçla açılan yardımlaşma hesapları ihtiyaç sahiplerine ve yardım yapacak kişilere ulaşabilme noktasında önem arz etmektedir. Bu yardımlar salt olarak para vermenin yanı sıra; gıda ve giyecek yardımı, ev eşyası temin etme, alışveriş, odun-kömür alma, faturaları karşılama vb. gibi şekillerde de yapılmaktadır. Bu çalışmanın amacı sosyal medya platformlarında yardımlaşmanın önemini ve yardımlaşma konusunda yaşanan toplumsal değişimi ortaya koymaktır. Çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kullanılmış olup Facebook'ta yardım kampanyaları düzenleyen *Hayra Koşanlar* grubu üzerinden veriler elde edilmiştir. Çalışma göstermiştir ki yardımlaşmanın sosyal medya üzerinden yapılması toplumsal değişim açısından oldukça önemli bir veridir. Toplumumuzda yardımın gizliliği hassasiyetini vurgulayan *sağ elin verdiğini sol el görmesin* anlayışı sosyal medyayla farklı bir boyut kazanmıştır. Gizlilik hassasiyetinin ortadan kalkması yardımlaşma anlayışında değişim yaşanmasına neden olmuştur. Sosyal medya platformlarında artık

- 1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*'nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.
- 2 Dr. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, yasdem2@gmail.com, orcid.org/0000-0002-0571-3988

neredeysse yardımlaşma biçimleri sağ elin tıkladığını tüm dünyaya göstermekle gerçekleştirmektedir. Görünürlük kazanan yardımlaşma hem daha fazla insana yardım edilebilir hem de daha fazla yardım toplayabilmek anlamına gelmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yoksulluk, Yardımlaşma, Sosyal Yardım, Sosyal Medya.

## **Abstract**

Aid includes a process that the helper and the helper experience individually. With the increase in institutional and organizational structures in the modern period, this situation has limited the individual-individual interaction and left its place to the individual-institution interaction. Individuals who want to help those in need can also help through the institution in the modern era. Institutions and organizational structures have included digital fields, especially social media platforms, while providing these aids. Today, with the expansion of the influence of social media, the content of helping behaviors has also changed and transformed. Social media platforms, where individuals and societies can find their counterparts according to various usage purposes, have also made it possible to conduct mutual aid campaigns for people in need. Especially in social media, the charity accounts opened for this purpose are important in terms of reaching the needy and the people who will help. These aids, in addition to just giving money; food and clothing aid, providing household goods, shopping, buying wood-coal, meeting bills, etc. as well as in forms. The aim of this study is to reveal the importance of cooperation in social media platforms and the social change in cooperation. Descriptive analysis, one of the qualitative research methods, was used as a method in the study, and data were obtained from the Hayra Koşanlar group, which organizes aid campaigns on Facebook. The study has shown that helping each other through social media is a very important data for social change. The understanding that the left hand should not see what the right hand gives, which emphasizes the sensitivity of the confidentiality of aid in our society, has gained a different dimension with social media. The disappearance of the sensitivity of confidentiality has led to a change in the understanding of cooperation. On social media platforms, almost all forms of cooperation are realized by showing the whole world that the right hand clicks. Helping more visible means both helping more people and collecting more aid.

**Keywords:** Poverty, Aid, Social Aid, Social Media.

## Giriş

Hayatın idame ettirilmesinde maddi kaynakların yetersiz ve sınırlı kalması yoksulluğu ortaya çıkarmaktadır. Yoksulluğun yok edilemeyeceği fakat azaltılabileceği başta tarihi dönemlerden daha sonra literatürdeki yoksulluk tartışmalarından görülmektedir. Yoksulluğun hafifletilmesi, geciktirilmesi ve hatta geçici olarak ortadan kaldırılması için birtakım çözümler aranmaktadır. Başta devletler olmak üzere sivil toplum kuruluşları ve bireyler yoksullara yardım etmektedirler. Devletler yardıma ihtiyacı olan vatandaşlarına yardımda bulunarak ülkenin refah ve gelişmişlik seviyesini arttırma motivasyonundan hareket ederken; sivil toplum kuruluşları ve bireyler sosyal ilişkiler, dini inanç, dayanışma duygusu ve ahlaki değerler motivasyonlarından hareket etmektedirler. Yardımlar doğrudan yardımı yapan ve yardım alan arasında gerçekleşirken, günümüzde dijital araçların hayatımızda yer edinmesiyle yardımlaşma olgusu yeni bir boyut kazanmıştır.

Bu çalışmada son yıllarda yaşanan sosyal medya yardımlarına yer verilmiştir. Sosyal medya yardımlarının nasıl bir toplumsal etki yarattığı ve dini bir öğreti olan “*sağ elin verdiğini sol el görmesin*” hassasiyetinde yaşanan değişim ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bunun öncesinde konuya kavramsal zemin oluşturması açısından öncelikle yoksulluk ve sosyal yardım konularına yer verilmiş sonrasında ise sosyal medya yardımlarına değinilmiştir. Son bölümde ise “Hayra Koşanlar” grubu üzerinden sosyal medya yardımlarının etki düzeyi somut şekilde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analizi kullanılmış veri toplama aracı olarak da sosyal medya platformu olan Facebook üzerinden “Hayra Koşanlar” grubu seçilmiş olup bunun dışında çalışma yürüten kişi, grup ve kurumlar çalışmanın dışında bırakılmıştır. Hayra koşanlar grubunda ise yöneticilerin paylaşımları ve paylaşımlara gelen etkileşimlere odaklanılmıştır.

Yoksulluk çalışmalarına bakıldığında literatürde yoksullukla ilgili; kavramsal tartışma, mücadele politikaları, kent, sosyal dışlanma ve suç konuları ağırlıklı olarak ele alınmıştır. Yoksullukla mücadele alanında yaşanan toplumsal değişimin aktörü olan sosyal medyaya ait çalışmalar yetersiz düzeydedir. Dolayısıyla bu çalışmanın yoksullukla mücadele alanında yaşanan toplumsal değişimi ortaya koyma noktasında literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 1. Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele

Yoksulluk, insanlık tarihinin her döneminde yaşanmış ve yaşanmaya da devam edecek olan toplumsal bir sorundur. Yoksulluk kavramı “fakirlik, yani sefalet, açlık, yokluk, muhtaçlık” gibi maddi yetersizliklerden dolayı hayatı idame

ettirme noktasında zorluk çekenleri kapsamaktadır (Seyyar, 2003, 40). Marshall yoksulluğu “maddi kaynaklardan, bazen de kültürel kaynaklardan yoksun kalındığı” şeklinde ifade etmektedir (1999, 825). Bu ifade hem maddi hem kültürel kaynakları baz alması nedeniyle en genel ve kapsayıcı tanım mahiyetindedir. İlk/el dönemlerden günümüze kadar birçok değişim ve dönüşüm yaşanmış olsa da yoksulluk sadece form değiştirmiştir. Bu değişim ve dönüşüm yoksullukla ilgili literatürün tartışmalı olmasının ve üzerinde uzlaşmış bir tanımın olmamasının temel sebeplerinden birisidir. Tartışmaların bir diğer sebebi de yoksulluk için baz alınacak ölçütün ne olacağı üzerinedir çünkü ulusal ve uluslararası düzeyde toplumsal eşitsizlik değişiklik göstermektedir. Bu anlamda bazı tanımlar yoksulluğu daha makro bir perspektiften ele alırken bazı tanımlar ise mikro perspektiften ele almaktadır. Bu tanımlamalara bakıldığında yoksulluğun literatürde mutlak yoksulluk ve görelî yoksulluk olarak iki farklı yaklaşım şeklinde benimsendiği görülmektedir. Benimsenen bu yaklaşımlar yoksulluğu anlama ve baz alınacak değeri belirlemede önemli bir unsur haline gelmiştir. Mutlak yoksulluk yaşamak için gerekli olan temel ihtiyaçları baz alan makro bir tanım iken, görelî yoksulluk ise toplumun refah seviyesini baz alan mikro bir tanımlamadır (Kuyurtar, 2003, 111; Üstün, 2007, 9). Özetle, maddi kaynakların yetersiz kalma durumu mutlak yoksullukla ilişkilendirilirken, sınırlı kalma durumu görelî yoksullukla ilişkilendirilmektedir (Aksan, 2012, 11). Yapılan bu ayırım literatürde yoksullukla ilgili çalışmalarda yoksulluğun sınırlarını belirleme tartışmasının bir sonucudur. Bu tartışma aynı zamanda yoksullukla nasıl mücadele edilmesi gerektiğine dair de bir bakış açısı sunmaktadır.

Yoksulluğun başlıca nedenleri “hastalık, malûliyet, yaşlılık, analık, kazalar, ölüm gibi fizikî olabileceği gibi; işsizlik ve aile gelirinin çocuk sayısına bağlı olarak yetersizliği gibi iktisadî” kaynaklı olabilmektedir (Yazgan, 1975, 13). Bu sebeplerden hareketle genellikle yaşlılar, uzun zaman hastalığa maruz kalanlar, çalışmasını engelleyici zihinsel ya da bedensel deformasyona sahip olanlar, düşük ücretle çalışanlar ve işsizler toplumun yoksul kesimini oluşturmaktadırlar. Yoksulluk hangi açıdan tanımlanırsa tanımlansın, sebepleri ne olursa olsun temel mesele yoksullukla nasıl mücadele edilebileceği sorusu üzerinedir.

Yoksullukla mücadelenin birincil muhatabında devletler yer almaktadır. Bir devlet kendisini refah devleti olarak tanımlıyorsa vatandaşlarına sosyal güvence sağlaması gereklidir. Bunun için devletler yoksulluğun giderilmesi hususunda sosyal politikalar belirlemektedirler. Bu politikalar “asgari gelir sağlamak, sosyal güvenlik sağlamak ve sosyal hizmetler sunmak” üzere üç alanda gerçekleştirilmektedir (Tekindal, 2018, 337; Yılmaz, 2006, 7). Çünkü devletin gücü ve bekası halkının refahı ile ilişkilidir. Dolayısıyla yoksulluk siyasi açıdan devletin gücünü sarsan bir etkiye sahip olması nedeniyle mücadele edilmesi ve yönetilmesi ge-

reken bir durumdur. Bu bağlamda ülkemiz 11. Kalkınma Planında yoksullukla mücadele bağlamında politikalar oluşturmaktadır. Kalkınma Planı'nın "Sosyal Hizmetler, Sosyal Yardımlar ve Yoksullukla Mücadele" kısmınının 624. maddesinde planın amacını "Yoksulluk ve sosyal dışlanma riski altında bulunan kesimlerin fırsatlara erişiminin kolaylaştırılması yoluyla ekonomik ve sosyal hayata katılımının artırılması ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi, gelir dağılımının iyileştirilmesi ve yoksulluğun azaltılması" (11. Kalkınma Planı, 2019) şeklinde ele almaktadır. Devletlere ilişkin sürdürülebilir kalkınma için küresel amaçlar da yoksullukla mücadele bağlamında çalışmalar yürütmektedir. Bu amaçlar aşırı yoksulluk (açlık) ve yoksullukla mücadele üzerine çalışmaktadır. Nitekim devletler gerçekleştirdikleri sosyal yardımlarla vatandaşlarının temel ihtiyaçlarını karşılayarak ekonomilerini düzeltmeleri için onlara destek sağlamaktadırlar.

Her dönemde ve toplumda gösterilen çaba kendine özgü bir yapıya sahiptir. Ulus-devlet yapılanmasının ortaya çıkardığı refah devlet anlayışı öncesinde yardımlar Batı'da ve Osmanlı'da farklı isim ve kurumlar aracılığıyla yapılmıştır (Taşçı, 2010, I). Bu kurumların adı ister dernek ya da vakıf ister bugün ki adıyla sivil toplum kuruluşu/örgütü temel amaç yardımlaşma olgusu üzerinedir. Sivil toplum kuruluşları sosyal sorumluluk bilinciyle gönüllü olarak çalışan kurumsal yapılardır. Devletin yetersiz kaldığı durumlarda tamamlayıcı bir rol üstlenmektedirler (Yalçın, 2008, 2). Sivil toplum kuruluşları üyelerinin, üyelik ödemeleri ve bağışları, filantropi, fonlar ve iktisadi işletmelerle yardım faaliyetlerini yürütmektedirler. Çalışmanın sınırlılığı düşünüldüğünde devlet ve gönüllü kuruluşların sosyal yardımlardaki konumu ve mahiyeti bizim çalışmamızda doğrudan yer edinmemektedir. Dolayısıyla burada bahsi geçen devlet ve sosyal yardımlar ile sivil toplum kuruluşları ve sosyal yardımlar belli sınırlılıklar dahilinde ele alınmıştır. Bu çalışmanın doğrudan konusu bireylerin gerçekleştirmiş olduğu yardımlar üzerinedir.

