



Kocaeli **ilahiyat** Dergisi

ISSN: 2564-677X

Kocaeli **Theology** Journal

SOSYAL MEDYADA DİNİ TOPLULUKLAR RELIGIOUS COMMUNITIES IN SOCIAL MEDIA

Muhammed YAMAÇ

Dr., Diyanet İşleri Başkanlığı, Eskişehir İl Müftülüğü, Odunpazarı/Eskişehir
e-mail: yamacmuhammed@hotmail.com
orcid.org/0000-0003-2215-4492

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Types: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Received: 09 Mayıs 2020/ 09 May 2020

Kabul Tarihi / Accepted: 12 Haziran 2020 / 12 June 2020

Yayın Tarihi / Published: 25 Haziran 2020/ 25 June 2020

Yayın Sezonu / Pub Date Season: Haziran / June 2020

Cilt / Volume: 4 Sayı / Issue: 1 Sayfa / Pages: **101-122**

Öz

Dinin, genel olarak toplum, özel olarak topluluk/grup ile etkileşimi/ilişkisi din sosyolojisinin ana konuları arasındadır. Din sosyologlarının üzerinde durduğu din-topluluk ilişkileri, dikkate değer bir inceleme alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde artan dijitalleşmeyle birlikte din-topluluk ilişkileri/etkileşimleri sanal ortama aktarılmış veya taşınmıştır. Teknolojideki yeni gelişmeler ve sanallaşmayla birlikte günümüzde, geçmiş dönemin yüz yüze (aracısız) toplumsal ilişkiler örgüsü, farklılaşarak sosyal medya alanlarına aktarılmaya başlanmıştır. Bireyler, toplumsal ve gündelik yaşamlarındaki faaliyet ve eylemlerini artık apaçık bir biçimde resmederek ve yorumlayarak küreselleşen sosyal medyada herkesin beğenisine sunabilme imkânına sahiptir. Her geçen gün sosyal medyaya olan rağbet artmakta ve böylece toplumsallaşma da sosyal medyaya taşınmış görünmektedir.

Sosyal medya toplulukları ilgi alanlarına göre çeşitli topluluklar oluşturmaktadırlar. Bunlar arasında din ile ilgili olan topluluklar, yani dini topluluklar da bulunmaktadır. Toplumsal anlamda önemi haiz olan dini toplulukların sosyal medya kullanımları incelenmesi gereken önemli bir konudur. Modern dönemde sosyal medyada oldukça fazla sayıda sanal dini topluluk hesaplarının/sayfalarının kullanıcılar/katılımcıların hizmetine açıldığı görülmektedir. Söz konusu sayfalar, dinsel veya dine atıf yapılan bir fikir/düşünce, bilgi, tartışma, değerlendirme/yorum, video ve resim paylaşımlarıyla dikkat çekmektedir.

Çalışma, sosyal medya vasıtasıyla sanallaşan dini toplulukları sosyolojik bir yaklaşımla ele almayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Din, Toplum, Sosyal Medya, Dini Topluluklar.

Abstract

Religion is one of the main topics of religious sociology in the society in general, and in the society/groups in particular, in terms of interactions/relations. The religion-community relations, which religious sociologists focus on, appear before us as a remarkable area of scrutiny. Today, with increasing digitalization, religion-community relations/interactions were transferred or moved to the virtual medium. With the new developments and virtualization in technology, the face-to-face (unmediated) social relations of the past period were differentiated and transferred into social media areas. In our present day, individuals have the opportunity to present their activities and actions in their social and everyday lives to everybody's liking on globalizing social media by clearly illustrating and interpreting them. The demand for social media is growing with each passing day, and in this way, it appears that socialization has been moved to social media.

Social media communities create a variety of communities based on their interests. Among these, there are communities related to religion, i.e. religious communities. Social media use of religious communities, which have social importance, is an important topic to be investigated. It appears that a large number of virtual religious community accounts/pages are opened to users/participants in social media in the modern period. These pages attract attention with an idea/opinion, information, discussion, evaluation/comment, video and image sharing, which are referred to as religion or which are in fact religious.

The study aims to address religious communities that have been virtualized with social media in a sociological approach.

Keywords: Religion Sociology, Religion, Society, Social Media, Religious Communities.

GİRİŞ

Modern dönemde teknolojik ve dijital gelişmelerle birlikte sanal dünyanın önemi ve etki alanı genişlemiş görünmektedir. Öyle ki bu gelişmeler zaman ve mekân olgusunu dahi değişime uğratmıştır. Nitekim uzak ile yakın arasındaki fark yok olmuş ve zaman ile mekân esnek bir boyut kazanmıştır.¹ Bununla birlikte böyle bir sanal dünya, birçok faaliyet ve etkinliğin binlerce insanın katılımıyla yapılabildiği ve aynı anda yerelin küreselleşebildiği bir ortamı ve sanal sosyalleşmeyi beraberinde getirmektedir. Bir grubun/topluluğun toplantı, faaliyet veya etkinliği sosyal medya vasıtasıyla dünyanın en ücra köşesindeki bir insana ulaşabilme veya buradaki insana topluluğun faaliyetine katılım sağlayabilme imkânı vermektedir. Bu yönüyle sosyal medya etkili ve bir o kadar da geniş kitlelere ulaşabilme özelliğiyle ön plana çıkmaktadır. Denilebilir ki artık hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen sanal ortamla birlikte bireyler/toplumlar arası ilişkiler zaruri olarak sosyal medyaya da aktarılmıştır. Sanal ortam, bireylerin/toplumların iletişim/etkileşim kalıplarını önemli oranda değiştirmiş ve bütün toplumsal yapı unsurlarının yatay ve dikey geçişlerinin yönünü değiştirmede etkili olabilmıştır.² Böylece bireysel/toplumsal sınırlanmaları aşabilen görünümüyle sanal dünya, kendine özgü yapısıyla bireysel/toplumsal farklı ilişki biçimlerinin ortaya çıkmasında önemli ve etkili bir rol üstlenmekte Sanal ortam bu işlevselliği dolayısıyla bireysel/toplumsal yaşamın yeniden yorumlanmasını ortaya çıkararak çok kültürlü yapısıyla yeni sanal kimliklerin oluşmasına katkı sunmaktadır.³

Günümüz modern toplumsal hayatının önemli ve kaçınılmaz bir iletişim/etkileşim aracı haline gelen sosyal medya, günün her anını ve yaşamın her yönünü bireylere/topluluklara/kitlelere ulaştırmada önemli bir işlev icra etmektedir. Sosyal medya, günlük internet kullanımının önemli bir bölümünü oluşturmakta ve bireyin sanal ile etkileşiminin önemli yüzünü ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra sosyal medya, kitlelerin/toplulukların toplumsal alanlarının

1 Filiz Aydoğan, “İkinci Medya Çağı’nda Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet”, *İkinci Medya Çağında İnternet*, der. F. Aydoğan - A. Akyüz (İstanbul: Alfa Yayınları, 2010), 4.

2 Babacan vd., “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, 65.

3 Babacan vd., “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, 65.

farklılaşarak sosyalleştiği bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya, modernizmin yabancılaştırdığı ve yalnızlaştırdığı birey(ler) için yeni bir (sanal) sosyalleşme alanı meydana getirmektedir.⁴ Böylelikle sanallaşmış bir sosyal ağ örgüsü ortaya çıkmaktadır. Bireyler bu sosyal ağ örgüsü sayesinde zaman ve zemin açısından son derece daha rahat bir ortam bulmakta, bir şekilde birçok konuya ilişkin bilgi, paylaşım ve tartışma imkânı elde etmektedir. Bütün bu özellikleriyle sanal dünya (internet) ve sosyal medya, gündelik veya toplumsal hayatın hemen hemen her noktasında bilgi paylaşımının önündeki engelleri ortadan kaldırma noktasında işlevsel olmaktadır. Bu bakımdan sosyal medya, günümüz birey, toplum veya topluluklarının oldukça önemseydiği bir fenomen olma noktasında önemli aşamalar kaydetmektedir.

