


Sanayi Devrimi'nden Endüstri 4.0'a: Dijitalleşme ve Dijital Dünyada Dinin Statüsü

Araştırma
Research


İhsan Çapcıoğlu

Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Sosyolojisi Anabilim Dalı
Prof. Dr., Ankara University, Faculty of Divinity, Department of Sociology of
Religion
Ankara, Turkey

✉ ihsancapcioglu@yahoo.com  <https://orcid.org/0000-0003-4796-5232>


Hilal Anık

Arş. Gör. Hilal Anık, Ordu Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Bilimleri Anabilim
Dalı
Res. Assist., Hilal Anık, Ordu University, Faculty of Divinity, Department of
Religious Sciences
Ordu, Turkey

✉ hilalanik@odu.edu.tr  <https://orcid.org/0000-0003-3945-8580>

Yazarlar
Authors

Çapcıoğlu, İhsan; Anık, Hilal. "Sanayi Devrimi'nden Endüstri 4.0'a: Dijitalleşme ve
Dijital Dünyada Dinin Statüsü". *Tevilat* 2/1 (2021), 27-43.

 <https://doi.org/10.53352/tevilat.976763>

Atıf
Cite as

Received / Geliş Tarihi: 2021-07-30 ISSN: 2687-4849 e-ISSN: 2757-654X
Accepted / Kabul Tarihi: 2021-10-21 www.tevilat.com
Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.

Bilgi
Info

Sanayi Devrimi'nden Endüstri 4.0'a: Dijitalleşme ve Dijital Dünyada Dinin Statüsü

Sanayi devrimiyle birlikte başlayan ve hızı artarak devam eden teknolojik gelişmeler, bilgi üretimi, bilginin yaygınlaşması, kültür üretimi, üretilen bu yeni kültürlerin küresel ölçekte etki alanı oluşturması, sanayi ve üretim sisteminde farklılaşma yaşanması gibi hayatın her alanında etkili olmuştur. İçinde bulunduğumuz bu çağ, dijitalleşme çağı olarak nitelenmektedir. Nesnelerin interneti, yapay zekâ, veri madenciliği, artırılmış gerçeklik gibi kavramlar dijital çağın ürünleri olarak ortaya çıkmış; dijitalleşen dünyada gücü elde etmek veri üretimi ve üretilen verilere sahip olmakla eşdeğer kabul edildiği için devletlerin ve özel şirketlerin gündemini oldukça meşgul eden birer rekabet alanına dönüşmüştür. Dijitalleşme ekseninde yaşanan toplumsal değişim, ekonomik, politik, kültürel ve dinsel alanlar başta olmak üzere toplumsal sistemin bütününde yeni bir dönemin başlangıcına zemin hazırlamıştır. Bu değişimler, hem kolektif düşünce ve yaşam pratiklerinde hem de bireysel alanda yeni yaşam dinamikleri geliştirilmesi noktasında etkili olmuştur. Literatür taraması yöntemiyle hazırlanan bu çalışmada da dijital çağın ürünlerinin dinin anlaşılma biçimleri ve gerek bireysel gerekse toplumsal alanda dini yaşam pratikleri üzerindeki etkisinin ne olduğu ve ne gibi değişimleri beraberinde getirdiği sorularına cevap aranmıştır. Dijital din, siber din, online religion gibi ifadeler çerçevesinde dijital çağda din ve dini yaşam konusuna ilişkin mevcut durum analiz edilmiştir. Çalışmanın dijitalleşmeyle birlikte karşımıza çıkan büyük veri, infobezite, medya vaizliği gibi kavramları din ile ilişkileri bağlamında değerlendirmesiyle alana katkı sunacağı düşünülmektedir. Çalışma, dijitalleşme ve dini yaşam konusunu sanayi devrimi ve küreselleşme kavramları ile ilişkilendirerek ele alması bakımından da önem taşımaktadır.

Özet

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Sanayi Devrimi, Dijitalleşme, Dijital Din, Büyük Veri, Infobezite, Endüstri 4.0, Medya Vaizliği.