Bireysel olarak yapılan yardımlar gerek kişinin çevresinde bulunan ihtiyaç sahipleriyle gerek hiç tanımadığı bireylerle elinde bulunan maddi imkanları paylaşması üzerine kuruludur. Bireysel olarak yapılan yardımların temelinde insani ve dini duygular bulunmaktadır. Yardımda bulunmak kadar yardımı gerçekleştirme şekli de önem arz etmektedir. Toplumumuzda yardımın gizli olarak yapılması makbuldür fakat yaşadığımız çağda özellikle de yardımlarda sosyal medyanın önemli rol oynaması gizlilik konusunun değişime uğramasına neden olmuştur.

## 2. Sosyal Medyada Yardımlaşma: Hayra Koşanlar

Toplumsal alanda karşılaşılabileceğimiz her olay ve durumun karşılığı bugün sosyal medyada bulunmaktadır. Sınırlarının ötesini aşarak çok farklı alanlar-

da kullanılmaya başlayan sosyal medya, görme ve gösterme üzerine yani teşhir üzerine kuruludur. Fotoğraf ve videolarla gösteren, mesajlarla bilgi veren herkeşe açık platformlardır (Çağlak, 2020). Bu teşhir bireylerin kendilerinin sergiledikleri gönüllü paylaşımlardan kaynaklanmaktadır. Paylaşımların herkese açık şekilde paylaşılması “akışkan gözetim” kavramsallaştırması ile açıklanmaktadır (Bauman ve Lyon, 2013). Bugün sosyal medyada yapılan siyasi bir protestonun darbe başlatacak ya da bitirecek güce sahip olduğu herkes tarafından bilinmektedir. Sosyal medyanın gücü bu anlamda yaratılmak istenen etkiye göre olumlu ya da olumsuz şekilde kullanılabilir. Sosyal medya üzerinden yoksullukla mücadele eden sosyal medya hesapları bu etkiyi olumlu yönde kullanmaktadır. Sosyal medyanın geniş kitlelere hitap etmesi, mekânların sınırlarını aşması, anında iletişim, etkileşimi arttıran faktörlerin başında gelmektedir.

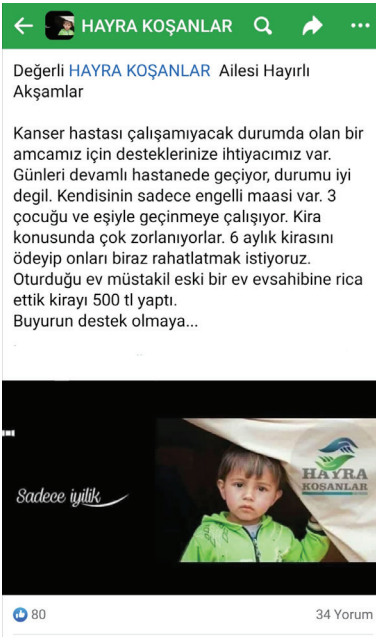
Son yıllarda yardımlaşma faaliyetlerinin sosyal medya üzerinden yaygınlık kazandığı görülmektedir. Hem yardım alan hem de yardım eden bireyler sosyal medya platformlarında bir araya gelmektedirler. Fiziksel mekânın internet ortamında sanallıkla sınırsız hale gelmesi daha fazla yardıma ihtiyacı olan kişilere ulaşma imkânı sağlamakta ve yardım eden kitleyi genişletmektedir. Sosyal medya yoluyla yardım kampanyalarının yapıldığını bilen, yardıma ihtiyacı olan kişiler sesini duyurmak için sosyal medya kullanabilmektedir. Aklında yardım yapma düşüncesi olmayan bireyler bile yardım paylaşımını görebilmektedirler. Sosyal medya aracılığıyla yardımlaşmada insanların illaki bir araya gelmesi gerekmemektedir. Sanal ortamda başlayan yardım kampanyası sanal bankacılık üzerinden devam edebilmektedir. Yardımda bulunan ve bulunulan birbirinin sanal hesabının dışında birbirini hiç görmemekte ve tanımamaktadır. Çalışma bu anlamda sosyal medya üzerinden yapılan yardımlaşmanın önemini ortaya koymakta ve yardımlaşma konusunda yaşanan değişime dikkat çekmektedir. Bu anlamda Facebook'ta bulunan Hayra Koşanlar grubundan toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Betimsel analiz belirli bir çerçeve dahilinde nitel verilen işlenmesini kapsayan süreçtir. Bu süreçte bulgular tanımlanır ve tanımlanan bulgular yorumlanarak analiz gerçekleştirilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Hayra Koşanlar<sup>3</sup>, 8 Ocak 2016 tarihinde Facebook üzerinden yardıma ihtiyacı olanlar ile yardım etmek isteyenleri bir araya getirmek amacıyla kurulmuş grup sayfasıdır. Hayra Koşanlar gönüllülerden oluşan kişilerle sadece Konya'da faaliyet göstermektedir. Grubun toplamda 115.526<sup>4</sup> üyesi bulunmaktadır. Facebook grubu olarak oluşturulan grubun zamanla etki alanının genişlemesi dijital alandaki varlığının da web site, Youtube kanalı, android ve ios uygulamaları ile

3 <https://www.facebook.com/groups/hayrakosanlar>

4 Üye sayısı 19.12.2021 tarihine aittir.

genişlemesine sebep olmuştur. Yardıma ihtiyacı olanlar Facebook grubu ya da uygulama üzerinden ilgili kişilere (gönüllü çalışanlara) ulaşabilmektedir. İlgili kişiler öncelikle Konya Büyükşehir Belediyesi sosyal verisi üzerinden yardım talebinde bulunan kişinin T.C. Kimlik numarasından üzerine kayıtlı mal varlıklarını kontrol etmekte ve aynı zamanda belediye, valilik, sosyal hizmet gibi kurumlardan yardım alıp almadığını kontrol etmektedir. Bu ön bilgiler doğrultusunda başvuran kişinin ihtiyaç sahibi olup olmadığının tespitini yapmak üzere en az iki ilgili kişi ziyaret gerçekleştirmektedir. Durum tespiti sonrasında kişi ya da aile eğer gerçekten ihtiyaç sahibi ise Facebook grubunda ihtiyacına yönelik paylaşım yapılmaktadır (URL 1).



Facebook grup sayfasında yer alan ihtiyaç taleplerinin çoğunlukla sağlık, barınma, fatura, beyaz eşya vb. gibi nakdi yardım gerektiren ihtiyaçlar olduğu görülmektedir. Grup sayfası incelendiğinde bunun nedeninin yiyecek ya da giysi gibi aynı yardımların yardımseverler tarafından bağışlanmasından kaynaklandığı görülmektedir. Çünkü yapılan yardımlarda incelenen fotoğrafların çoğunluğunun gıda yardımlarına yönelik olduğu görülmektedir.




İhtiyaç duyulduktan sonra grup üyelerinden karşılamak isteyen paylaşıma yorum yazmakta, yönetici ise yorum yazan kişiye özelden dönüş yapmaktadır. Yorumlarda yardım etmek isteyenlerin profil bilgileri açık bir şekilde görülmektedir. Yardımlar çoğunlukla bu şekilde yapılmakla birlikte yorum kısmından yazmayıp yöneticiye doğrudan özelden dönüşler yapanlarda mevcut bulunmaktadır.





İhtiyaç giderildikten sonra ilgili kişiler tarafından paylaşım yeniden düzenlenerek “ihtiyacımız tamamlandı” şeklinde belirtilmektedir. Bu tarz geri dönüşler bireylerin yardımının tamamlandığı ve ihtiyacın giderildiğine dair dönüt oluşturmaktadır. Böylelikle bireyler motive olmakta ve yardımın şeffaflığına dair algı oluşmaktadır. Motive edici bir diğer unsur ise grup üyelerinin dini söylem içeren yorumlarıyla yardım yapan kişilere dönüt oluşturmalarıdır.

←  HAYRA KOŞANLAR 🔍 🔄 ...

👉👉👉 İHTİYACIMIZ TAMAMLANDI ALLAH HEPİNİZDEN RAZI OLSUN 🌸🌸🌸

HAYIRLI AKŞAMLAR KIYMETLİ DOSTLAR TAKİBİMİZDEKİ ABLAMIZ YILLAR ÖNCE EŞİNİ KAYBETMİŞ KENDİ BAŞINA YAŞIYOR PEK EŞİ DOSTU AKRABASI YOK OLANDA SIRTINI DÖNMÜŞ SABİT Bİ MAASİ GELİRİ YOK GÜNDELİK İŞLERLE AYAKTA DURUR SIKIŞTIKÇA BİZ DESTEK OLURUZ BİZE ULAŞTI ŞİMDİ BELİNDEN AMELİYAT OLMUŞ ÇALIŞMAYINCA KİRA FATURA DERKEN SIKINTIYA GİTMİŞ ZAYLIK KİRASI 1300 TL FATURALARI VS ABLAMIZIN HESABINA 2000 TL TOPLAMAK İSTİYORUZ KİMİN ELİNDEN NE GELİRSE AZ ÇOK DEMEDEN DESTEK OLMAK İSTEYEN OLURSA ÖZELDEN İBAN NUMARASINI VERECEĞİM İNŞALLAH BİSMİLLAHİRRAHMANİRRAHİM

81 >

Allah razı olsun inşallah  
17s Beğen Yanıtla 1

Allah razı olsun inşallah hocam  
17s Beğen Yanıtla 1

Allah razı olsun sebep olanlardan inşallah  
17s Beğen Yanıtla 1

Allah razı olsun abi  
16s Beğen Yanıtla 1

Allah kabul etsin inşallah  
15s Beğen Yanıtla 1

Allah razı olsun emeğine yüreğine sağlık güzel insan  
15s Beğen Yanıtla 1

Allah razı olsun

Bunun dışında grup yöneticileri zaman zaman bağışlanmış toplu gıda, kıyafet, kurban yahut benzeri aynı yardımların fotoğrafını hadis, ayet yahut dua ile paylaşmaktadır. Üyeler ise fotoğrafın altına “Allah razı olsun” diye yoruma yazmaktadırlar.

←  HAYRA KOŞANLAR 🔍 🔄 ...

10 kapi,caresizlik...  
10 kapi,gecim derdi...  
10 kapi,hayaller...  
10 kapi,onlarca cocuk...  
10 kapinin gidasi teslim edildi.  
10 kapi,mutluluga  
10 kapi,gecim derdine molaya  
10 kapi,gulen yuzlere  
10 kapi,dualara dönüştü...  
Sizlere de cennete dönüsson insallah...



121 15 Yorum • 1 Paylaşım

←  HAYRA KOŞANLAR 🔍 🔄 ...

"Allah bir kulu sevince ,onu denemeye tabi tutar. Kul sabrederse onu seçkin kılar, şükrederse onu temize çıkarır.." Hz.Muhammed (s.a.v)

Kardeşler sizlerin desteği ile kardeşlerimizin aylık ihtiyaçlarını karşıladık Allah razı olsun hepimizden inşaAllah



126 11 Yorum

Yardımda bulunmak isteyen üyeler isterlerse doğrudan yardıma ihtiyacı olan kişiye yardımlarını iletebilmektedirler. Bu durum yardımların şeffaf olarak yapıldığının diğer göstergelerindedir. Özellikle aynı yardımın yapılması grup yöneticilerinin doğrudan parayla temasının olmaması insanları teşvik etmektedir. Gerekli nakdi yardımlarda grup yöneticileri doğrudan parayı almak yerine gerekli olan kişinin banka hesap bilgisini paylaşarak ya da yönlendirerek ihtiyacı gidermektedir (URL 2). Paylaşımlarda yardım yapılan kişilerin kimliklerine hassasiyetle yaklaşıldığı görüldüğü de istisnai olarak birkaç fotoğraf ve videoda bu durumun aşındırıldığı görülmüştür. Yardım yapanların çoğunun ise açıktan kendi sosyal medya hesabıyla yardım yapması bireylerin kendi kendilerini görünür kıldığını göstermiştir.

“Sağ elin verdiğini sol el bilmemeli” öğretisi sosyal medya yardımlarıyla sağ elin verdiğini sosyal medya görsün anlayışına evrilmiştir. Yardımın gizli tutulması hem yardım yapanın büyülenmesi için hem de yardım alanın gururunun kırılmaması için bir öğreti iken günümüzde sosyal medya yardımları bu hassasiyeti azaltmıştır. Hassasiyetin azalmasının aksine yardımların etki alanı ise genişlemiştir. Yardımların görünür olması yardımda bulunacak ve bulunulacak kişiye ulaşmada önemli rol oynamıştır.