Sosyal medya veya sanal ortamlarla ilgili buraya kadar ortaya koyulan bütün bu önemli gelişmeler, dini toplulukların dikkatini çekmede ve faaliyet alanlarını buraya taşımasında etkili olabilmektedir. Bunun yanı sıra toplumsal hayat için etkili ve önemli bir olgu olan dinin bu boyutunun sanal dünyaya ve sosyal medyaya yansımaları, sosyal medya ile dini topluluk arasındaki bağını/ilişkinin güçlenmesine önemli katkı sunmaktadır. Bu konumu veya yeri dolayısıyla din, sosyal medyada önemli bir paylaşım alanı olmaktadır. Nitekim fizikî toplumsal hayatta olduğu gibi, sosyal medyada veya sanal ortamda din, önemli ve etkili bir konuma sahiptir. Toplumsal bir görünüm (fenomen) olan dinin etkili gücü, sosyal medyada özellikle dine ilişkin paylaşımlar yapmak amacıyla bir araya gelen (sanal) dini topluluklar özelinde önemli oranda görülebilmektedir. Sanal ortam ve sosyal medya hızlı ve kolay erişilebilirlik özelliğiyle dini toplulukların özellikle tercih ettiği bir araç veya ortam olmaktadır.⁵ Bunun belki de en önemli nedeni, modern dini grup, topluluk, cemaat, cemiyet vb. oluşumların sosyal medyada daha hızlı ve kolay örgütlenebilme, taraftar bulma ve buralarda görüş veya fikirlerini kesintisiz bir şekilde aktarabilme imkânı bulabilmesidir.

4 Muhammed Enes Yüce (değ.), "Online Alevi Topluluklar", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/1 (Haziran 2019), 169.

5 İbrahim Yenen, "Medya ve Din", *Din Sosyolojisi*, ed. Niyazi Akyüz – İhsan Çapcıoğlu (Ankara: Grafiker Yayınları, 2012), 432.

Çalışma, sosyal medyada öne çıkan dini topluluk hesapları/sayfaları hangileridir ve bu sayfaların/hesapların hangi hedef doğrultusunda ne tür paylaşımlar yapmaktadır? sorusuna cevap aramayı, genel olarak sosyal medyanın dini topluluklara sunduğu imkânları ele almayı amaçlamaktadır. Özellikle post-modern dönemde dini toplulukların reelden daha fazla sosyal medyada örgütlenmeleri ve faaliyetlerini bu alana kaydirmaları, araştırmanın nedenli önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Esasen bu çalışmanın esas gayesi de burada yatmaktadır. Araştırmada bazı dini toplulukların sosyal medya hesapları dijital arşivlerden yararlanılarak analiz edilmiştir. Ancak burada araştırmanın amacına hizmet etmesi noktasında sosyal medyada faaliyet gösteren ve “sadece katılımcı/üye sayısı ve paylaşım sıklığı ve çokluğu” açısından en dikkat çekici olan dini topluluklar inceleme alanı olarak seçilmiştir.

Çalışmada, dolaylı gözlemin yanı sıra nitel ve nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmaktadır. Bu nedenle çalışmada nitel söylem ya da içerik analizinin yanı sıra zaman zaman nicel sayısal veriler kullanılmaktadır.

1. Sosyal Medya

Son dönemin popüler kavramlarından biri olan “sosyal medya”, şu ana kadar farklı açılardan birçok kez tanımlanmıştır. Bu farklı tanımlamalar, aynı zamanda sosyal medyanın farklı nitelik ve özelliğini öne çıkarması bakımından önemlidir. Sosyal medya kavramı; iletişim/etkileşim sağlayan ağ teknolojileri vasıtası olarak her çeşit uygulama ve hizmete dayalı sistemlerin tamamı⁶, web 2.0’ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilen ve kullanıcı tarafından içeriğin oluşturulmasına ve değiştirilmesine izin veren bir grup internet tabanlı uygulama⁷, kullanıcılara (katılımcılara) içerik yaratma imkânı veren⁸ ve bu içeriği paylaşmaya olanak sağlayan çevrimiçi uygulamalar olarak tanım-

6 Nebiye Konuk – Selime Güntaş, “Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı”, *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries* 3/4 (Ağustos 2019), 4.

7 Andreas M. Kaplan – Michael Haenlein, “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”, *Business Horizons* 53 (Şubat 2010), 61.

8 Jane Bozarth, *Social Media For Trainers* (San Francisco: Pfeiffer Publish, 2010), 11.

lanabilir.⁹ Sosyal medya, kullanıcılarına sınırlı bir sistem içinde herkese açık veya yarı açık profil oluşturmalarına olanak tanıyan, bağlantı paylaştıkları diğer kullanıcıların bir listesini eklemesine ve bağlantı listesini ve sistem içinde başkaları tarafından yapılanları görüntüleyebilen ve bu listelerde gezinebilen web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır.¹⁰ Başka bir ifadeyle sosyal medya, bilgi, düşünce, ilgi ve enformasyon ile kullanıcılarına iletişim/etkileşim olanağı sunan web siteleri ve çevrim içi araçların adıdır.¹¹ Buraya kadarki tanımlamalara bakıldığında kısaca ve özetle sosyal medyanın; internet tabanlı iletişim/etkileşime olanak tanıyan, kullanıcılara içerik oluşturabilme, değiştirebilme ve paylaşabilme imkânı veren çevrimiçi araçlar olduğu sonucu çıkarılabilir.

Sosyal medyanın ne tür özelliklere sahip olduğu son derece önemlidir. Günümüzde önemli iletişim/etkileşim platformu haline gelen sosyal medyanın hangi özellikleriyle bireylerin/toplumların ilgisini cezbediği önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yukarıdaki sosyal medya tanımlamalarına bakıldığında yoğun bir şekilde karşılıklı etkileşim/iletişim üzerine vurgu yapıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medya paylaşımına muhatap bir kitle/topluluk olduğu göz önünde bulundurulursa sosyal medyanın aynı zamanda toplumsal bir platform mecrası ihtiva ettiği söylenebilir. Bütün bunlar birlikte değerlendirildiğinde sosyal medyanın en önemli özelliklerinden birinin, bireyler/topluluklar arası ilişkiyi sağlayan bir mekânsal fonksiyona sahip olduğu söylenebilir.

Diğer taraftan sosyal medyanın; eş zamanlılık (asenkronizasyon) ve kitlesizleştirme şeklinde özellikleri bulunmaktadır.¹² Bunun yanında sosyal medyanın; arama, kişiler arası iletişim, sosyal ağ, sosyal medya, sağlık, sanal oyun, kişisel yayın, video, fotoğraf ve ses paylaşım, anlık/kısa paylaşım, içerik

9 Tanses Gülsoy, “Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama”, *Etkileşimli Medya ve Pazarlama Terimler Sözlüğü*, ed. Lemi Baruh – Müberra Yüksel (İstanbul: Doğan Kitap, 2009), 245.

10 Danah M. Boyd – Nicole B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication* 13/1 (2007).

11 İdil Sayımer, *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Yayınları, 2008, 123.

12 Çetin Kılıç, *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi* (İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015), 54-55.