From the Industrial Revolution to Industry 4.0: Digitalization and the Status of Religion in the Digital World

Technological developments which got started with the industrial revolution and increasingly go on have been effective in all areas of life such as knowledge generation, dissemination of knowledge, the production of culture, global influences of the new culture, and the differentiation in the industry and production system. The age we live in is named 'the age of digitalization'. The concepts such as internet of things, artificial intelligence, data mining, and augmented reality has appeared as the products of the digital age; since the having power in the digitalized world based upon producing data and having the data produced, it has changed into a competitive area for states and companies. The social change experienced in the axis of digitalization has provided a basis for the beginning of a new period in the whole social system, especially in the economic, political, cultural and religious areas. These changes have been influential in the development of new lifestyles both in collective thought and life practices and the individual spaces. In this study, which is prepared with the method of literature review, the responses for the questions such as 'what kind of effects do the products of the digital age have on how religion is understood and religious life practices both in the individual and social field?', 'what kind of alterations does the digital age bring?'. Within the scope of concepts such as digital religion and online religion, the current situation regarding religion and religious life in the digital age has been analyzed. It is thought that the study will be a good contribution to the field by discussing concepts like big data, infobesity, televangelism in the context of their relations with religion. Since it addresses the issue of digitalization and religious life by associating it with the terms of industrial revolution and globalization, it has an important place within the field studies.

Abstract

Keywords: Sociology of Religion, Industry Revolution, Digitalization, Digital Religion, Big Data, Infobesity, Industry 4.0, Televangelism.

Giriş

Teknolojik gelişmelerde kaydedilen ivme neticesinde dijital bir dönüşümün yaşandığı yadsınamaz bir gerçekliktir. Toplumsal hayatın hemen her alanına nüfuz eden teknoloji ve beraberinde getirdiği yardımcı araçlar, toplumsal yapıyı oluşturan kurumlarla sürekli etkileşim halindedir. Çok boyutlu bir araştırma alanına işaret eden bu etkileşimin kapsamı ve boyutları ise her geçen gün genişlemeye devam etmektedir. Teknolojik gelişmelerin uzamı, toplumsal yapının bileşenlerinin çokluğu ölçüsünde genişlemekte ve her biri ayrı ayrı incelemeye değer nitelikler kazanmaktadır. Bu çalışma da söz konusu kurumların tamamını inceleme imkânı bulunmadığından, temel toplumsal kurumlardan olan din ile teknolojik gelişmeler sonucunda kavramsallaştırılan dijitalleşme arasındaki etkileşimi literatür taraması yöntemini kullanarak ele alacaktır. Dijitalleşmenin özellikle medya vaizliği, dini otorite ve dini bilginin otantikliği bağlamında infobezite gibi hususlar üzerinden dini anlama ve yaşama biçimine etkileri yapay zekâ, büyük veri ve küreselleşme gibi kavramlarla ilişkili olarak ele alınacaktır.

İnternet tabanlı dijital teknolojilerin günümüzdeki hâkimiyeti bir anda ortaya çıkmış değildir. Tekno-bilişimsel dönüşümün kökleri çok daha eski tarihlere kadar uzanmaktadır. Sanayi Devrimi'yle birlikte gerçekleştirilen teknolojik atılımların sonucunun bugün "dijitalleşme" ve "dijital çağ" olarak karşımıza çıktığını; bu gelişmenin bireysel ve toplumsal hayata yön verdiğini söylemek mümkündür. Başka bir ifadeyle dijitalleşme, başlangıcını Sanayi Devrimi'ne dayandırabileceğimiz bir sürece işaret etmektedir. Bugünkü gelişmeleri daha iyi anlayabilmek için sürecin başından itibaren kat edilen aşamaları göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Teknolojik yeniliklerle birlikte hayatımıza giren nesnelerin interneti, artırılmış gerçeklik, yapay zekâ ve büyük veri, tüm bunların sonucunda tartıştığımız "dijital çağ" ya da "dijitalleşme" süreçleri birbiriyle yakından ilişkili konulardır. Bu nedenle teknolojik ilerlemelerin gelişimsel seyrini görebilmek ve dijitalleşmenin toplumsal ve dini hayata etkisini anlayabilmek bakımından bahsi geçen konulardan da söz edilmelidir.