## Sonuç

Yoksulluk insanın hayatını idame ettirmesini zorlaştıran, toplumdan dışlanmasına neden olan ve suçta iten olumsuz bir durumdur. İnsanın onurlu bir yaşam sürmesi, kendine yetebilmesi ve bağımsız yaşaması temel ihtiyaçlarını ve daha fazlasını karşılayabilmesi ile doğru orantılıdır. Yoksulluk bu anlamda istenmeyen mücadele edilmesi gereken bir olgudur. Yoksullukla mücadele bireysel yardımlaşmayla birlikte yaşama tecrübesi iken, kurumların bireylere yardım etmesi refah seviyesini yükseltmeye yönelik politikalarlardır. Bunun yanında son yıllarda ortaya çıkan ve geniş yankı uyandıran bir yardım biçimi de yardımların sosyal medya platformları aracılığıyla yapılmasıdır.

Sosyal medya yardımları yoksullukla mücadelede yaşanan toplumsal değişimi ortaya koymada önemli bir rol oynamaktadır. Reel hayatta yapılan yardımın sanala taşınması yardımın görünürlüğünü de değiştirmiştir. *Sağ Elin Verdiğini Sol Elin Görmesin* öğretisinden hareketle gizlilik esasıyla yapılan yardımlar sanal ortamda herkesin içinde yapılmaktadır. Yardımda bulunan ve bulunmak isteyenler özel mesaj yoluyla grup yetkilisine ulaşabilecekken yorum üzerinden ulaşmayı tercih etmektedir. Bu durum kişilerin kendilerini ifşa etmelerine neden olmakta ve görünür olma kaygısını taşımadığını göstermektedir. Diğer bir açıdan görünür olma ise grubu aktif kılmakta ve yardımlaşma duygusunu ortaya çıkarmaktadır. Üstelik bu durum diğer yardım edecek kişilerin etkilenmesi noktasında önemli bir husustur. Bu gru-

bun güvenilir olduğunu herkesin bu bakış açısıyla yardımda bulunduğu algısını da yaratmaktadır. Bir diğer etken fotoğraf yahut videoyla yardımın gizliliği ortadan kalkarken yardımların yerine ulaştığı algısını da oluşturmaktadır.

## Kaynakça

- Aksan, Gamze. “Yoksulluk ve Yoksulluk Kültürünün Toplumsal Görünümleri”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 27 (2012), 9-19.
- Bauman, Zygmunt., Lyon, David. *Akışkan Gözetim*. (Çev: Elçin Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2013.
- Çağlak, U. “Teşhir Toplumu ve Yeni Medya: Teşhir Toplumunun Oluşmasında Önemli Bir Araç Olan Yeni Medya Üzerine Bir Değerlendirme”. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2 (2), (2020), 12-20.
- Kuyurtar, Erol. “Mutlak Yoksulluğa İlişkin İki Etik Yaklaşım”. *Deniz Feneri Yoksulluk Sempozyumu* 1 (2003), 110-122.
- Marshall, Gordon. *Sosyoloji Sözlüğü*. (Çev: Osman Akınhay, Derya Kömürçü), İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999.
- Seyyar, Ali. “Sosyal Siyaset Açısından Yoksulluğa Karşı Mücadele”. *Deniz Feneri Yoksulluk Sempozyumu*, (2003), 38-69.
- Taşçı, Faruk. *Yoksulluk ve Sosyal Hizmet*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, 2010.
- Tekindal, Melike. (2018). “Türkiye’de Sosyal Yardımların Yapısal İşlevsel Yaklaşımına Göre Analizi”. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 29, (2), (2018), 335-362.
- Youtube. Gonya TV. “Hayra Koşanlar-Gonya”. (Erişim 19.12.2021). <https://www.youtube.com/watch?v=NAKYMo8jjec>
- Youtube. KONTV. “5 Mevsim Hayra Koşanlar Derneği”. Erişim 06.10.2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ozgymGPIxfg&t=1079s>
- Üstün, Nejat. *Sivas’ta Yoksulluk*. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007.
- Yalçın, Nermin. *Sivil Toplum Kuruluşları ve Yoksulluk*. Aydın: Adnan Menderese Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2008.
- Yazgan, Turan. *Gelir Dağılımı Açısından Sosyal Güvenlik*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1975.
- Yıldırım, Ali. & Şimşek, Hasan. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık, 2011.
- Yılmaz, S. (2006). Sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıflarının yoksullukla savaşım politikaları içindeki yeri (Eskişehir örneği), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
11. Kalkınma Planı, 2019. T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı: Ankara.

# Sosyal Medyada İnsan Hakları - Hayvan Hakları Tartışmaları ve Din: Anti-Natalist Veganlar Örneği<sup>1</sup>

Miray Hallak<sup>2</sup>

## Özet

Hayvan hakları ve hayvanın ahlakî değerine ilişkin tartışmalar günümüzde öne çıkan etik meselelerdir. Hayvan hakları kuramlarının bir bölümü bilinç ve hissetme kapasitesine sahip tüm hayvanların öznel varoluşa sahip olmak bakımından adaletin öznesi ve dokunulmaz hak hamili olduğu önermesiyle başlamaktadır. Aynı gerekçeyle pek çok hayvan hakları savunucusu hayvanları, ahlaki değere sahip varlıklar olarak görmektedir. Onlar “çıkarların eşit derecede önemsenmesi” ilkesine dayanarak insanların hayvanları kendi amaçları uğruna kullanılmasına, hayvanların acı çekmelerine ve sömürülmelerine itiraz etmişlerdir. Bu itirazların bir kısmı veganlardan gelmektedir. Veganlık kısaca “hayvanlara dair sömürü ve zulmün tüm biçimlerini dışlamanın ve yaşamı gözetmenin yolu” olarak tanımlanır. Veganlar, et, balık, kümes hayvanı, yumurta, bal, hayvansal süt ve türevlerini tüketmeyip hayvanlardan üretilen ticarî malların alternatifini kullanmaktadır. Yakın zamana kadar sınırlı sayıda destekçi bulan bu yaklaşım, özellikle sosyal medyanın etkisiyle geniş kesimlere yayılma imkânı bulmuştur. Veganlar hayvan haklarını savunma konusunda kendi içlerinde farklı yaklaşımlar benimsemektedir. Örneğin anti-natalist yaklaşıma göre üremek ahlaki bir yanlıştır. Veganlığın ancak anti-natalist yaklaşımın benimsenmesi ile mümkün olduğunu düşünen anti-natalist veganlar insanların çevreye ve hayvanlara zarar verdiğini, iklim krizinin sadece iki nedene dayandığını, bunlardan birinin üremek diğerinin ise hayvan yemek olduğunu ileri sürmektedir. Bu, kanaatimizce hayvan haklarının korunması için insan haklarına müdahale edilmesi anlamına gelmektedir. Önde gelen hayvan hakları savunucularından Peter Singer'e göre insan gibi ahlak da evrim sürecinde oluşmuştur. Ona göre ahlak evrim süresince doğru ve yanlış hakkında geliştirilen sezgisel tepkilerin etkisi altında gelişmiştir. Dolayısıyla hayvansal ürünlerin tüketimi ya da üreme gibi konu-

1 Bu çalışma *Uluslararası Din ve Medya Sempozyumu (Ankara: 21-22 Ekim 2021)*'nda özet bildirisi olarak sunulmuştur.

2 Arş. Gör., Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi. miray.alhallaq@asbu.edu.tr / orcid.org/0000-0003-4220-1882

larda ahlaki kararları yeniden oluşturmak mümkün ve hatta gereklidir. Bu koşullarda insanların çıkarlarını hayvanların veya doğanın çıkarının önüne koyacak bir gerekçe de yoktur. Vegan ahlak da bunu yapmayı planlamaktadır. Kendilerini dine karşı olarak konumlandırmayan veganlar olmakla birlikte dinleri reddederek yeni bir ahlak anlayışı oluşturmayı amaçlayan veganlar çoğunluğu oluşturmaktadır. Biz de bu çalışmada dinî önermeler ve bazı açılardan insan hakları ile çatıştığını düşündüğümüz vegan ahlak önermelerini özellikle anti-natalist veganlar odağında ele alacağız.

**Anahtar Kelimeler:** Vegan, Anti-natalist, Türçülük, Vegan etik, Mizantropi.

## Human Rights-Animal Rights Debates and Religion In Social Media The Example of Anti-Natalist Vegans

### Abstract

Discussions on animal rights and the moral value of animals are prominent ethical issues today. Some of the animal rights theories begin with the proposition that all animals with the capacity for consciousness and feeling are subjects of justice and holders of inviolable rights in terms of having a subjective existence. For the same reason, many animal rights advocates view animals as beings of moral value. Based on the principle of “equal consideration of interests”, they objected to people’s use of animals for their own purposes, to the suffering and exploitation of animals. Some of these objections come from vegans. Veganism is briefly defined as “a way of preserving life and excluding all forms of exploitation and cruelty towards animals”. Vegans do not consume meat, fish, poultry, eggs, honey, animal milk and derivatives, and use alternatives to commercial goods produced from animals. This approach, which found a limited number of supporters until recently, has found the opportunity to spread to large segments, especially with the effect of social media. Vegans take different approaches to defending animal rights. For example, according to the antinatalist approach, procreation is a moral wrong. Antinatalist vegans, who think that veganism is only possible with the adoption of an antinatalist approach, argue that people harm the environment and animals, and that the climate crisis is based on only two reasons, one of which is to breed and the other to eat animals. In our opinion, this means interfering with human rights for the protection of animal rights. According to Peter Singer, one of the leading animal rights advocates, morality, like human beings, emerged in the process of evolution. According to him, morality developed under the influence of intuitive reactions about right and wrong during evolution. Therefore, it is possible and even necessary to reconstruct moral decisions on issues such as the consumption of animal products or reproduction. In these circumstances, there is no reason to put the interests of people before the interests of animals or nature. Vegan ethics plans to do just that. While there are vegans who do not position themselves as against religion, the majority of them are vegans who aim to create a new moral understanding by rejecting religions. In this study, we will deal with religious propositions and vegan moral propositions that we think conflict with human rights in some respects, especially with the focus of antinatalist vegans.

**Keywords:** Vegan, Antinatalist, Speciesism, Vegan ethics, Misanthropy.

## Giriş

Günümüzde hayvan hakları ile ilgili sorunlar, toplumsal adalet kapsamı içerisinde ele alınmaktadır. Hayvan hakları konularının insan hakları ile kesişim noktalarına yapılan vurgular, hayvan haklarının toplumun geniş bir kesimi tarafından desteklenmesini amaçlamaktadır. İnsanlara diğer türlerden daha fazla önem atfedilmesini eleştiren *türçülük* karşıtı bu yaklaşımlar, türçülükle *cinsiyetçilik* ve *ırkçılık* gibi çeşitli ayrımcılık biçimlerinin birbirine bağlı baskı biçimleri olduğunu savunmaktadır. Bu bağlamda özgürlük hareketleri olarak değerlendirilecek bu yaklaşımlar hayvan özgürleşmesini bir toplumsal adalet sorunu olarak görmektedir. Bu hareketlerin bir ayağını hayvan hakları kuramları diğer ayağını ise *aktivizm* oluşturmaktadır.

### 1. Hayvan Hakları Kuramları

Hayvan hakları kuramlarının bir bölümü, bilinç ve hissetme kapasitesine sahip tüm hayvanların öznel varoluşa sahip olmak bakımından adaletin öznesi ve dokunulmaz hak hamili olduğu önermesiyle başlamaktadır<sup>3</sup>. Aynı gerekçeyle pek çok hayvan hakları savunucusunun nazarında hayvanlar ahlakî değere sahip varlıklar olarak görülmektedir. Hayvan hakları savunuculuğu ise en basit haliyle hayvanların kullanımına sınır getirilmesini savunmak<sup>4</sup> olarak tanımlanabilir. Hayvanların da bilinçli ve hissedebilen varlıklar olduğu yönündeki güncel bilimsel araştırmalar tek tek hayvanların veya türlerin kendilerine ait özgün çıkarları olduğu<sup>5</sup> düşüncesinin pekişmesine ve böylece hayvan hakları savunucularının tezlerinin güçlenmesine sebep olmuştur. “Temel bir ahlak ilkesi olarak, çıkarların eşit derecede önemsenmesi ilkesinin keyfi biçimde sadece kendi türümüzün bireyleriyle sınırlandırılmayacağı”<sup>6</sup> yönündeki anlayış ise hayvanların, insanların amaçları uğruna bir araç olarak kullanılmasına, acı çekmelerine ve sömürülmelerine karşı yapılan itirazların temelini oluşturmaktadır.