üretme ve takip etme sayfaları, mobil ağ araçlarındaki sosyal medya uygulamaları, içeriğe ve bilgiye erişimi sağlayan web sayfası bildirimcileri gibi gruplara ayrılmaktadır.¹³ Buna ek olarak sosyal medyanın katılımcılara; gündemi belirleme ve bunu değiştirebilme, bilgiyi daha kısa zamanda aktarabilme ve daha kolay bir şekilde paylaşabilme, aktif kullanıcı sayısını arttırabilme, diğer kitle iletişim araçlarına göre daha ekonomik olma, daha özgür hareket edebilme¹⁴ gibi önemli imkânlar sunabilmektedir. Diğer taraftan sosyal medya; topluluk, karşılıklı konuşma, katılım, bağlantısallık, açıklık vb. özellikler ihtiva etmektedir.¹⁵ Sosyal medyanın bütün bu özellikleri, We are social ve Hootsuit tarafından hazırlanan 2019 sosyal medya istatistiklerine göre¹⁶ yaklaşık 82.4 milyon nüfusa sahip olan Türkiye’de nüfusun %72’sini oluşturan 59.36 milyon internet kullanıcısının, nüfusun %63’ünü oluşturan 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısının, nüfusun %53’ünü oluşturan 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısının oluşmasında ve Türkiye’de insanların internette günde ortalama 7 saat geçirmesinde, bunların günde ortalama 2 saat 46 dakasını sosyal medyada geçirmesinde önemli rol oynamaktadır. Diğer taraftan bu özellikleri dolayısıyla sosyal medya, toplulukların ilgisini çekerek yapılanmalarında fiziksel ortamdan farklı olarak yeni bir sanal ortam sunmaktadır. Toplulukların/grupların yapılanmalarını sağlayan bu yeni ortam; sanal ortam, sanal âlem, sanal alan, siber ortam, siber âlem, siber alan ve online ortam gibi farklı isimlendirmelerle anılmaktadır. Paylaşım siteleri, forumlar, wikiler, sosyal ağ siteleri, bloglar vb. çevrimiçi araçlar kullanıcıların iletişim/etkileşimini sağlayan sosyal medya platformlarıdır.¹⁷

13 Filiz Balta Peltekoğlu, *Halkla İlişkiler Nedir?*, 7. Basım, İstanbul: Beta Yayınları, 2012, 325-326.

14 Fatih Tiyek, “Sosyal Medyadaki Ayet Paylaşımlarında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar (16 Nisan 2017 Referandumu Bağlamında)”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 30 (Aralık 2017), 357-358.

15 Lokman Cerrah, “Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 20/4 (2016), 1396.

16 Daha detaylı bilgi için bkz. wearesocial.com, “Digital 2019 in Turkey”, <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>, Erişim: 7 Haziran 2020.

17 Mehmet Babacan vd., “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, *Akademik İncelemeler Dergisi* 6 (2014), 68.

2. Dinin Toplumsal İşlevi, Dini Topluluklar ve Sanallaşmaları

İnsan sosyal bir varlık ve bu yönüyle diğer insanlarla sürekli olarak etkileşim içinde olma, iletişim kurma ve bir şeyler paylaşma arzusu içerisindedir. Dolayısıyla insan, doğası gereği bir topluluk kurma, topluluğa katılma, birlik oluşturma, dayanışma ve paylaşma çabası göstermektedir. Dinin bu anlamda topluluğun birlik ve dayanışmasını güçlendirici bir işlevi bulunmaktadır. Ayrıca bireylerin karşılaştığı sorunların çözüm araçlarından biri olarak din, önemli fonksiyonlar icra edebilmektedir.¹⁸ Diğer taraftan din; yardımlaşma, merhamet etme, cömert olma ve benzeri birçok davranışı kendi içinde taşımakla toplumsal sorunların çözümü noktasında kolaylaştırıcı bir işlev görebilmektedir.¹⁹ Dini topluluklar, dinin bu tür fonksiyonlarını etkili bir şekilde kullanmayı hedeflemektedir.

Dinin, bireysel boyut taşımalarının yanında bir de topluluklara dönük bir yönü bulunmaktadır. İnsan da toplumsal ve dinsel bir boyut taşımaktadır. İnsan, bir toplum/topluluk içinde yaşamakta ve bu toplum/topluluk içinde dine gereksinim duymaktadır. Bu yönüyle insan, toplumsal ve dinî bir varlık olmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde insan, doğası gereği ihtiyaç duyduğu toplum/topluluk ve din olgusunun karşılıklı etkileşiminin önemli bir taşıyıcısı (ögesi) olmuştur. Bu etkileşimin dikkat çekici bir yansıması veya bir sonucu olarak da görülebilecek “sosyal grupların özel bir formu”²⁰ olan dini topluluklar, özellikle “din” ve “topluluk” ilişkisinin öne çıktığı bir grup türüdür. Dini topluluklar din hedefi çerçevesinde bir araya gelen bireylerden teşekkül etmektedir.

Dini topluluklar, bireyin manevî, ruhsal ve zihinsel gereksinimlerini karşılayabilen bir işleve sahiptir.²¹ Dini toplulukların ortak hedefi, dinin özünü uygun olarak yaşamak ve yaşatmak, topluluk içinde dayanışma, yardımlaş-

18 James W. Jones, “Religion, Health, and the Psychology of Religion: How the Research on Religion and Health Helps Us Understand Religion”, *Journal of Religion and Health* 43/4 (Kış 2004), 319.

19 Harold G. Koenig – David B. Larson, “Religion and Mental Health: Evidence for an Association”, *International Review of Psychiatry* 13/2 (2001), 72.

20 Çelik, “Dini Gruplar Sosyolojisi”, 279.

21 Celalettin Çelik, “Dini Gruplar Sosyolojisi”, *Din Sosyolojisi*, ed. Mehmet Bayyigit (Konya: Palet Yayınları, 2013), 296.

ma ve birlik oluşturmaktır.²² Dini topluluklar, genel olarak bireyselliğin öne çıkmadığı, birlik oluşturma duygusunun güçlendiği yönelişlerle paylaşımların gerçekleştirildiği, yalnızlık duygusundan daha kolay sıyrılabilmeye imkân vermesiyle ön plana çıkan bir etkileşim ortamı olmasının yanında insanların dini davranışlar açısından sosyalleşmesini sağlamak ve ortamın kötülüklerinden bir nebze de olsa uzak durma noktasında bireylere güvenli bir ortam sunabilmektedir.²³ Dini gruplar bu anlamda güvenli bir liman veya sığınak görevi görebilmektedir. Nitekim dini topluluklar, dinin özelliğinden kaynaklanan idealleri hedef göstermede, üyeleri sarma ve teselli etmede önemli işlevler üstlenmekte ve bu yönüyle bireye bir sığınak ortamı meydana getirmektedir.²⁴

İnsan, doğası gereği topluluk içinde yaşamaktadır.²⁵ Doğumundan ölüme kadar yaşamın her anında ve alanında iletişim/etkileşim içerisinde olan insan, kaçınılmaz olarak toplumsal bir boyut taşımaktadır. Topluluk içinde yaşayan bir varlık olarak insan, topluluktakilerle iletişim kurarken günümüzde farklı iletişim araçları kullanma imkânı bulabilmektedir. Ancak söz konusu araçlar zaman ve zeminin gereksinimine göre değişebilmektedir. Örneğin 1990'lardan önce birbirlerine uzak insanlar iletişimi telefon vasıtasıyla sağlarken sonraki dönemde ise teknolojik gelişmelerle birlikte bu gereksinim internet aracıyla sağlanmaya başlanmıştır. Sosyal bir varlık olan insanın iletişim ihtiyacını karşılayan araçlardan biri olan sosyal medya platformu, aynı zamanda bir topluluk girişimini,²⁶ çevrimiçi iletişimle bilgi paylaşımını ve içerik üretmeyi olanaklı kılan sosyal ağ platformunu²⁷ ve kullanıcıların kendi düşünce veya fikirlerini, fotoğraf ve videolarını birçok noktada diğer kullanıcıların görüntüleyebildiği paylaşımlarda bulunabildiği, dolayısıyla bu

22 Gülay Cezayirli, "Dini Grup ve Toplumsal Grup", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 37/1 (Ağustos 1997), 372.