1. Sanayi Devrim(ler)i

Bir toplumsal değişimin devrim olarak nitelenebilmesi için belirli özellikleri haiz olması gerekir. Bütün değişimler ya da değişime yönelik adımlar devrim olarak kabul edilemezler. Öncelikle var olması beklenen ve bu çalışmada da altı çizilen nitelik, mevcut toplumsal düzenin köklü şekilde değiştirilmesi (Tekin, 2019, s. 141) amacının taşınıp taşınmadığıdır. Devrim, daha çok siyasal anlamda kullanılıyor olsa da (Marshall, 1999, s. 354) sosyal ve kültürel alanlarda neden olduğu köklü değişimler bakımından sosyolojik bir olgudur. Dolayısıyla sebep olduğu yapı bozumu ve sosyal dinamiklerdeki değişim, devrimleri etki alanlarına göre farklı alt disiplinler çerçevesinde de olsa toplumbilim penceresinden tartışmayı önemli hale getirmektedir.

Tarihin akışı içerisinde ekonomik, sosyolojik, politik boyutları ile çeşitli devrim örnekleri kayda geçmiştir. Bilgisayar devrimi ve moda devrimi (Marshall,

1999, s. 354) gibi devrimlerin yanı sıra dünya tarihine yön veren, makro ölçekli etkiye sahip, küresel sistemin inşasında etken olan ve günümüzde toplumsal sistemlerde meydana gelen dönüşümlere kaynaklık eden “Sanayi Devrimi” gibi devrimler de yaşanmıştır.

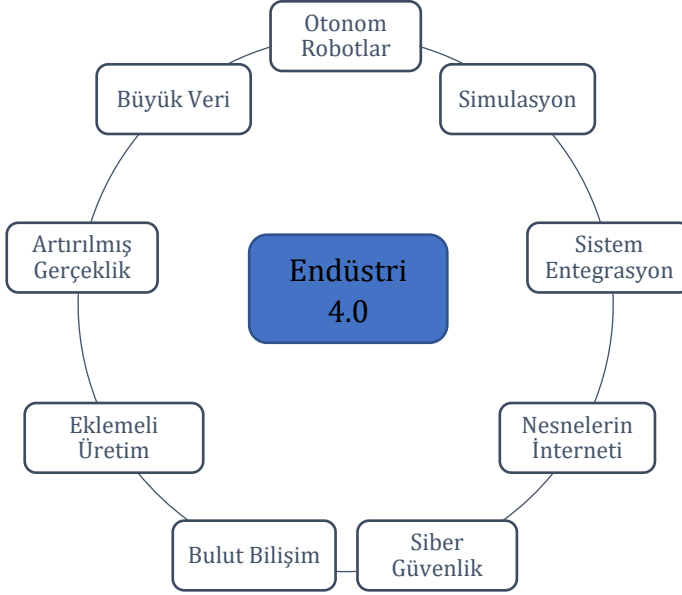
Sanayi Devrimi, Britanya’da 18. yüzyılın ikinci yarısından 19. yüzyılın ilk yarısına kadar uzanan dönemde gerçekleşen hızlı toplumsal, ekonomik, demografik ve teknolojik değişiklikleri anlatmak üzere kullanılan bir nitelemedir (Marshall, 1999, s. 632). Sanayi Devrimi ile genellikle İngiltere özdeşleştirilmekte (Küçükkalay, 1997, s. 55) ve Britanya’da tarım toplumundan ve kırsal yaşamdan sanayi toplumuna ve kent yaşamına geçiş süreci akla gelmektedir. İngiltere, 18. yüzyılın ikinci yarısında “dünyanın atölyesi” (Feyzioğlu, 2019, s. 2) olarak nitelense de sonraki dönemlerde Amerika’da ve diğer Avrupa ülkelerinde de endüstrileşmenin etkileri hızlı bir şekilde kendini göstermiştir.