Bu itirazları yüksek sesle dile getiren hayvan hakları savunucularının bir kısmı kendilerini *vegan* olarak tanımlamaktadır. İlk kez 1944’te Donald Watson tarafından ortaya atılan bir kavram olan veganlık “hayvanlar âlemine dair sömürü ve zulmün tüm biçimlerini dışlamanın ve yaşamı gözetmenin yolu” olarak ifade edilmektedir. Veganlık et, balık, kümes hayvanı, yumurta, bal, hayvansal süt ve türevlerini kullanmayı reddederken bitkiler âleminin ürünleriyle yaşamak ve tamamen ya da kısmen hayvanlardan üretilen tüm ticari malların alternatiflerini kullanmayı<sup>7</sup> öne

3 Will Kymlicka - Sue Donaldson, *Zoopolis: Hayvan Haklarının Siyasal Kuramı*, çev. Mine Yıldırım (İstanbul: Koç Yayınları, 2016), 29.

4 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 29.

5 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 42.

6 Peter Singer, *Hayvan Özgürleşmesi*, çev. Hayrullah Doğan (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018), 39.

7 Ahmet Berkay Türkmen, “Topyekün ve Bütünsel bir Özgürlük Talebi: Veganlığın Felsefesi.

çıkarmaktadır.<sup>8</sup> Yakın zamana kadar oldukça sınırlı sayıda destekçi bulan bu yaklaşım, medyanın etkisiyle geniş kesimlere yayılma imkânı bulmuştur. Medya, hayvanlarla ilgili sorunları daha çok ciddiye aldıkça hayvanların endüstriyel çiftliklerde uğradığı sömürü konusundaki bilgisizlik de azalmaya başlamıştır.<sup>9</sup> Bu bağlamda en etkin platformlar ise sosyal medya hesapları olmuştur. Sosyal medyada aktif yer alan vegan aktivistlerden biri olan Zülal Kalkandelen, veganlığın “bir insanın hayvansal ürünler yememe, kullanmama hakkı” şeklindeki sınırlı tanımlamasına karşı çıkarak<sup>10</sup> bunu, “insan dışı hayvanların da insan gibi bilinç sahibi duyguları olan canlılar olduğu gerçeğinden hareketle, onlara uygulanan meta statüsünü ve bu yüzden köleştirilmelerini reddederek yaşam hakkını savunan özgürleştirici bir etik tutum” olarak değerlendirmektedir.<sup>11</sup>

## 2. Hayvan Hakları Hareketlerinin Gelişimi ve Bilinç Kavramı

Hayvan hareketleri, gelişimini hayvanların da bilinçli varlıklar olduğunun kabul edilmesine borçludur. Hayvanların bilinç sahibi ve hissedebilen canlılar olduğuna yönelik ısrarlı vurgunun nedeni, düşünce tarihinde hayvanlara yönelik yaklaşımlar incelendiğinde bulunabilir. Düşünce tarihi boyunca felsefe gelenekleri hayvanları etiğin alanına dâhil etmeme eğiliminde olmuşlardır. Aristoteles “tüm hayvanların insanlar için var olduğunu ve doğanın amaçlılık ilkesi dolayısıyla bütün şeyleri özellikle insan için yapmış olduğunu” ileri sürerek doğada en üstünde insanların bulunduğu bir hiyerarşi bulunduğunu savunmuştur.<sup>12</sup> Aristo felsefesini Hristiyanlıkla sentezleyen Thomas Aquinas, “hayvanların eylemlerini belirleme yeteneğinden ve akılsallıktan yoksun olmalarından ötürü, onların insanların amaçları için bir araç” olduğunu düşünmektedir.<sup>13</sup> Descartes ise hayvanların bilinçten ve hissetme yeteneğinden yoksun olduğunu ve bu nedenle birer makine olduklarını ileri sürmüştür.<sup>14</sup> Spinoza hayvanların hissetme yeteneğine sahip olmakla birlikte insanların hayvanlara kendi çıkarı doğrultusunda muamele etmesinin engellenemez olduğunu savunmuştur.<sup>15</sup> Bu da felsefe tarihinde hayvan haklarına yönelik ilk olumlu yaklaşım olarak değerlendirilmiştir.<sup>16</sup>

8 Bütün hayvan hakları savunucuları et ve diğer hayvansal ürünlerin tüketimine karşı değildir. Bazıları sadece et yemeyi tercih etmezken bazıları sömürü koşulları geçene kadar et ve hayvansal ürün tüketiminin askıya alınmasını önerir.

9 Singer, *Hayvan Özgürleşmesi*, 11.

10 Zülal Kalkandelen, *Vegan Devrimi ve Hayvan Özgürlüğü: Türkiye’den ve Dünyadan Mücadele Örnekleriyle*, (İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, 2021), 145.

11 Kalkandelen, *Vegan Devrimi ve Hayvan Özgürlüğü*, 134.

12 Aristoteles, *Politika*, çev. M. Tuncay (İstanbul: Remzi Kitabevi, 1975), 18-19.

13 Cevizci, *Uygulamalı Etik*, 145.

14 Rene Descartes, *Usun Doğru Yönetimi ve Bilimlerde Gerçeklik Arayışı İçin Yöntem Üzerine Söylem*, (İstanbul: İdea Yayınları, 1996). 47.

15 Cevizci, *Uygulamalı Etik*, 148.

16 Cevizci, *Uygulamalı Etik*, 148.



Hayvanların da bilinç sahibi varlıklar olduğu görüşünün yaygınlık kazanmasıyla birlikte on dokuzuncu yüzyıl, hayvan hakları hareketlerinin hızla yayıldığı bir dönem olmuştur. Tarihte bilinen ilk resmî hayvan hakları savunuculuğu örgütü Hayvanlara Yönelik Şiddeti Engelleme Cemiyeti (Society for the Prevention of Cruelty Animals/SPCA) 1824 yılında Britanya'da kölelik karşıtı din adamı Arthur Broome'un düzenlediği toplantıyla kurulmuştur. Biri Yahudi bir vejetaryen olan yirmi iki kişilik kurulun kalanı Hıristiyanlardan oluşmuştur. İlk amaçları madenlerde çalıştırılan küçük ırk atların korunması ve refahı olup diğer amaçları ise hayvanlara zulüm vakalarını incelemektir.<sup>17</sup> Bu noktada bu dönemde hayvan hakları savunuculuğu yahut vejetaryenliğin din ile çelişkili bir şey olmadığı altını çizmek yerinde olacaktır. 1826 yılında Richard Martin isimli bir *viviseksiyon* karşıtı, İrlanda Parlamentosu'na girip kölelerin, fakirlerin ve hayvanların haklarını korumak için çalışmalar yapmıştır. O, vejetaryen olmadığı gibi bir kuş avcısıdır da. Bu durum hayvan haklarını savunmak için hayvan yememek gerektiği şeklindeki yaklaşımın bu dönemde yaygın olmadığını ortaya koymaktadır. 1866 yılında ise Amerika'da ilk hayvan hakları örgütü, Hayvanlara Yönelik Şiddeti Engelleme Amerikan Cemiyeti (The American Society for the Prevention of Cruelty Animals /ASPCA) kurulmuştur. Kurucusu aynı zamanda bir çocuk hakları aktivistidir.<sup>18</sup>

Burada önemli bir nokta on dokuzuncu yüzyılda hayvan hakları ile (özellikle dezavantajlı gruplar başta olmak üzere) insan haklarının korunması çalışmalarının iç içe geçmesidir. Önemli bir diğer nokta ise yine bu dönemde viviseksiyon karşıtlığının yaygınlık kazanmasıdır. Viviseksiyon (canlı kesim/diri kesim) ilk kez Aristoteles tarafından bilimsel araştırma amacıyla hayvan bedeninin canlı fonksiyonlarının görülebilmesi için uygulanmış<sup>19</sup> on altıncı yüzyılda ise halka açık şekilde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Descartesci *hayvan-makine* yaklaşımı<sup>20</sup> bu deneylerin yayılmasında etkili olmuştur.<sup>21</sup> Bu bakış açısı ve uygulamalara on yedinci yüzyılda bireysel karşı çıkışlar olsa da örgütlenme ancak on dokuzuncu ve yirminci yüzyıllarda mümkün olmuştur. Yirminci yüzyılda evrim

17 Yağmur Özgür Güven – Oğuzcan Kınıkoğlu, *Hayvan Deneyleri: Hayvanlar Bizim İçin mi Var?* (İstanbul: Yeni İnsan Yayınları, 2020), 111.

18 Güven – Kınıkoğlu, *Hayvan Deneyleri*, 113.

19 Güven – Kınıkoğlu, *Hayvan Deneyleri*, 19, 20.

20 Descartes'e göre bilinç, rasyonel düşünce ve dil yalnız insanın sahip olduğu özellikler olup hayvanların hareketleri yalnızca mekanik reflekslerdir. Ayrıntılı bilgi için bk. Descartes, *Usun Doğru Yönetimi ve Bilimlerde Gerçeklik Arayışı İçin Yöntem Üzerine Söylem*, 47. Bu düşünce, hayvanların hissetme yetisinin olmadığı ve bu nedenle acıyı deneyimlemedikleri şeklinde bir algıyı doğurmuştur. Bunun sonucunda hayvanların her türlü deneyde kullanılmasının yaygınlık kazandığı görülmektedir. Bu konuda ayrıntılı bir değerlendirme için bk. Güven – Kınıkoğlu, *Hayvan Deneyleri*, 29.

21 Güven – Kınıkoğlu, *Hayvan Deneyleri*, 106.

teorisinin de etkisiyle hayvan hakları hareketleri de ivme kazanmıştır. Burada yirminci yüzyıla kadar insanların çıkarları için hayvan bedeninin araç olarak kullanıldığı görülmektedir.

Hayvan hakları savunucuları, hayvanların hissedebilme kapasitesine sahip olduğunu gösteren bilimsel kanıtlara dayanarak, akıl yürütme kapasitesi yerine acı çekme ve haz duyma kapasitesini bir *çıkara* sahip olmanın ön koşulu<sup>22</sup> olarak sayılması gerektiğini öne sürmüşlerdir. 2012 yılında yayınlanan Cambridge Bilinç Deklarasyonu<sup>23</sup> ile hayvanların bilinç sahibi varlıklar olduğu ilan edilmiştir. Bu, hayvan hakları savunucuları için önemli bir gelişme olmakla birlikte hayvan bilincinin niteliğine yönelik tartışmalar son bulmuş değildir. Bu nedenle hayvan hakları savunucuları kuramlarını nadiren hayvanların bilinç sahibi olması üzerine kurmaktadır. Bunun yerine *antroposentrik* akılcılığın karşısına ilhamını Bentham'ın faydacı yaklaşımından alan ve acı çekebilen tüm canlıların eşit olduğu fikri ile bağlantılı *patosentrik*<sup>24</sup> (pathocentric) yaklaşım koyulmaktadır.

### 3. Hayvan Hakları ve Ahlak

Hayvanların sinir sistemlerinin yapay olarak üretilmeyip tıpkı insanlar gibi evrim sürecinde oluşması<sup>25</sup> gibi ahlak kavramının da insanlara ilahî bir yaratıcı tarafından verilen değil, evrim aracılığıyla gelişen bir *meleke* olduğunu ileri süren görüşler vardır. Önemli hayvan özgürleşmesi savunucularından ahlak felsefecisi Peter Singer'e göre ahlak başka sosyal hayvanlarla paylaşılan, evrim süresince doğru ve yanlış hakkında geliştirilen sezgisel tepkilerden, dil ediminin etkisi altında gelişmiştir.<sup>26</sup> Bu nedenle insanların çıkarlarını insan olmayan hayvanların çıkarlarının önüne koyacak bir gerekçe söz konusu olmadığı ileri sürülmektedir. Tüm canlıların ihlal edilemez haklara sahip olduğu önermesine bağlı olarak tüm canlılar başkalarının iyiliği için kurban edilmeme eşit hakkına da sahiptir.<sup>27</sup> Bu hakları insanlarla sınırlamak ahlaki açıdan keyfi ve türcü bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.<sup>28</sup> Hayvanların ihlal edilemez haklara sahip olması, onların insanların hizmetindeki araçlar olmadığı, dünyaya insanları

22 Singer, *Hayvan Özgürleşmesi*, 54.

23 Deklarasyon metninin Türkçe tercümesi için bk. <https://veganlik.org/cambridge/>; Kalkan-delen, *Vegan Devrimi ve Hayvan Özgürlüğü*, 167.