23 Suat Cebeci vd., "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Dini Grup Algıları", *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 15 (Haziran 2019), 95.

24 Cezayirli, "Dini Grup ve Toplumsal Grup", 375.

25 Nuran Hortaçsu, *Grup İçi ve Gruplar Arası Süreçler* (Ankara: İmge Kitabevi, 1998), 83.

26 Preeti Mahajan, "Use of social networking in a linguistically and culturally rich India", *The International Information - Library Review* 41/3 (2009).

27 Hatice Kumcağız vd., "Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımının Akademik Başarı ve Arkadaşlık İlişkilerine Etkisi", *International Journal of Social Science Research* 8/2 (Aralık 2020), 4.

araç-gereçlerle iletişim/etkileşim ortamının sağlandığı sanal bir ortamı ifade etmektedir.²⁸

Sosyal medya, bireyleri bir araya getirmesinin yanı sıra ideolojileri, yaşam şekilleri, dünya görüşleri, fikirleri, ırkları, soyları, kültürleri, dini anlayışları, mezhep veya meşrepleri aynı yönde örgütlenmiş toplulukları da bir araya getirmekte, toplumsal hareketleri birbirine bağlama ve onların eylemselliğine ivme kazandırma özelliğiyle dikkat çekmektedir.²⁹ Bu açıdan bakıldığında geleneksel toplulukların, sanal dünyada farklı iletişim teknolojileri aracılığıyla yeni tip sanal topluluklar şeklinde yeniden yapılandığı söylenebilir.

Sosyal medya paylaşımları neredeyse her alan veya konuyla ilgili olabilmektedir. Bunların arasında din ile ilgili paylaşımlar da bulunmaktadır. Dinin, bir fikir veya olgunun meşruiyet kazanmasında vazgeçilmez bir fenomen olması, sosyal medya kullanıcılarının/katılımcılarının bir şekilde dine müracaat etmesine neden olmaktadır. Denilebilir ki din, toplumsal hayatta olduğu gibi sosyal medya toplulukları arasında da son derece etkili ve önemli bir fenomendir. Sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanan dinî topluluklar açısından din, çok konuşulan ve tartışılan bir boyut taşımakta ve dini topluluk paylaşımlarının ana zeminini oluşturmaktadır.

Dini topluluklar fizikî açıdan teşekkül edebileceği gibi sanal olarak da oluşabilmektedir. Nitekim modern dönem toplumunda bir topluluğun oluşabilmesi için fiziksel veya coğrafi yakınlık şart değildir. Buna karşın yüz yüze ilişki içerisinde olmayan bireyler arasında ortaya çıkabilecek etkileşim bir topluluğun temelini oluşturabilmektedir. Sosyal medya veya sanal dünya tam da bu işlevi görmektedir. Yani fiziksel ve coğrafi yakınlık olmadan bireyleri/toplulukları buluşturabilmekte ve etkileşim ortamı oluşturabilmektedir. Sosyal medyadaki dini topluluklar açısından da durum farksızdır. Fizikî dünyada birtakım gereksinimler doğrultusunda bir araya gelen dini topluluklar, özellikle modernleşme sonrası teknolojide ve dijitalleşmede meydana gelen

28 Osman Söner – Olcay Yılmaz, “Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki”, *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7/13 (2018), 63.

29 Barış Engin, “Yeni Medya ve Sosyal Hareketler”, *Cesur Yeni Medya*, der. Mutlu Binark - Işık B. Fidaner (Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları, 2011), 37.

gelişmelerle birlikte sosyal medyada etkili ve dinamik bir yapı kazanmaya başlamıştır. Dini topluluklar, sanal dünyayla geliştirdiği iletişim/etkileşim dolaşısıyla etki alanını genişletme imkânı elde etmiş, zaman ve mekan sorunu yaşamadan önemli ilişkiler geliştirebilmiştir. Sosyal medyada bir araya gelen dini topluluklar, hem sanal anlamda sosyalleşmiş³⁰ olurlar hem de dine ilişkin bir bilgi paylaşım imkânı elde ederler. Denilebilir ki toplumsal anlamda fenomen olan din, sosyal medyada bir araya gelen topluluklarda önemli işlevler icra etmektedir. Sosyal medyada dinin, işlevsel anlamda varlığını koruduğu ve bunun da ötesinde burada geniş bir alan bulduğu söylenebilir. Yeni teknolojik gelişme ve ilerlemelerle birlikte dini toplulukların sosyal medya üzerinde yaygınlaşmaya başladıkları ve faaliyetlerini sosyal ağ üzerinden gerçekleştirmeye başladıkları görülmektedir.

Diğer taraftan sosyal medyadaki dini topluluk üyeleri, topluluklar arası geçirgenlik özelliğiyle dikkat çekmektedir. Sosyal medyada bir dini topluluk sayfasına üye olan katılımcı, başka bir dini topluluk sayfasına da üye olabilmektedir. Bu bakımdan sosyal medya, dini topluluk üyelerine, dini mezhep veya cemaatlere göre daha serbest ve özgür bir ortam sunmaktadır. Bunun belki de bir nedeni, sosyal medya dini topluluklarında birlik, dayanışma ve paylaşmanın esas hedef olmasıdır. Ancak sosyal medyada dini topluluklar, dinî anlamda dayanışma ve yardımlaşmanın yanında tartışma ve çatışmaların da vücut bulabildiği bir ortamı ifade etmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medyada dini topluluklar, din üst çatısı altında dinin esaslarının dışında kalan mezhep veya cemaate ait farklı görüş ve yorumları da bünyesinde barındırabilmekte ve bu bakımdan üyelerine/katılımcılarına daha geniş olanaklar sunabilmektedir.

3. Sosyal Medyada Dini Topluluk Hesapları/Sayfaları

Sosyal medyada topluma ilişkin birçok alan bulunmaktadır. Dini topluluklar bunlardan biridir. Sosyal medyada dini topluluklar, reelde fizikî olarak varlık gösteren dini toplulukların sosyal medyaya taşınmış halini göstermektedir. Günümüzde sosyal medyada dinamik bir yapı taşıyan dini topluluklar, özellikle dine ilişkin paylaşımlarıyla ön plana çıkmaktadır. Dini

30 “Sanal sosyalleşme” ile ilgili detaylı bilgi için bk. Ejder Okumuş, *Din Sosyolojisi* (Ankara: Maarif Mektepleri, 2018), 266-267.

toplulukların sosyal medya vasıtasıyla manevî ihtiyaçlarını karşılamayı amaçladıkları, yani vicdanlarını ve ruh dünyalarını dinsel anlamda tatmin etmeyi, dayanışma ve paylaşmayı amaçladıkları söylenebilir. Sosyalleşme aracı olarak görülebilecek sosyal medya, dini toplulukların iletişimini reelden sanala doğru kaydırmasında etkili olmuştur. Dini toplulukların faaliyet, organize olma, örgütlenme ve tartışma alanlarını yeni teknolojik gelişmelerle beraber sosyal medya üzerinden gerçekleştirmeye çalıştığı görülmektedir. Bu noktada IŞİD (Irak Şam İslam Devleti), Boko Haram, El Kaide, FETÖ gibi dini yapı taşıyan örgütlerin sosyal medya kullanımları örnek olarak verilebilir. Ancak IŞİD örneği son derece önemlidir. Bilindiği gibi son dönemde özellikle Suriye ve Irak olmak üzere daha çok Orta Doğu bölgesinde yapılanma ve örgüt faaliyeti anlamında etkili bir görünüm arz eden IŞİD, taraftar bulma ve faaliyetlerini dünya kamuoyuna sunmada sosyal medyayı ve araçlarını etkin ve dinamik bir şekilde kullanmaktadır.³¹ Örneğin Instagram'da 50.000'den fazla IŞİD örgütü yanlısı hesabın olduğu belirtilmektedir.³² IŞİD'in özellikle sosyal medyayı dev bir propaganda platformuna dönüştürdüğü ve günde yaklaşık 90.000 video, görüntü ve içerikli mesaj paylaştığı söylenebilir.³³

Dini topluluklar, toplum üzerinde daha fazla etkili olabilmek amacıyla sosyal medyanın veya sanal ortamın imkânlarını kullanma yoluna gittiği görülmektedir. Nitekim sosyal medya, post-modern yeni teknolojinin ve dijital çağın vazgeçilmez bir fenomeni olma yolunda ilerlemektedir. Sosyal medyada dini topluluklar, kendi dinsel fikir, görüş ve yaklaşımlarını bireylere veya topluluklara aktarmaktadırlar. Dini topluluklar, sosyal medya üzerinden özellikle paylaşımlarla çevrelerini genişletme fırsatı yakalayabilmişlerdir. Bir takım

31 Daha detaylı bilgi için bkz. Emin Salih - Yenal Göksun, "Deaş'ın Medya Stratejisi", SETAV Raporu, <https://setav.org/assets/uploads/2018/01/98.-DAES%CC%A7-tamrapor.pdf>, Erişim: 7 Haziran 2020; Atahan Birol Kartal, "Uluslararası Terörizmin Değişen Yapısı ve Terör Örgütlerinin Sosyal Medyayı Kullanması: Suriye'de DAES ve YPG Örneği", *Güvenlik Stratejileri Dergisi* 14/27 (Haziran 2018): 39-77; Ceyhun Kaan Karakaş, "DAES Propagandasında Yeni Medya Kullanımı", *Marmara İletişim Dergisi* 28 (Aralık 2017): 33-46.

32 <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41360381>, "IŞİD'in yeni propaganda aracı: Instagram", 22.09.2017, Erişim: 6 Haziran 2020.

33 <https://www.dw.com/tr/i%C5%9Fidin-propaganda-arac%C4%B1/a-18276040>, "IŞİD'in propaganda aracı", 24.02.2015, Erişim: 8 Haziran 2020.

dini topluluklar, sosyal medyada üzerinden yaptıkları paylaşım ve yayınlarla faaliyetlerini tüm dünyaya gösterme fırsatı bulmuşlardır. Ayrıca dini topluluklar, sosyal medya sayesinde dünyanın bir çok coğrafyasından faaliyetlerine veya paylaşımlarına taraftar ve sempatican bulabilmektedirler. Özellikle sosyal medyayı daha çok kullanan genç kesimlerde dini toplulukların etkileri daha fazla olabilmektedir. Sosyal medyanın, genç kesimlerin dini fikir ve görüşlerini olumlu veya olumsuz bir şekilde şekillendirmede etkili olabildiği söylenebilir.

Sosyal medyadaki dini topluluklar, insanların dinî algılarında önemli etkiler barındırabilmektedir. Denilebilir ki sosyal medyadaki dini topluluklar, gerçekleştirdikleri etkili sosyal medya faaliyetleri dolayısıyla toplumların/bireylerin dini yaşam, algılayış ve iletişimini etkileyebilme gücüne kavuşabilmektedir. Gerçekten de reel toplumda faaliyet ve eylemlerini daha zor gerçekleştiren dini topluluklar bir tuşla sosyal medyanın daha kolay ve etki gücü geniş olan imkanına kavuşmuştur. Dini içerik, fikir ve yaklaşımlar YouTube, WhatsApp, Twitter, Instagram ve Facebook gibi imkânları geniş sosyal medya ağları üzerinden özellikle dini topluluklar nezdinde önemli etkiler uyandırabilmektedir. Sosyal medyada din içerikli paylaşımlarda bulunan dini topluluk hesapları/sayfaları oldukça fazladır ve gündün güne bunların sayısı artmaktadır. Ancak araştırmanın amacına hizmet etmesi noktasında sosyal medyada faaliyet gösteren ve “sadece katılımcı/üye sayısı ve paylaşım sıklığı ve çokluğu” açısından en dikkat çekici olan dini toplulukların paylaşımları üzerinden değerlendirmeler yapılmaktadır. Dolayısıyla sadece söz konusu dini topluluk hesapları/sayfaları incelenmektedir. Bu inceleme sonucunda tam anlamıyla yeterli olmasa da yine de sosyal medya dini topluluklarına ilişkin bir ön giriş mahiyetinde bilgiler sunulmakta ve bunun üzerinde değerlendirme yapılmaktadır.

Sosyal medyada dini topluluk hesap ve sayfaları incelendiğinde, genel olarak kendi perspektifleri doğrultusunda ayet ve hadislerden destekle pek çok dini meselenin konuşulduğu, tartışıldığı ve bu minvalde sayısız paylaşımlar yapıldığı görülmektedir. Ancak (sanal) dini topluluk sayfalarının, genel olarak dine ilişkin çok boyutlu paylaşımların yanında özelde bir konu etrafında şekillenen paylaşımlara yer verdiği görülebilir. Hatta sayfa, bu özel konuya göre isimlendirilmektedir. Örneğin Facebook'ta; “Namaz Aşkı”, “Namaz”, “Namaz Dinin Direğidir”, “Namaz ve Dua Vakti”, “Namaz Kılmak İsteyen Bayanlar”,

“Ahir Zamanın Kurtuluşu Namaz”, “Namaz Gözümün Nuru”, “Kalk Namaza”, “Namaz ve Dualar”, “Namaz Vakti”, “Namaz ve İman”, “Namaz Allah’ın Emridir”, “Namaz Müminin Miracıdır”, “Namaza Davet”, “Namaz Sevdası”, “Namaz Öğreniyorum”, “Sabah Namazı”, “Diriliş: Namaz”, “Namaz Sevdalıları Grubu”, gibi farklı isimlerle “namaz” konusu özelinde bir araya gelen (sanal) dini topluluklar görülmektedir.³⁴ Diğer taraftan yine Facebook’ta “dua” konusu özelinde; “Dua”, “Dua-Vakti”, “Dua Kapısı”, “Duanın Gücü”, “Bir Avuç Dua”, “Dua Zinciri”, “Dua Kardeşliği”, “Dua İste”, “Dua Grubu”, “Dua Her Derde Deva”, “Dua Defteri”, “Dua ve Zikir”, “Duâ Yağmuru”, “Duaların Gücü ve Faziletleri”, “Dua Paylaşım Grubu”, “Şifalı Dualar”, “Dua Bahçesi”, “Duâ Halkası”, “Sırlı Dualar” ve “Şimdi Dua Zamanı” gibi birçok farklı dini topluluk sayfasının bulunduğu müşahede edilmiştir.³⁵ Sosyal medyanın geneline bakıldığında, “Namaz” ve “dua” Facebook sayfa örneklerinde olduğu gibi başka dini konular özelinde de oldukça fazla örnek bulmak mümkündür.

34 Söz konusu dini toplulukların bağlantı adresleri şöyledir:

- https://www.facebook.com/groups/183732142570633/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/503764632988820/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1731336147154768/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/328231197384191/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/449590578522915/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/azkkm/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/namazgozumunnuru/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/161112294450885/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/namazvedualar/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1724977594466338/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/199927430506703/?ref=br_rs;
<https://www.facebook.com/groups/204546946349094/>;
<https://www.facebook.com/Namaz-M%C3%BCminin-Mirac%C4%B1d%C4%B1r-566162233499080/>;
<https://www.facebook.com/groups/1491892294473672/>;
<https://www.facebook.com/groups/1099857393397721/>;
<https://www.facebook.com/groups/131395196897955/>;
<https://www.facebook.com/groups/sabahnamazi/>;
<https://www.facebook.com/groups/143345322696434/>;
<https://www.facebook.com/groups/307132159497043/>.