24 Heike Baranzke, "Akıl, Sezgi ve Eşitlik: Hayvanların Ahlak ve Kurtuluş Topluluklarına Dâhil Edilmesinin ya da Dışlanması Batı Felsefesi ve Hristiyan Teolojisi Açısından Temelendirilmesi", *Hayvan Etiği*, ed. Tuncay Sandıkçı vd. (İstanbul: İSAR Yayınları, 2019), 17.

25 Peter Singer, *Pratik Etik*, çev. Nedim Çatlı (İstanbul: İthaki Yayınları, 2021), 59.

26 Singer, *Pratik Etik*, 23.

27 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 32.

28 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 35.

beslemek ve rahat ettirmek için gelmedikleri<sup>29</sup> şeklinde yorumlanmıştır. Bu da vegan hareketin savunduğu temel önermelerdendir.

Ancak böyle bir önerme, yalnızca hayvanlar bir mal veya şey olarak değil bir özne veya benlik olarak kabul edildiğinde ahlakî ve hukukî olarak anlamlı olmaktadır. Vegan hareketler ve çoğu hayvan hakları hareketleri hayvanların et veya yan ürünlerinin hiçbir koşulda kullanılmaması gerektiğini öne sürmektedir. Hayvan haklarını vatandaşlık kuramı çerçevesinde ele alarak karma bir insan-hayvan toplumu ideali savunan görüşler ise hayvanlarla insanlar arasındaki ilişkilerin istismarcı olmayacağı koşulların tespit edilip karşılıklı yarar sağlanan ilişkilerin neler olduğunun belirlenmesi gerektiğini öne sürmektedir.<sup>30</sup> Aksi halde bu, hayvanların sadece korunma altına alınması gereken varlıklar olduğu anlamı taşıyacaktır.<sup>31</sup>

Vegan sosyal medya kullanıcılarının bir bölümü hayvanların bir vatandaş olarak ele alındığı yaklaşımlardan ziyade tam koruma altına alınması gereken varlıklar olduğu yönünde paylaşım yapmaktadır. Çoğunlukla endüstriyel çiftliklerde beslenen hayvanların yaşadığı zulümleri gözler önüne seren paylaşımlar yapan vegan sayfalarından bazıları, evcil hayvanların insanların zulmünden korunmasının tek yolunun kısırlaştırılmaları yoluyla tükenmesinden geçtiğini ileri sürmektedir. *Tükenmeci/abolisyonist* olarak adlandırılan ve önemli hayvan hakları savunucularından Gary L. Francione'nin görüşlerinden beslenen bu yaklaşıma göre hayvanları evcilleştirmek ahlakdışı bir davranış olduğundan buna son verilmelidir.<sup>32</sup> Francione'a göre bu tercih hayvanların lehine verilmiş ve onların saygınlıklarını koruyacak bir karardır. Bazı vegan sayfalarında ise hayvanların yaşadığı zulmün ancak insan türünün son bulmasıyla biteceği düşüncesi savunulmaktadır. Bu nedenle doğum karşıtlığı anlamına gelen anti-natalist yaklaşımı benimsemektedirler.

#### 4. Anti-natalizm

Anti-natalist yaklaşım *mizantropi* ve *nihilizmle* yakından ilişkili bir kavramdır.<sup>33</sup> Tarih boyunca doğrudan veya dolaylı olarak anti-natalist bir yaklaşım benimseyen düşünürler olmakla birlikte anti-natalizmin bir kavram olarak ortaya

29 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 51.

30 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 100.

31 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 153.

32 Kymlicka - Donaldson, *Zoopolis*, 90; Gary L. Francione, *Hayvan Haklarına Giriş: Çocuğunuz mu Köpeğiniz mi?* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2008), 1-5.

33 Sitki Yıldız - Hatice Soğan, "Sosyal Medyada Mizantropistler: Twitter Örneği", *ASEAD 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, ed. İrfan Türkoğlu (Ankara: As-tana Yayınları, 2021), 120.

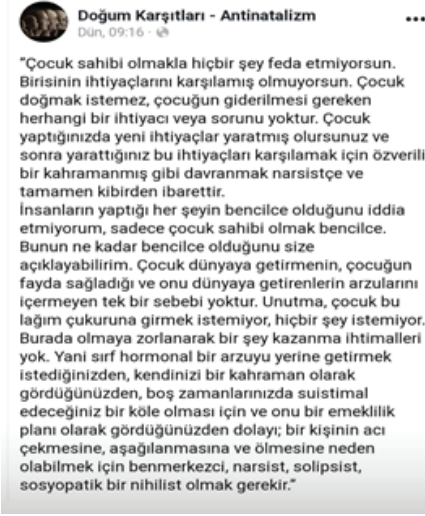
çıkması oldukça yenidir. Bu nedenle bu konuda yazılan eserler de çok sınırlıdır. O nedenle çalışmamızın bu kısmı David Benatar'ın *Keşke Hiç Olmasaydık: Var Olmanın Kötülüğü* eseri çerçevesinde ele alınacaktır.

#### 4.1. Anti-natalizm ve Anti-natalist Veganlar

Anti-natalizm üremenin ahlakî yanlışlığı fikrini farklı boyutlarda yorumlayan ve savunan bir görüşler topluluğudur. Bazı anti-natalistler üremenin tamamen yanlış olduğunu savunurken bazıları da bazı durumlarda yanlış olduğunu düşünmektedir. Bu yaklaşımın önde gelen isimlerinden biri olan vegan felsefeci David Benatar'a göre yeni varlıkları var etmek her zaman ahlakî olarak yanlış bir eylemdir. Anti-natalizm, abolisyonist yaklaşımın aksine hayvanlardan çok insanları eksen alan bir yaklaşımdır. Benatar'a göre var olmak hissedebilir canlıların tümü için zararlı olsa da bu düşüncenin odak noktasında insanın olması, çocuk yapmaktan *feragat* etmenin yalnızca insan türü için mümkün olmasından kaynaklanmaktadır. Düşünür, insanların kendi amaçları ve hayvan yeme arzuları dolayısıyla ürettiği hayvanları, “var olmaktan dolayı zarar gören canlılar” olarak değerlendirmektedir.<sup>34</sup> Üreme dürtüsünü aşırı derecede ilkel bir dürtü olarak değerlendiren Benatar, üremekten feragat edebilmeyi çağdaş bir durum olarak görmektedir.<sup>35</sup> Bu noktada Benatar'ın *çağdaşlık* ile *ahlaklılığı* aynı bağlamda değerlendirdiği anlaşılmaktadır. Aşağıdaki paylaşım bu görüşün nasıl yorumlandığını ortaya koymaktadır.

34 David Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık: Var Olmanın Kötülüğü*, çev. Cansu Özge Özmen (Ankara: Doğubatı Yayınları, 2019), 18.

35 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 25.



Benatar'a göre anti-natalizmin üzerine bina edildiği iki argüman asimetri argümanı ve yaşam kalitesi argümanıdır.<sup>36</sup> Benatar'ın argümanları şu şekildedir:

- 1) Acının varlığı kötüdür.
- 2) Hazzın varlığı iyidir.
- 3) Acının yokluğu, o iyilik kimse tarafından tecrübe edilmese bile iyidir.
- 4) Hazzın yokluğu, hazdan mahrum kalacak kimse yoksa kötü değildir.

Asimetri argümanına göre zararın olmaması bu iyilikten faydalanacak kimse olmamasına rağmen iyi bir şey iken faydanın olmaması kötü değildir. Yaşam kalitesi argümanı ise "en iyi yaşamların bile insanların düşündüğünden de kötü olmakla kalmayıp aynı zamanda genel olarak da çok kötü olduğu" düşüncesi üzerine bina edilmiştir.<sup>37</sup>

Bazı anti-natalistlere göre bireyler bu dünyaya rızaları olmadan getirildiği için bu ahlakî bir yanlışlıktır. Bazı anti-natalistlerin görüşlerinin temelini çevresel sorunlar oluşturmaktadır. Anti-natalizmin bir alt versiyonu olan mizantropik anti-natalizm insanların diğer insanlara ve çevreye/hayvanlara verdiği zarara işaret etmektedir.<sup>38</sup> Mizantropi insanları sevmeyip hor gören ve insanlardan

36 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 49.

37 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 73.

38 Philipp Schönegger, What's up with anti-natalists? An observational study on the relationship between dark triad personality traits and anti-natalist views.

nefret eden insanlar için kullanılan bir kavramdır.<sup>39</sup> Mizantropist düşüncenin temellerini nihilizm oluşturmaktadır. Nihilizmde tüm ahlakî, siyasî, dinî ve toplumsal değerlerden yoksun olma ve insan türünün önemsiz ve amaçsız olduğunu, insanın kendisi için yaşamaya değer hiçbir şeyin olmadığı savunulmaktadır.<sup>40</sup> Sosyal medyada aktif olan anti-natalist veganlar tüm ahlakî duruşun anti-natalist veganlığı benimseyenler tarafından sergilendiğini, bunun dışında kalanların her türlü değerden yoksun, bencil, ikiyüzlü ve zalim olduğunu ileri sürmektedir. Ancak bir yandan gelecek nesillerin hayata gelmiş olmanın sorumluluğunun altına girmemesi beklenirken hali hazırda var olan nesillerden talep edilen ahlakî standartların oldukça yüksek olması bir çelişki sayılabilir.



Bazı anti-natalist veganlar “İnsan bebekler doğarsa hayvan bebekler ölür. Yaşamdan, yaşayandan yana ol, doğmamıştan yana değil.” cümlesinde de vücut bulduğu haliyle hayvan haklarının korunmasını insan haklarının korunmasından önceye koyabilmektedir. Ancak bu, hayvan hakları savunucularının en temel önermelerinden olan “çıkarlara eşit saygı” prensibine aykırıdır. Yine söz konusu önermede insanların sorumluluk alması istenerek sorumluluk kavramına

39 Eşref Akmeşe, “Mizantrop Bir Auteur: Zeki Demirkubuz”, *Sinefilozofi: 2. Ulusal Sinema ve Felsefe Sempozyumu Özel Sayı*, 5/2020.

40 Yıldız - Soygan, “Sosyal Medyada Mizantropistler: Twitter Örneği”,120.

olumlu bir anlam atfedilmektedir. Burada dünya kötü yer olarak tasvir edilirken bu kötülükler karşısında özellikle de hayvanlar lehine tavır koyacak bir sorumluluk almak iyi bir şey olarak tasvir edilmektedir. Bu önermeye göre anti-natalist bir vegan, hayvanlara ve doğmamış insanlara yönelik etik bir tavır içine girerek sorumluluk almaktadır. Ancak gelecek nesillerin doğmasını bireysel rıza aracılığıyla engelleyerek bir başkasını sorumluluk almaya muhtaç bırakmamak hedeflenmektedir. Çünkü doğum, doğan kişinin rızası olmadan gerçekleşmektedir. Üstelik bir insanın varlığa gelmesi ihtimali oldukça düşük olduğundan anti-natalistlere göre bu, var olmanın verdiği zararı arttırmaktadır. Bu durumu Benatar şu şekilde değerlendirmektedir:

“Bir insanın var oluşu sadece ebeveynlerinin dünyaya gelmesi ve onların tanışmış olmalarına değil çocuğa gebe kalınan anın kendisine de bağlı. Gerçekten de birkaç dakika bile hangi spermin gebelikte aracı olacağını belirlemede fark yaratabiliyor. Herhangi bir kişinin dünyaya gelmesinin ne kadar olasılık dışı olduğu, var olmanın her zaman bir zarar olduğu fikriyle birleştiğinde kişinin dünyaya gelmesinin ne kadar büyük bir şanssızlık olduğunu anlamamız kolaylaşıyor. Kişi, az da olsa zarar gördüğünde bu yeterince kötü bir durum. Fakat olasılık bu kadar düşük olduğunda daha da kötü.”<sup>41</sup>

Doğum karşıtlığı, bireyin rıza göstermediği bir şeyden sorumlu tutulmasını engellemek olarak görülmektedir. Bu, doğmamış bireylerin faydasına bir yaklaşım olarak öne sürülmektedir. Anti-natalist önermeyi yeniden hatırlayacak olursak zararın olmaması bu faydadan mahrum kalacak kimse yoksa iyi bir şey iken faydanın olmaması faydadan mahrum kalacak kimse yoksa kötü değildir.<sup>42</sup> Buna göre etik davranacak bireyler olsalar bile insanların var olmaması şu an için iyi bir şeydir. Ancak şu an acı çeken hayvanlar için faydanın olmaması da yine bu önermeye bağlı olarak iyi olarak değerlendirilebilir mi? Burada bir çelişki olduğu kanaatindeyiz. Veganlığın amacı hayvanlara yardım etmekse<sup>43</sup> ve ileride etik davranacak insanların doğması engelleniyorsa, ileride hayvanlara yardım edecek insanların soyu tükenmiş olacaktır. Eğer hayvanlar için de abolisyonist bir yaklaşım benimsenmiyorsa insanların neslinin tükenmesi uzun vadede evcil hayvanların zararına olacaktır. Banatar’a göre soy tükenmesi (ve hatta bilinçli yaşam olmaması) iyidir. Soyun hemen tükenmesi bunu tecrübe edecek olan kişiler açısından kötü olsa bile soyun daha erken tükenmesi daha geç tüken-

41 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 23.