35 Söz konusu dini toplulukların bağlantı adresleri şöyledir: https://www.facebook.com/groups/306688749836124/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/564443897278753/?ref=br_rs;

Denilebilir ki sosyal medya dini toplulukları, genel olarak mikro düzeyde bir yapı taşımaktadır. Bunlardan katılımcı sayıları açısından dikkate değer görülen birkaç örneği inceleyerek sosyal medya dini toplulukları hakkında genel bir değerlendirme yapmak mümkündür. Nitekim bu topluluklar (görece) benzer yapılanmalar ihtiva etmektedir.

“Namaz Aşkı”³⁶ adlı herkese açık olan Facebook sayfasının 44.000’in üzerinde üyesi bulunmaktadır. Bu sayfa incelendiğinde, namazın farklı boyutlarına ilişkin birçok bilgi ve paylaşım bulmak mümkündür. Dini topluluk sayfasının açıklama kısmında sadece namazla ilgili bilgi ve paylaşım, ayrıca Cuma mesajlarına izin verileceği, bunun dışındaki paylaşımlara izin verilmeyeceği belirtilmektedir. Diğer taraftan yine aynı kısımda namaza son derece önem verilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Söz konusu dini topluluk sayfasındaki açıklamaya ve genel anlamdaki paylaşımlarına bakıldığında amacın, İslam’ın beş şartından biri olan namazın önemine dikkat çekmek olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanında bu dini topluluk, dünya çapında Müslümanlara karşı gerçekleştirilen şiddet, zulüm ve adaletsizliğe dikkat çekerek, bu sorunun, Müslümanların kardeşlik duygusunun geliştirilmesi, yeniden diriliş, birleşme ve bütünleşmenin sağlanmasıyla çözülebileceği kanaatini paylaşmaktadır.

https://www.facebook.com/groups/162364474394477/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1556835924634625/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1337301076306757/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/802928186437470/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1728737424102780/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1025184070887595/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/duaherderdedevaa/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/317154485143568/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1582222045400019/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/378806692895432/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/923291041084391/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/1833336010128866/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/549786488413497/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/2652475521633784/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/519739285346337/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/sirlidualar/?ref=br_rs;
https://www.facebook.com/groups/485766681788624/?ref=br_rs.

36 <https://www.facebook.com/groups/Ercanmuratli/>, Erişim: 24.01.2020.

Müslümanların dinî bütünleşmeyi sağlayabilmeleri için günlük olarak sayfada buna dönük olarak ayet, hadis, dua ve zikirlere yer verilmektedir. Bunun yanında sayfada zaman zaman dinî kıssa ve hikâyeler anlatılmakta, birtakım dinsel kitaplar önerilmektedir. Mezhep imamları ve İslam âlimlerinin hayat hikâyelerine yer verilmektedir. İslam büyüklerine ait özlü sözler, İslam fihhına ve akaide yönelik bilgiler paylaşılmaktadır.

Bir diğer dini topluluk örneğimiz “Kur’an Araştırmaları Grubu” dur. Söz konusu dini topluluğun sosyal medyada gerek katılımcı/üye sayısı bakımından gerekse de takipçiler bakımından geniş bir yapıya sahip olduğu ve günlük paylaşımlarıyla dinamik/aktif bir görüntü çizdiği görülmektedir.³⁷ “Kur’an Araştırmaları Grubu” topluluğu, *Kur’an Hiç Tükenmeyen Mucize*³⁸ adıyla kitap yayımı dahi bulunmaktadır. YouTube’da 24.000 civarında³⁹ ve Facebook’ta 300.000’in üzerinde takipçi veya üye sayısına sahip olan bu dini topluluk sayfasında Kur’an ile ilgili her türlü bilgi ve paylaşımına yer vermektedir. Bu topluluk, özellikle Kur’an’ı merkeze alan bir yaklaşımla farklı aralıklarla ayet paylaşımlarında bulunmaktadır. Söz konusu sanal dini topluluğun, Kur’an’ın Allah tarafından gönderilen ilâhî bir mesaj olduğunu ispatlamayı, Kur’an’ın anlaşılmasına, anlatılmasına ve yaşanmasına katkı sağlamayı hedeflediği, Kur’an’a aykırı uydurmaları tespit etmeyi hedeflediği belirtilmektedir. Ayrıca dini topluluğun, ilahiyat, sosyoloji, felsefe ve mühendislik gibi farklı alanlarda çalışan akademisyen ve entelektüellerden oluşturulduğu, bunun yanında hiçbir cemaat ve dini grupla bir bağlantısının bulunmadığı; mezhep ve grup ayrımı yapmaksızın maddi ve manevi bir çıkar elde etmeksizin Müslümanlar arasında barışın, hoşgörünün ve birliğin olmasını arzu ettiklerini ifade etmişlerdir.

“Kur’an ve İman”⁴⁰ adlı dini topluluk Facebook sayfası, herkese açık olmayan ve sadece üyelere özel bir dini topluluktur. 62.000’in üzerinde üyesi bulunan bu dini topluluk, sayfasının açıklama kısmında Allah rızası esasına dayalı bir strateji uyguladıklarını ve bu nedenle de sadece bu esas çerçevesin-

37 <https://www.facebook.com/kuranarastirmalarigrubu/>, Erişim: 10.01.2020.

38 Kur’an Araştırmaları Grubu, *Kur’an Hiç Tükenmeyen Mucize* (İstanbul: İstanbul Yayınevi, 37. Basım, 2013).

39 <https://www.youtube.com/user/kuranarastirmagrubu>, Erişim: 18.01.2020.

40 <https://www.facebook.com/groups/465712590118017/>, Erişim: 02.03.2020.

de paylaşım ve yorumlara yer verebileceklerini belirtmektedir. Sayfada sık sık dua, salavat, zikir, ayet ve hadis paylaşımlarına, dini içerikli sohbet videolarına, hatim, cüz ve sure okuma paylaşımlarına yer verildiği görülebilmektedir. Buna ek olarak zaman zaman İslam âlimlerinin özlü sözleri, Kâbe ve Mescid-i Nebi'nin fotoğraf ve videoları paylaşmakta ve dünyada zulüm gören Müslümanlara görsel temalar üzerinden dikkat çekilmektedir.

56.000'in üzerinde üyesi bulunan bir diğer dini topluluk sayfası "Peygamber Sevdalıları"dır.⁴¹ Bu dini topluluk da herkese açık olmayan ve sadece üyelere özel bir gruptur. Sayfada yapılan paylaşımlara bakıldığında, Hz. Peygamber'i öne çıkaran bir görünüm çizdiği ve bu nedenle de belirli aralıklarla Hz. Peygamber'e salavat getirilmesi hususunun dini topluluk üyelerine hatırlatılma gereği duyulduğu gözlemlenmektedir. Bu anlamda üyelerce sık sık salavat, dua ve zikir halkası/zinciri oluşturulduğu görülmektedir. Dini içerik taşıyan veya dine atif yapan video, fotoğraf ve yazılar paylaşılmaktadır. Bunun yanında Kâbe ve Mescid-i Nebi ile ilgili fotoğraf ve videolar paylaşılmaktadır.