42 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 46.

43 Vegan hareketin amacı bazı yaklaşımlara göre hayvanlara yardım etmek için bazılarında göre ise hayvanlara zarar vermemektir. Hayvanlara yardım etmeyi benimseyen yaklaşım bunu hayvanların acı çekmesini, öldürülmesini ve onlara karşı yapılan adaletsizliklerin azaltılmasını sağlamaktır. Bk. Tobias Leenaert, *Vegan Bir Dünya*, çev. İpek Kökeş (İstanbul: Yeni İnsan Yayınları, 2020), 27.

mesinden daha iyidir. Çünkü ona göre daha erken gerçekleşen soy tükenmesi, aksi takdirde başlayacak hayatlarda çekilecek acıların önlenmesini kesinleştirir. Fakat bu, insanlarla hayvan soylarının aynı anda tükeneceği ve hayvanların zarar görmemesinin garanti altına alınabileceği anlamına gelmemektedir.



Anti-natalist veganlık abolisyonist veganlığın aksine doğrudan bir kuramdan beslenmediği için teori anti-natalist vegan bireylerin kişisel görüşleri çerçevesinde gelişiyor gibi görünmektedir. Anti-natalist vegan sosyal medya hesaplarının insanlarla birlikte hayvanların da neslinin tükenmesini benimseyen bir yaklaşımı benimseyip benimsemediği ise net değildir. Ancak antinatalist veganların hayvanların var oluşlarını acı çekmemeleri durumunda olumladığı ancak dünyaya getirilmemiş olsalardı daha iyi olacağı yönünde bir yorumda bulunmadığını söylemek mümkündür.





Nevbahar G. Grey @NevG... · 12 Tem

"Dünyadaki tüm sorunumuz üreme. Geri kalan her şey bunun sonucu." Martin Makosa [#Antinatalizm](#) [#Antinatalist](#) [#DoğumKarşıtları](#) [#Vegan](#)



2



Vegan Kortej @vegankortej · 29 Nis

Hazar Aksakal: "**Vegan** bir dünya hayal ediyorsak, **antinatalist** bakış açısı şart olmak zorunda."



1



3



[Bu Tweet dizisini göster](#)

Anti-natalist veganlık, vegan yorumlar içinde yaygınlığı en az olan katı idealist bir veganlık yorumu olarak değerlendirilebilir. Sosyal medya hesaplarında kullanılan dilin ağır olduğu görülmektedir. Bununla birlikte veganlığın tüm insanlar tarafından benimsenmesini amaçlayan bazı vegan yazarlar bu tür aşırı idealist yaklaşımları eleştirmektedir. Böyle bir yaklaşımın bazı çelişkiler barındırdığı ve insanları veganlıktan uzaklaştırdığını ve hem hayvanlar hem de insanlık için şefkatli bir yaklaşım benimsenmesi gerektiğini savunmaktadırlar.<sup>44</sup> Bu çalışmalarda en çok da etik veganların, vegan olmayanlara ahlakî üstünlük taslayan tavırları eleştirilmektedir.<sup>45</sup>

44 Bu konudaki değerlendirme ve eleştiriler için bk. Mark Hawthorne, *Vegan Etik: Herkes İçin Şefkatli Bir Yaşama Kucak Açmak*, (İstanbul: Pales Yayınları, 2019), 124, 131.

45 Leenaert, *Vegan Bir Dünya*, 149, 177, 180, 189.

eskiden zorlayıcı bir vegan olmadığım için çok gurur duyardım, ta ki 'saldırgan vegan' tanımının et yiyiciler tarafından veganları konuşmaktan utandırmak için uydurulmuş bir klişe olduğunu anlayana kadar. bizi susturmak istiyorlar çünkü varlığımız ve sesimiz onlara seçimlerinin acımasız olduğunu hatırlatıyor.



86 görüntüleme

mujdevegancan hayvanların perisanlığını, caresizliğini, et, peynir, yumurta yemeden daha sağlıklı olunacağını, iklim krizini durdurmanın ilk caresinin hayvancılık sektörlerini desteklememek olduğunu anlatmak için her yolu, yöntemi denedim, kimi din, kimi gelenekçilik, kimi ataerkil nedenlerle sonuçta bencil ve baskalarının acılarını, katledilmelerini umursamadığı için hayvan somurusunu ve onların ölü bedenlerini yemeyi bırakmadı. yani içinde vicdan, merhamet, empati yoksa yumusak anlatımın da hiç faydası olmuyor. sahte nedenlerle saldırgan vegan etiketi yiyoruz.

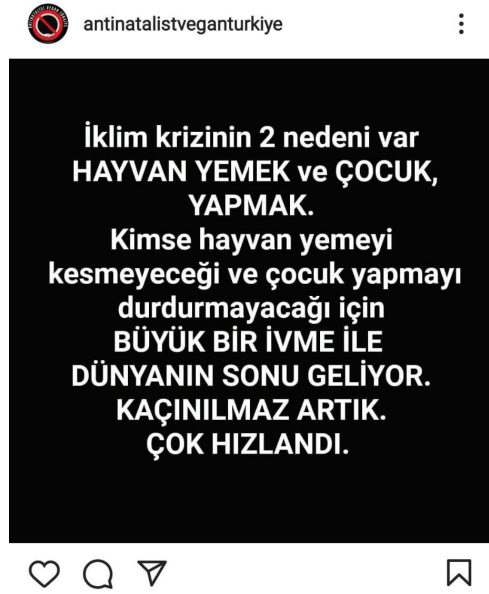
Veganlar vegan olmayanlardan davranış değişikliği yani hayvanların tüketilmesine son verilmesine ek olarak tutum değişikliği yani *hayvanları önemsedikleri için* hayvansal gıda tüketimine son verilmesini talep etmektedir.<sup>46</sup> Bu nedenle önemli olan harekete geçmekten ziyade etik kaygılarla harekete geçmektir. Ancak vegan hareketin hayvanların acı çekmesini olabildiğince azaltma, hayvanların öldürülmesini olabildiğince azaltma ve hayvanlara karşı adaletsizliği olabildiğince azaltma yollarını kullanarak hayvanlara yardım etmeyi amaçladığını<sup>47</sup> ileri süren vegan aktivist Tobias Leenaert'in de belirttiği gibi, merhamet ve ahlaki erdem yalnızca veganların kontrolünde olan bir şey değildir.<sup>48</sup> Leenaert "Hayvanlar için tutkulu savunucular olarak, toplumun geneline kıyasla daha da kötü dinleyiciler olabiliriz. Çok önemli, hayatı değiştirebilecek şeyler biliyoruz ve insanlar yalnızca susup bizi dinlemeli! Tüm dünyanın bizim bildiklerimizi bilmesini istiyoruz.

46 Leenaert, *Vegan Bir Dünya*, 29.

47 Leenaert, *Vegan Bir Dünya*, 27-28.

48 Leenaert, *Vegan Bir Dünya*, 150.

Kitlemizin bizi anlamasını, hem düşüncelerimizi hem de davranışlarımızı, mümkünse hiç sorgulamadan kabullenmesini diliyoruz. Üstelik kitlemizin söyleyebileceklerimizi çoktan duyduğumuza ve dinlememize çok da gerek olmadığına inanıyoruz.<sup>249</sup> şeklinde bir özeleştiri yapmaktadır. Veganların kendilerini mutlak olarak haklı görmeleri ve öteki ile iletişime açık olmamaları eleştiriye değer bir husustur. Zira katı idealist yaklaşımlar hayvanlara yardım etme amacının sekteye uğramasına neden olabilmektedir. Özellikle anti-natalist veganların yargılayıcı tutumları onların hayvan haklarını insan haklarına karşı öncelikle izlenimini oluşturmaktadır. Oysa hayvan hakları hareketleri, ortaya çıktıkları günden itibaren insan hakları hareketleriyle hem iç içe geçmiş hem de ondan beslenmiştir. Anti-natalist veganlar ise sıklıkla her türlü zulme ve ayrımcılığa karşı olduklarını dile getirmekle birlikte pek çok paylaşımlarında insanların var olmalarından dolayı ya da hayvan haklarını yeterince gözetmiyor olduklarından dolayı başlarına gelenleri hak ettiklerini ima edecek paylaşımlar yapmaktadır. Bu noktada anti-natalist veganlar yalnızca hayvanlara yapılan zulümlerin değil insanların karşılaştığı her türlü ayrımcılığın ve insanların maruz kaldığı her türlü zulüm, tecavüz ve hatta her türlü zorluğun yegâne çözümünün insanların ürememesi olduğunu savunmaktadır. Bunu makul bir çözüm önerisi olarak görmek ise mümkün gözükmemektedir.

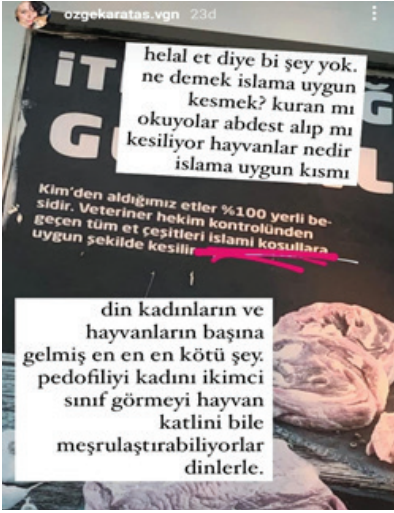


Üremenin ahlaki bir yanlış olduğu fikri bir insan hakkı olan üreme hakkının ihlali dolayısıyla insan hakları ihlali olarak değerlendirilmektedir. Ancak

David Benatar bir şeyin yasal olması ile ahlakî olması arasında bir ayırım yaparak “üreme özgürlüğü”nü üreyip ürememe konusunda karar verebilme özgürlüğü<sup>50</sup> olarak değerlendirmektedir. Bu bağlamda ona göre bir kişi dünyaya bir insan getirmemek için ahlakî bir sorumluluğumuz olduğunu düşünmekle birlikte üremenin yasal bir hak olması gerektiğini savunabilir.<sup>51</sup> Ancak ona göre yasalar tarafından verilen her hakkın ahlakî olmak zorunda değildir. Çünkü yasal hak, kişinin yanlış olan ya da yanlış olarak algılanan bir eylemi gerçekleştirme özgürlüğünün olmasıdır.<sup>52</sup> Benatar bu görüşünü John Stuart Mill’in üreme hakkının sınırları olması gerektiği şeklindeki<sup>53</sup> yorumlarıyla desteklemektedir.<sup>54</sup> Ancak Mill’in aksine anti-natalist veganların üremeyi hiçbir koşulda kabul etmediklerini söylemek gerekir.

## 4.2. Anti-natalist Veganlar ve Din

Anti-natalist vegan sosyal medya hesapların çoğu hayvanlara verilen zararın kökeninde dinî önermelerin yattığını düşünmekte ve tüm dinlere savaş açmaktadır. Hayvansal ürünlerin tüketilmesinden, üremeden ve bir dinin mensubu olmaktan vazgeçilmesi gerektiğini savunmaktadırlar.



50 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 116.

51 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 124.

52 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 116.

53 Benatar'ın Mill'den alıntıladığı görüş şu şekildedir: “Devletin muhtaç olanı besleme sorumluluğu olsa da beslemeyi kendi üzerine alarak, üreyenleri özgür bırakamaz. Topluma yük olacak çocukları dünyaya getirmeyi önlemenin ahlakî sorumluluğunu yasal bir sorumluluğa dönüştürmek için bariz nedenler var.”

54 Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık*, 125.

Pek çok antinatalist vegan profillerinde “ırkçılığa, dinlere, homofobiye, cinsiyetçiliğe, tüm ayrımcılık ve dayatmalara karşı”; “panseksüel, çokeşli, antinatalist, ateist vegan”, “gay, vegan, ateist, antinatalist”, “ırkçılığa, milliyetçiliğe, dinciliğe, cinsiyetçiliğe ve tüm ayrımlara karşı” gibi ifadeleri birbirine bağlı olarak kullanmaktadır.



**Janelle C (she/her)**  
@JanelleCastile

Pansexual polyamorous  
antinatalist athiest vegan  
[#DissapointYourFamilyIn5Words](#)  
Challenge accepted and  
obliterated.

[Tweeti çevir](#)



**Your Annoying Vegan Friend ...** · 23 Kas 20

Bi atheist vegan leftist musician.  
[#DissapointYourFamilyIn5Words](#)



**Tia Landry** 🌻 @ThisIsTiaR... · 11 Oca  
yOurRe **AnTiNatAllsT** yOu HaVe tO bE  
**VeGaN** tOo.

Goodnight 🌙

[#antinatalist](#) [#antinatalism](#)



1



2



**Matteo Petrassi**  
@MattPetrassi

The chances of me finding  
someone as a gay, vegan, atheist,  
antinatalist, person who doesn't  
believe in monogamy...seems  
slim. [#gay](#) [#atheist](#) [#antinatalist](#)  
[#antinatalism](#) [#nonmonogamy](#)  
[#vegan](#)



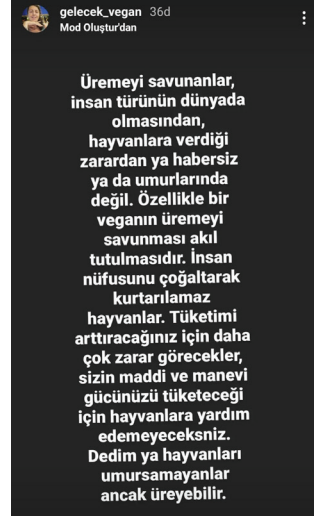
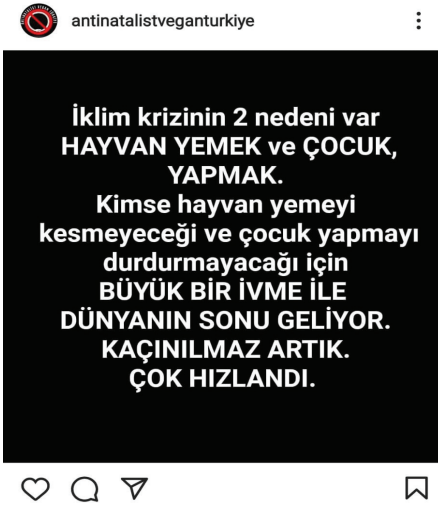
**conrescent moon** 🌙  
@JamieJRae

Thinking of decorating my  
black button-down with vegan/  
antinatalist/misanthropy patches.  
It'll be my anti-human shirt

[Tweeti çevir](#)

20:01 · 21 Tem 19 saatinde · [Twitter for iPhone](#)

Doğrudan din karşıtlığına profil açıklamasında yer verenlerin daha çok anti-natalistler olduğu görülmektedir. Pek çok etik vegan teorinin kökleri evrim teorisine dayanmaktadır. Din kavramının insanların diğer varlıklar üzerinde hak sahibi olmalarını meşrulaştırdığı için insanlar tarafından üretildiğini savunan veganlar dini gerekçelerle hayvanların kurban edilmesine karşı çıkmaktadır. “Eğer dünyada kötülük ve acı varsa Tanrı bunu neden engellemiyor?” önermesini dile getiren veganlar bu sorumluluğu üstlenerek hayvanların acı çekmesine kendilerinin engel olduğunu savunmaktadırlar.



## 5. Veganlık ve İslam

Veganların dinleri reddettiğine dair örnekler olmakla birlikte veganizmin din karşıtlığını zorunlu olarak içermediğini söylemek gerekir. Kendilerini din-dar olarak tanımlayan veganlar da bulunmaktadır. İslam özelinde bakıldığında tek sorun kurban ibadeti olarak ortaya konmaktadır. Fakat kurban kesmenin farz bir ibadet olmadığı şeklinde açıklamalar yapan bazı muhafazakâr veganlar İslam'ı vegan olmaya engel bir din olarak görmemektedir. "Bir Arap Vegan" isimli blogda kurban kesmekle veganlık arasında bir çelişki olduğu yönündeki iddialar zamanın getirdiği koşullara gönderme yapılarak reddedilmektedirler. Buna göre Kur'an'ın indiği dönemdeki Arap coğrafyasının çöl koşullarında yaşanan besin bulma zorluğu artık geçerliliğini yitirmiştir. Bu nedenle günümüz koşullarında hayvansal ürün tüketimi ve kurban kesmek bir zorunluluk olmayacağı gibi sağlık açısından da faydalıdır. Nitekim bu görüşe göre İslam insanları sağlıklarını korumaya teşvik eden bir din olduğundan veganlık Müslüman olmaya engel değildir.<sup>55</sup>

55 <https://veganlik.org/islam/> (erişim 10.12.2021)



acemivegannn  
Ankara



1

KURANIN TÜRKÇE MEALİNDE PEK ÇOK YERDE "KURBAN" GEÇER. FAKAT ARAÇSINA BAKILDIĞINDA BAŞKA BAŞKA KELİMELERİN KURBAN OLARAK YORUMLANDIĞI GÖRÜLÜR. PEK ÇOK ÇEVİRİDE OLDUĞU GİBİ KURANIN TÜRKÇE'YE ÇEVİRİSİNDE DE ÇEVİRMENİN BİLGİ, TECRÜBE, DÜNYA GÖRÜŞÜ ÇOK ETKİLİDİR. SADECE TEK BİR YERDE KURBANDAN TAM OLARAK BAHSEDİLDİĞİNDE EMİNİZ. O'DA HACC SURESİ HACC SURESİNDE HAYVANLARIN VE RIZIKLARIN ARAFAT (YANI ARIFLIK) TEPEŚİNDEN İNİNCE FAKİRLERE DAĞITILMASI ETRAFLIÇA ANLATILIR. ANCAK HEMEN SONRASINDA "ONLARIN NE ETLERİ NE KANLARI ALLAHA ULAŞMAZ. ULAŞAN SADECE SİZİN TAKVANIZDIR" DENİLEREK DURUM AÇIKLANIR. TÜM BUNLARIN DIŞINDA HACC SURESİNİ DETAYLIÇA OKURSANIZ HACC İBADETİNİN BUGÜNKÜNDEN ÇOK FARKLI OLDUĞUNU DA GÖRÜRSÜNÜZ.

2

MESELA PARASI OLANIN DEĞİL FİZİKİ GÜCÜ VEYA ZAMANI OLANIN HACCA GİTTİĞİ GİDEMİYENLERİN İSE GİDEBİLENLER GİTSİN DİYE YARDIM ETTİĞİ BİR DAYANIŞMAYI DA GÖRÜRSÜNÜZ. ÖYLE ŞİMDİKİ GİBİ FİZİKİ AKTİVİTEDEN ÇOK MEVSİM OLARAK AYLARCA SÜREN BİR EĞİTİMİN OLDUĞU VE İNSANLARIN HALKLARINI TEMSİLEN GİTTİKLERİ ARIF İNSAN OLARAK DÖNDÜKLERİ BİR İBADETTİ. KISAÇA NASIL KI RAMAZAN BAYRAMI ŞEKER BAYRAMI DEĞİL RAMAZAN AYI BOYUNCA TERBİYE EDİLEN NEFİSLER SONUCUNDA ULAŞILAN BİR SEVİNÇSE; KURBAN DA HAYVAN KESME VE YEME DEĞİL, AYLAR BOYUNCA SÜREN EĞİTİM SONUCUNDA ARIFLIK TEPEŚİNE ULAŞMANIN SEVİNCİDİR. KONUYU HAYVAN KESMEK OLARAK DEĞERLENDİRMEK SON DERECE ZARARLI.



Müslüman Vegan

Arafat (ariflik) tepesine ulaşip nefsinin kurban edenlerin; Allah'a yaklaşma bayramları mübarek olsun...

24 EYL 2015

151

10 Yorum



**Handan Eyrilpa**

Ben Allah Resulu'nun hayvan kesmesine inanmıyorum. Bu mantiksiz. Hayir. Aklimizi kullanmamiz lazim. Bu hayvan kesme yeme kullanma ayetlerini yada sözlerini aynı kuranda gecen köleliği anladığımız gibi anlamamız lazim. Tabiiyki zamana bakacağız. Resulallah ne köleliği iyi bulmustur nede kurban kesmeyi. Bunlara karşı çıktı. Bunlar halkların eski usulleri. Size Selam.

6y Beğen Yanıtla

10 🗨️👍



**Nadir-en Teferruat MÜSLÜMAN vede VEGAN ??? o nasıl oluyor kardes**

“??? Kesilen Kurbanları nedoer ????”

Beğen Yanıtla - 5 Eylül, 19:24



**Miskîman Vegan Methaba,**

Kurban konusunu incelemeye hala devam ediyoruz ve henüz bu konuda bir karar almadık. Ancak kendi araştırmalarımıza istinaden şunları söyleyebiliriz:

Hanelikte vaptir, diğer mezheplerde sünnettir. Hiçbirinde farz değildir. Kaldı ki Kuran'da "kurban kesmek" diye bir emir yoktur. İmanın veya İslamın şartlarından biri değildir. Hacc mevsiminde topyekün "kurban kesimi" yapılan tek ülkemiz. Mekke dışında Arabistan'da bile "kurban kesilmez". Kurban'ın kelime anlamı bile "yakınlık" demektir...

Yakında detaylı bir yazı yayınlacağız.

Beğen Yanıtla - 6 Eylül, 13:56

İslam hukukçularının kurban konusundaki tavrı ise “Kur’an’a göre hayvanları koruma adına insanlardan vejetaryen veya vegan olmaları, hiçbir hayvansal ürün kullanmamaları beklenemeyeceği gibi dini bir ibadet olan kurban kesmeyi terk etmeleri de istenemez.”<sup>56</sup> cümlesinde de görüldüğü gibi kurban ibadetinin vazgeçilemez bir ibadet olduğu yönündedir. Kurban ibadeti bir kenara bırakılacak olursa bazı düşünürler et yeme alışkanlığının Tanrı’yı razı edecek bir davranış olduğu ve buna rağmen et yememenin küfür sayılacağı<sup>57</sup> yönünde bazı aşırı yorumlarda bulunmuştur. Sarra Tlili ise Kur’an’da süt ve bal gibi hayvansal ürünlerin övülmesinden ve cennet tasvirlerinde yer almasından yola çıkarak “Kur’an’ın vejetaryenliği müminlerin arzu edeceği bir cennet ideali olarak sunmadığını”<sup>58</sup> düşünmektedir. Feminist bir vegan düşünür olan Kecia Ali, İslam tarihi boyunca fıkıh âlimlerinin ataerkillik ve et yemeyi bağdaştırarak nasları kadınların ve hayvanların aleyhine olacak şekilde yorumladığını ileri sürmektedir.<sup>59</sup> Ali, hayvan haklarıyla uğraşmanın ana akım İslam düşüncesi tarafından dışlandığını savunmaktadır.<sup>60</sup> Bu iddialar bir aşırı yorum olarak değerlendirilmekle birlikte vegan veya vejetaryen yaklaşımlara genellikle rastlanmadığı bilinmektedir. Bu konudaki istisnalardan biri “Vegan Sufiler” olarak değerlendirilen Osmanlı’da yaşamış Etyemez Kalenderîleri’dir. Ancak burada önemli bir nokta bu sufilerin et yememe davranışının kökenini İslam’dan değil İslam’dan

56 Adnan Koşum, *İslam Hukukunda Hayvan Hakları*, (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2018), 52.

57 Richard Foltz “Is Vegetarianism Un-Islamic?”, *Food for Thought: The Debate over Eating Meat*, ed. Steve F. Sapontzis (New York: Prometheus Books, 2004), 211.

58 Sarra Tlili, “İslam’da Vejetaryenlik”, *Hayvan Etiği*, ed. M. İhsan Karaman- Seyit Ankaralı-Tuncay Sandıkçı (İstanbul: İsar Yayınları, 2019), 32.