Diğer taraftan sosyal medyada (Facebook'ta) mezhepsel birtakım dini topluluk yapılanmaları da bulunmaktadır. Facebook'ta 3.500 üyeye sahip "Hanefî Usûlü Grubu"⁴² adlı dini topluluk sayfasının, usûl ve fûrûda Hanefî usulüne dair araştırma, makale, eser ve müellif tanıtımları yaptığı görülmektedir. Bunun yanında sayfada Hanefî mezhebine dair fikir alışverişleri, soru-cevap ve tavsiyelerde bulunmaktadır. Aynı şekilde Şafîî mezhep ve itikadını öne çıkararak paylaşımlarda bulunan ve 7.400 üyeye sahip "Şafîî Mezhebi ve İtikadı"⁴³ adlı Facebook sayfası, bir diğer dini topluluk örneğidir.

Sosyal medyada İslam dini özelindeki dini toplulukların dışında farklı dine mensup birçok dini topluluk da aktif olarak bulunmaktadır. Facebook'ta 70 üyeye sahip "Türk Hristiyan Ortodokslar",⁴⁴ 3.450'nin üzerinde üyeye sahip "Anadolu Hristiyan Topluluğu",⁴⁵ 1.330'dan fazla üyesi bulunan "Hristi-

41 <https://www.facebook.com/groups/525715457529650/>, Erişim: 08.03.2020.

42 <https://www.facebook.com/groups/496624500952367/>, Erişim: 04.03.2020.

43 <https://www.facebook.com/groups/378475202624575/>, Erişim: 04.03.2020.

44 https://www.facebook.com/groups/374893169192202/?ref=br_rs, Erişim: 05.03.2020.

45 https://www.facebook.com/groups/anadoluht/?ref=br_rs, Erişim: 05.03.2020.

yan Katolik Bilgi Kaynağı”,⁴⁶ 1.554 üyesi olan “Hristiyan Türk”,⁴⁷ 365 üyesi bulunan “EVANGELIST”,⁴⁸ 138 üyeye sahip “Evangelism”⁴⁹ adlı Facebook sayfaları bu tür dini topluluklardan sadece birkaçıdır. Mezhepsel olarak sosyal medyada bir araya gelen dini topluluk sayfalarına bakıldığında, daha çok bağlı buldukları veya etrafında (sanal) topluluk kurdukları mezhebi öne çıkaran paylaşımlar yaptıkları gözlemlenebilmektedir.

SONUÇ

Sosyal medya, bireylerin belli konular etrafında bir araya gelerek etkileşim/iletişimle topluluk içi birlik, beraberlik ve dayanışma duygularını öne çıkarmayı, bilgi paylaşımlarıyla topluluğun gelişimine katkı sağlamayı amaçlayan web tabanlı çevrimiçi araçlar olarak tanımlanabilir. Modern dönemin dijital ve sanal dünyasında insanlar için artık bir ihtiyaç olarak görülen sosyal medya, özellikleri itibarıyla gerek birey gerekse de topluluklar için son derece cazip imkânlar sunmaktadır. Ayrıca özel ve genel dini topluluk örgütlenmeleri için de önemli fırsatlar sunmaktadır. Bütün bu geniş imkân ve fırsatları dolayısıyla sosyal medya, bireysel/toplumsal hayatın kaçınılmaz ve önemli bir parçası haline geldiği söylenebilir.

Sosyal medya paylaşımları neredeyse her alan ve konuyla ilgili olabilmektedir. Bunlar arasında din ile ilgili paylaşımlar da bulunmaktadır. Dinin, bir fikir veya olgunun meşruiyet kazanmasında vazgeçilmez bir fenomen olması, sosyal medya kullanıcılarının/katılımcılarının bir şekilde dine müracaat etmesine neden olmaktadır. Denilebilir ki din, toplumsal hayatta olduğu gibi sosyal medya toplulukları arasında da son derece etkili ve önemli bir fenomendir. Sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanan dinî topluluklar açısından din, çok konuşulan ve tartışılan bir boyut taşımakta ve dini topluluk paylaşımlarının ana zeminini oluşturmaktadır.

46 https://www.facebook.com/groups/152356378714025/?ref=br_rs, Erişim: 05.03.2020.

47 https://www.facebook.com/groups/hristiyanturk/?ref=br_rs, Erişim: 05.03.2020.

48 https://www.facebook.com/groups/595434517157508/?ref=br_rs, Erişim: 06.03.2020.

49 https://www.facebook.com/groups/771843766210617/?ref=br_rs, Erişim: 06.03.2020.

Sosyal medya, geleneksel iletişim formundan farklı olarak aynı anda birçok kesimin iletişim veya etkileşimini sağladığı gibi dini toplulukların da dine ilişkin fikir, yorum, değerlendirme ve düşüncelerinin paylaşıldığı yeni bir dijital/sanal toplumsallaşma sahasıdır. Sosyal medyanın geneline bakıldığında denilebilir ki, konu özelinde dini topluluk oluşumları bulunabildiği gibi, farklı mezhepler ve dinler odaklı dini topluluklar da bulunabilmektedir. Sosyal medyada faal olan birçok dini topluluğun paylaşımlarına bakıldığında denilebilir ki, İslam özelinde konu odaklı faaliyet gösteren (sanal) dini toplulukların, genel olarak sayfa ismini taşıyan konuya dair paylaşımların yanında dua, salavat ve zikir halkaları etrafında yapılanmaların yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Yani sayfaya veya hesaba ismini veren özel dinî konudan zaman ve zemine göre sapmalar görülebilmektedir. Bu bakımdan dini konu özelinde kurulan dini topluluk sayfaları, konuya bağlı bir yapılanmadan daha çok dua ve zikir gibi manevî gereksinim odaklı paylaşımlara yer verildiği görülmektedir. Zaten sosyal medya dini topluluklarının hedeflerinden birisi, görece katılımcıların/üyelerin manevi/dinsel tatminini sağlamaya çalışmak, din hedefi çerçevesinde birlik ve dayanışmalarını arttırmaktır. Buna ek olarak paylaşımların konjonktürel olarak farklılaştığı söylenebilir. Örneğin küresel ve ulusal bazda sağlıkla ilgili önemli bir süreç olan 2020'in Mart ve Nisan aylarında küresel salgından şifa bulmak ve manevî olarak bu zor süreçten kurtulabilmek amacıyla üyelere özellikle dua isteklerinde bulunduğu gözlemlenmektedir. Kısacası bireylerdeki manevi eksikliğin, günlük ve dönemlik bir takım sıkıntı veya problemin birlik, beraberlik ve dayanışmayla giderilmesinde veya en azından etkisinin azaltılmasında sosyal medya dini topluluklarının önemli rolü olmaktadır. Diğer taraftan sosyal medyadaki dini toplulukların paylaşım veya etkileşimleri, Cuma günleri, ramazan ayı, kandil geceleri ve dini bayramlarda daha fazla yoğunluk kazandığı gözlemlenebilmektedir. Bu dönemlerde sosyal medya paylaşımlarında bulunmak, birtakım kimselerce dini bir gereklilik gibi algılanabilmektedir. Ancak her halükarda dini toplulukların sosyal medyada etkili bir görünüm kazanmaya başladıkları, yani sosyal medyayı başarılı bir şekilde kullandıkları söylenebilir. Ayrıca toplumun sanal dinî topluluk hesaplarına/sayfalarına katılımları ve paylaşımlarına bakıldığında, en azından söz konusu dini topluluk üyelerinin/katılımcılarının sosyal medyayı kullanmaktan memnun oldukları söylenebilir.

Bütün bu değerlendirmeler ışığında denilebilir ki, sanal ortam ve sosyal medya, önemündeki zaman dilimi içerisinde toplumsal hayatta dijital ve sanallaşmanın giderek her alanı kuşatmasıyla birlikte daha fazla gereksinim duyulabilecek ve bireysel/toplumsal hayatın olmazsa olmazı olarak değerlendirilebilecek bir boyut kazanabilecektir.

KAYNAKÇA

Aydoğan, Filiz. “İkinci Medya Çağı’nda Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet”. *İkinci Medya Çağında İnternet*. der. F. Aydoğan - A. Akyüz. İstanbul: Alfa Yayınları, 2010.