59 Kecia Ali, “Muslims and Meat-Eating: Vegetarianism, Gender and Identity”, *Journal of Religious Ethics*, 270.

60 Ali, “Muslims and Meat-Eating”, 273.



önce Türklerin kabul ettiği Budizm<sup>61</sup> ve Maniheizm'den almasıdır. Türklerin İslam'ı kabülünden sonra Budist ve Maniheist öğeleri İslamî öğelerle harmanladığı bilinmektedir. Söz konusu dinler hayvana şiddet içeren bir eylem olmasından dolayı et yemeyi yasaklamıştır.<sup>62</sup>

İslam düşünce geleneğinde hayvanlar hakkında özellikle teolojik bağlamda kaleme alınan eserlerin sayısının da oldukça düşük olduğu, bunların önemli bir kısmının ise İslam hukuku bağlamında ele alındığı görülmektedir. Câhız'a ait *Kitab'ul-Hayevân*<sup>63</sup> ve bu eserden ilham alınarak oluşturulan Demîrî'ye ait *Hayâtü'l-Hayevâni'l-Kübra*<sup>64</sup> daha çok antropolojik ve ansiklopedik türde eserlerdir. Konunun felsefi ve teolojik yönlerinin ele alınmasına ise *İhvân-ı Safâ Risaleleri*'nin ikinci cildinde rastlamak mümkündür.<sup>65</sup> Bu eser ile insanın kendisi dışındaki tüm hayvanlara karşı yaptığı haksızlıkların dile getirilmesi amaçlanmaktadır. Eserde insanlar ile hayvanlar, cinlerin başkanlık ettiği bir mahkemede karşı karşıya gelmiş ve taraflar argümanlarını sunmuştur. İnsanların sunduğu argümanlara bakıldığında insanların hayvanları Allah'ın kendilerine bahşettiği köleleri olarak gördüğü buna mukabil hayvanların ise söz konusu ayetlerin insanlar tarafından kasıtlı olarak yanlış yorumlandığı şeklinde bir itiraz sunduğu görülmektedir. Bu konudaki en göze çarpan itiraz “Güneşi, ayı, bulutları ve rüzgârları hizmetinize verdi. Ey kral, bundan onların bunların kulu ve kölesi, bunların ise onların efendisi olduğu mu anlaşılıyor?”<sup>66</sup> cümlesinde açığa çıkmaktadır. Önemli bir diğer nokta ise hayvanların evlatlarından ayrıldığı ve etlerinin çeşitli şekillerde pişirildiği zamanlarda çektikleri acının tasvir edildiği<sup>67</sup> ifadelerdir. Bu itirazlar karşısında cinlerin hayvanlara daha yakın bir konum aldığı ve hayvanlara fıkıhçılara durumlarını anlatmaları halinde hayvanların

61 Budizm'de hayvanlar duyarlı varlıklar olarak kabul edilmektedir. Budda'nın öğretisini acı çeken bütün canlı varlıkları kurtarmak için yaydığına inanılmaktadır. Bu bağlamda kutsal metinlerinde hayvan öldürme, ona işkence etme, kasaplık ve et ticareti yasaklanmıştır. Zira bütün varlıklara şefkat bireyin manevi gelişimi için esastır. Ancak söz konusu metinlerde et yemenin kesin bir dille yasaklanmadığı görülmektedir. Benzer şekilde bu metinlerden yola çıkarak vejetaryenliğin de kesin olarak tavsiye edildiği sonucuna varmak mümkün değildir. Hatta Yine kutsal metinlerde Budda'nın et yediğine dair pasajlar yer almaktadır. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bk. Hammet Arslan, “Budizm'de Hayvanlar”, *Kutsal ve Hayvan: Dinlerin Hayvanlara Bakışı*, ed. Süleyman Turan (Ankara: Nobel Yayınları, 2020), 345-369.

62 Sadullah Gülten, “Eski Türk İnançları ve Kalenderilik Bağlamında Osmanlı Topraklarında Vegan Sufiler: Etyemezler”, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 2019 (92), 31.

63 Amr b. Bahr el-Câhız, *Kitâbu'l-Hayevân*, thk. Abdüsselâm M. Harûn (Kahire, 1938-47).

64 Kemâlüddin Demîrî, *Hayâtü'l-Hayevân-il Kübra*, thk. Ahmed Hasen Besc (Beyrut: Dârü'l Kütübü'l-İlmiyye, 1994); Türkçesi için bk. Kemaleddin Demiri, *Hayatül Hayevan: Havass ve Esrarı* (İstanbul: Pamuk Yayıncılık, 2018).

65 “Hayvanların ve Hayvan Türlerinin Yaratılış Şekillerine Dair”, *İhvân-ı Safâ Risaleleri*, ed. Abdullah Kahraman (İstanbul: İdea Yayınları, 2013).

66 “Hayvanların ve Hayvan Türlerinin Yaratılış Şekillerine Dair”, 158.

67 “Hayvanların ve Hayvan Türlerinin Yaratılış Şekillerine Dair”, 163

özgürleşmesi yolunda fetvalar alabileceği tavsiye ettikleri<sup>68</sup> görülmektedir. Ancak bölümün sonunda kazanan söz sanatlarındaki maharetlerinin de etkisiyle insanlar cephesi olmuştur. Bu bağlamda İhvân-ı Safâ'da oldukça farklı bir yaklaşım benimsenmiş ve hayvanların yaşadığı zulmün ortaya konmasına yönelik önemli bir teşebbüs sergilenmiş fakat sonuçta ana akım çizgiden ayrılmamıştır.

## Sonuç

Veganlığın da bir parçası olduğu hayvan hakları ve hayvan özgürleşmesi hareketleri ortaya çıkış aşamasında insan hakları hareketleriyle iç içe olmuştur. Hayvan hakları kuramlarının gelişmesi engelli hakları, feminist hareketler ile ırkçılık ve kölelik karşıtı kuramların gelişimiyle güç kazanmıştır. Hayvanların bilinçli varlıklar olduğu yönündeki kanıtların artmasıyla birlikte hayvanların ve hayvansal ürünlerin yenmesinin etik olmayan bir davranış olduğu fikri gelişim göstermiştir. Evrim teorisinin de etkisiyle insanları hayvanlardan üstün kılacak bir şeyin olmadığı ve ahlakın da ilahî bir yaratıcı tarafından verilmeyip evrim sürecinin bir çıktısı olduğu düşünceleri hayvanların insanların tahakkümünden kurtarılması gerektiği görüşü yüksek sesle dile getirilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda doğrudan veya dolaylı olarak dinlere de karşı çıkılmaya başlanmış; hayvanların yaşadığı zulümlerin dinlerin ortaya koyduğu hiyerarşi fikrinden kaynaklandığı düşüncesiyle hayvanların özgürleşmesinin dinlere karşı çıkmakla mümkün olabileceği fikrini benimseyen yaklaşımlar olmuştur.

Veganlık yeni bir hareket olmamakla birlikte medya ve özellikle sosyal medyanın etkisiyle son birkaç yılda popülerleşmeye başlamıştır. Veganlığın farklı yorumlanma çeşitlerinden biri olan anti-natalist veganlık, insanların ve hayvanların yaşadığı zulüm ve baskıdan kurtulmasının ve her türlü çevre sorununun çözümü olarak insanların ürememesi gerektiğini fikrini savunmaktadır.

Hayvan hakları ve üreme problemleri çeşitli bilimsel araştırmaların ve çevresel sorunların etkisiyle ahlakî problemler olarak ele alınmıştır. Burada ahlakın içeriğini belirleyen bir ilahî yaratıcı olmadığı, ahlakın evrim sürecinin bir sonucu olduğu fikri etkili olmuş ve yeni bir ahlak felsefesi ortaya konması ile hayvanlara ve doğaya yaklaşımda tutum değişikliğine gidilmesi gerektiği ileri sürülmüştür. Bu noktada insan hakları ile hayvan hakları arasındaki sınırların silikleşmeye başladığı ve katı idealist tutumların ortaya çıktığı görülmektedir. Kendi eleştirdikleri türçülüğü tersine işlettikleri görülen bu yaklaşımların zaman zaman hayvan haklarını insan haklarına öncelikleri görülmektedir. Bu tutumlar ahlakın yalnızca kendilerinin kontrolünde olduğu yanılışına yol açarak uzun vadede hayvan hakları hareketlerinin zarar görmesine neden olmaktadır.

68 "Hayvanların ve Hayvan Türlerinin Yaratılış Şekillerine Dair", 168

## Kaynakça

- Hayvanların ve Hayvan Türlerinin Yaratılış Şekillerine Dair”, *İhvân-ı Safâ Risaleleri*, ed. Abdullah Kahraman. İstanbul: İdea Yayınları, 2013.
- Akmeşe, Eşref. “Mizanrop Bir Auteur: Zeki Demirkubuz”, *Sinefilozofi: 2. Ulusal Sinema ve Felsefe Sempozyumu Özel Sayı, 5/2020*.
- Aristoteles, *Politika*, çev. M. Tuncay. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1975.
- Arslan, Hammet. “Budizm’de Hayvanlar”, *Kutsal ve Hayvan: Dinlerin Hayvanlara Bakışı*, ed. Süleyman Turan. Ankara: Nobel Yayınları, 2020.
- Baranzke, Heike, “Akıl, Sezgi ve Eşitlik: Hayvanların Ahlak ve Kurtuluş Topluluklarına Dâhil Edilmesinin ya da Dışlanmasının Batı Felsefesi ve Hristiyan Teolojisi Açısından Temellendirilmesi”, *Hayvan Etiği*, ed. Tuncay Sandıkçı vd. İstanbul: İSAR Yayınları, 2019.
- Cevizci, Ahmet, *Uygulamalı Etik*, İstanbul: Say Yayınları, 2016.
- David Benatar, *Keşke Hiç Olmasaydık: Var Olmanın Kötülüğü*, çev. Cansu Özge Özmen. Ankara: Doğubatı Yayınları, 2019.
- Descartes, Rene, *Usun Doğru Yönetimi ve Bilimlerde Gerçeklik Arayışı İçin Yöntem Üzerine*, (İstanbul: İdea Yayınları, 2017.
- Foltz, Richard. “Is Vegetarianism Un-Islamic?”, *Food for Thought: The Debate over Eating Meat*, ed. Steve F. Sapontzis (New York: Prometheus Books, 2004.
- Francione, Gary L. *Hayvan Haklarına Giriş: Çocuğunuz mu Köpeğiniz mi?* İstanbul: İletişim Yayınları, 2008.
- Gülten, Sadullah. “Eski Türk İnançları ve Kalenderlik Bağlamında Osmanlı Topraklarında Vegan Sufiler: Etyemezler”, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 2019 (92).
- Güven, Yağmur Özgür – Kınıkoğlu, Oğuzcan. *Hayvan Deneyleri: Hayvanlar Bizim İçin mi Var*, İstanbul: Yeni İnsan Yayınları, 2020.
- Hawthorne, Mark, *Vegan Etik: Herkes İçin Şefkatli Bir Yaşama Kucak Açmak*, İstanbul: Pales Yayınları, 2019.
- <https://veganlik.org/islam/> (erişim 10.12.2021)
- Kalkandelen, Zülal, *Vegan Devrimi ve Hayvan Özgürlüğü: Türkiye’den ve Dünyadan Mücadele Örnekleriyle*, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, 2021.
- Kecia Ali, “Muslims and Meat-Eating: Vegetarianism, Gender and Identity”, *Journal of Religious Ethics*, 270.
- Koşum, Adnan. *İslam Hukukunda Hayvan Hakları*, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2018.
- Kymlicka, Will - Donaldson, Sue, *Zoopolis: Hayvan Haklarının Siyasal Kuramı*, çev. Mine Yıldırım. İstanbul: Koç Yayınları, 2016.
- Leenaert, Tobias. *Vegan Bir Dünya*, çev. İpek Kökeş. İstanbul: Yeni İnsan Yayınları, 2020.

- Schöneegger, Pihilipp, “What’s up with anti-natalists? An observational study on the relationship between dark triad personality traits and anti-natalist views”, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09515089.2021.1946026>, (erişim 10.09.2021)
- Singer, Peter. *Hayvan Özgürleşmesi*, çev. Hayrullah Doğan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Singer, Peter. *Pratik Etik*, çev. Nedim Çatlı. İstanbul: İthaki Yayınları, 2021.
- Tlili, Sarra. “İslam’da Vejetaryenlik”, *Hayvan Etiği*, ed. M. İhsan Karaman- Seyit Ankaralı- Tuncay Sandıkçı, İstanbul: İsar Yayınları, 2019.
- Türkmen, Ahmet Berkay. “Topyekûn ve Bütünsel bir Özgürlük Talebi: Veganlığın Felsefesi, <https://gaiadergi.com/topyekun-ve-butunsel-bir-ozgurluk-talebi-veganligin-felsefesi/> (07.10.2021)
- Yıldız, Sıtkı – Soygan, Hatice, “Sosyal Medyada Mizantropistler: Twitter Örneği”, *ASEAD 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, ed. İrfan Türkoğlu. Ankara: Astana Yayınları, 2021.