Babacan, Mehmet vd. “Sosyal Medya ve Arap Baharı”. *Akademik İncelemeler Dergisi* 6 (2014), 63-92.

Boyd, Danah M. - Ellison, Nicole B. “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13/1 (2007). <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>, Erişim: 30 Ocak 2020.

Bozarth, Jane. *Social Media For Trainers*. San Francisco: Pfeiffer Publish, 2010.

Cebeci, Suat vd. “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Dini Grup Algıları”. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 15 (Haziran 2019), 88-113.

Cerrah, Lokman. “Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 20/4 (2016), 1393-1414.

Cezayirli, Gülay. “Dini Grup ve Toplumsal Grup”. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 37/1 (Ağustos 1997), 365-375.

Çelik, Celalettin. “Dini Gruplar Sosyolojisi”. *Din Sosyolojisi*. ed. Mehmet Bayyigit. 275-302. Konya: Palet Yayınları, 2013.

Engin, Barış. “Yeni Medya ve Sosyal Hareketler”. *Cesur Yeni Medya*. der. Mutlu Binark - Işık B. Fidaner. Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları, 2011.

Gülsoy, Tanses. “Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama”. *Etkileşimli Medya ve Pazarlama Terimler Sözlüğü*. ed. Lemi Baruh ve Müberra Yüksel. 223-251. İstanbul: Doğan Kitap, 2009.

Hortaçsu, Nuran. *Grup İçi ve Gruplar Arası Süreçler*. Ankara: İmge Kitabevi, 1998.

Jones, James W. “Religion, Health, and the Psychology of Religion: How the Research on Religion and Health Helps Us Understand Religion”. *Journal of Religion and Health* 43/4 (Kış 2004), 317- 328.

Kaplan, Andreas M. - Haenlein, Michael. “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”. *Business Horizons* 53 (Şubat 2010): 59-68, <https://www.researchgate.net/publication/222403703>, Erişim: 29 Ocak 2020.

Kartal, Atahan Birol. “Uluslararası Terörizmin Değişen Yapısı ve Terör Örgütlerinin Sosyal Medyanı Kullanması: Suriye’de DAEŞ VE YPG Örneği”. *Güvenlik Stratejileri Dergisi* 14 / 27 (Haziran 2018): 39-77.

Karakaş, Ceyhan Kaan. “DAEŞ Propagandasında Yeni Medya Kullanımı”. *Marmara İletişim Dergisi* 28 (Aralık 2017): 33-46.

Kılıç, Çetin. *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.

Koenig, Harold G. – Larson, David B. “Religion and Mental Health: Evidence for an Association”. *International Review of Psychiatry* 13/2 (2001), 67-78.

Konuk, Nebiye - Güntaş, Selime. “Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı”. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries* 3/4 (Ağustos 2019), 1-25.

Kumcağız, Hatice vd. "Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımının Akademik Başarı ve Arkadaşlık İlişkilerine Etkisi". *International Journal of Social Science Research* 8/2 (Aralık 2020), 1-17.

Kur'an Araştırmaları Grubu. *Kur'an Hiç Tükenmeyen Mucize*. İstanbul: İstanbul Yayınevi, 37. Basım, 2013.

Mahajan, Preeti. "Use of social networking in a linguistically and culturally rich India". *The International Information - Library Review* 41/3 (2009), 129-136.

Okumuş, Ejder. *Din Sosyolojisi*. Ankara: Maarif Mektepleri, 2018.

Peltekoğlu, Filiz Balta. *Halkla İlişkiler Nedir?*. İstanbul: Beta Yayınları, 7. Basım, 2012.

Salihi, Emin – Gökşun, Yenal. "Deaş'ın Medya Stratejisi". SETAV Raporu. <https://setav.org/assets/uploads/2018/01/98.-DAES%CC%A7-tamrapor.pdf>. Erişim: 7 Haziran 2020.

Sayımer, İdil. *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları, 2008.

Söner, Osman - Yılmaz, Olcay. "Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki". *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7/13 (2018), 61-76.

Tiyek, Fatih. "Sosyal Medyadaki Ayet Paylaşımlarında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar (16 Nisan 2017 Referandumu Bağlamında)". *Kabramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 30 (Aralık 2017), 353-378.

Yenen, İbrahim. "Medya ve Din". *Din Sosyolojisi*. ed. Niyazi Akyüz – İhsan Çapcıoğlu. 423-433. Ankara: Grafiker Yayınları, 2012.

Yüce, Muhammed Enes (değ.). "Online Alevi Topluluklar". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/1 (Haziran 2019), 167-170.

wearesocial.com. "Digital 2019 in Turkey". <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Erişim: 7 Haziran 2020.

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41360381>. "İŞİD'in yeni propaganda aracı: Instagram". 22.09.2017. Erişim: 6 Haziran 2020.

<https://www.dw.com/tr/i%C5%9Fidin-propaganda-arac%C4%B1/a-18276040>. "İŞİD'in propaganda aracı". 24.02.2015. Erişim: 8 Haziran 2020.

<https://www.facebook.com/kuranarastirmalarigrubu/>. Erişim: 10.01.2020.

<https://www.facebook.com/groups/Ercanmuratli/>. Erişim: 24.01.2020.

<https://www.facebook.com/groups/465712590118017/>. Erişim: 02.03.2020.

<https://www.facebook.com/groups/525715457529650/>. Erişim: 08.03.2020.

<https://www.youtube.com/user/kuranarastirmagrubu>. Erişim: 18.01.2020.

<https://www.facebook.com/groups/378475202624575/>. Erişim: 04.03.2020.

https://www.facebook.com/groups/374893169192202/?ref=br_rs. Erişim: 05.03.2020.

https://www.facebook.com/groups/anadoluht/?ref=br_rs. Erişim: 05.03.2020.

https://www.facebook.com/groups/152356378714025/?ref=br_rs. Erişim: 05.03.2020.

https://www.facebook.com/groups/hristiyanturk/?ref=br_rs. Erişim: 05.03.2020.

https://www.facebook.com/groups/595434517157508/?ref=br_rs. Erişim: 06.03.2020.

https://www.facebook.com/groups/771843766210617/?ref=br_rs. Erişim: 06.03.2020.

https://www.facebook.com/groups/306688749836124/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

https://www.facebook.com/groups/564443897278753/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

https://www.facebook.com/groups/162364474394477/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

https://www.facebook.com/groups/1556835924634625/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

https://www.facebook.com/groups/1337301076306757/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

https://www.facebook.com/groups/802928186437470/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

https://www.facebook.com/groups/1728737424102780/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

https://www.facebook.com/groups/1025184070887595/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.

- https://www.facebook.com/groups/duaherderdedevaa/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/317154485143568/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/1582222045400019/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/378806692895432/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/923291041084391/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/1833336010128866/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/549786488413497/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/2652475521633784/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/519739285346337/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/sirlidualar/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/485766681788624/?ref=br_rs. Erişim: 7 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/183732142570633/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/503764632988820/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/1731336147154768/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/328231197384191/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/449590578522915/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/azkkm/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/namazguzumunnuru/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/161112294450885/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/namazvedualar/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/1724977594466338/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- https://www.facebook.com/groups/199927430506703/?ref=br_rs. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/groups/204546946349094/>. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/Namaz-M%C3%BCminin-Mirac%C4%B1d-C4%B1r-566162233499080/>. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/groups/1491892294473672/>. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/groups/1099857393397721/>. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/groups/131395196897955/>. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/groups/sabahnamaz/>. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/groups/143345322696434/>. Erişim: 8 Haziran 2020.
- <https://www.facebook.com/groups/307132159497043/>. Erişim: 8 Haziran 2020.