İngiltere’de 18. yüzyılda büyük oranda pamuk sanayisine dayalı bir işleyiş hâkimdi. Pamuğun ipliğe dönüştürülmesinden tekstil ürünü olarak pazarlanmasına kadar el emeğine dayalı olan üretim sistemi yerini, “1760’larda üretilen ‘Jenny iplik tezgâhı’, bir eğircinin eğirme işini makaralar ve iğler yardımıyla yapmasını sağlayan 1768’lerin ‘su tezgâhı’ ve bu ikisinin birleştirilmesiyle oluşturulan ve kısa süre sonra buhar gücüyle de çalıştırılmaya başlanan 1780’lerin ‘katır’ı” (Hobsbawm, 2003, s. 54-55) ile birlikte sanayileşme ve seri üretime bırakmaya başlamıştır. 18. yüzyılın ikinci yarısında başlayan Sanayi Devrimi’yle birlikte buhar gücünden yararlanan üretim araçları keşfedilmiş ve yayılmaya başlamıştır (Feyzioğlu, 2019, s. 4).

Tarihe açılan yeni bir sayfa olarak nitelenebilecek bir gelişme olan Sanayi Devrimi, yalnızca 18. ve 19. yüzyıllarla sınırlı kalmamıştır. Tarihin ilerleyen dönemlerinde, kimya sanayi, elektrik ve petrole dayalı motor endüstrisinde yaşanan gelişmelerle devrim niteliğinde ikinci, üçüncü ve dördüncü sanayi devrimi olarak adlandırılan yeni dalgalar oluşmuştur (Küçükkalay, 1997). İkinci sanayi devriminde, elektrik kullanımına yönelik gelişmeler yaşanmış; elektriğin sağladığı destek, üretim sektöründe hız kazanılmasına ve seri üretime geçilmesine imkân tanımıştır (Schwab, 2016, s. 11). Yine Ford’un otomotiv sektöründe toplu üretimi, telgraf kullanımı ve havacılık sektöründeki gelişmeler (Şirmemmedov, 2019, s. 4), kimya, demir-çelik, havacılık, ulaşım ve iletişim sektörlerinde kaydedilen ilerlemeler (Sözen & Mescioğlu, 2019, s. 8) bu dönemde dikkat çeken gelişmelerdir. Bu gelişmeler Üçüncü Sanayi Devrimi’nin de habercisi olmuştur.

1940’larda başlayan ve 21. yüzyılın ilk on yılına kadar devam eden üçüncü devrim sürecinde yaşanan gelişmeler, bu dönemin “bilgisayar devrimi, dijital devrim” gibi nitelemelerle anılmasına sebep olacak ölçüde ekseriyetle bilgisayar temelli yeniliklerdir. Schwab’ın ifadesiyle bu yenilikler, “yarı iletkenlerin, ana bilgisayarların (1960’lar), kişisel bilgisayarların (1970’ler, 1980’ler) ve internetin (1990’lar) katalizörlüğünde geliştiği için genellikle bilgisayar devrimi ya da dijital devrim olarak adlandırılmıştır” (Schwab, 2016, s. 11). Üçüncü sanayi devrimiyle birlikte dijitalleşme adına atılan adımlar, bugün tecrübe ettiğimiz dijital dünyanın da temellerini inşa etmiştir.

Endüstri 4.0 olarak adlandırılan dördüncü devrim, üçüncü sanayi devriminin teknoloji odaklı yenilikleri ekseninde daha ileriye dönük adımların atıldığı bir gelişme olmuştur ve günümüzde de yaşanmaya devam etmektedir. Endüstri 4.0 ifadesi, ilk olarak, 2011'de Hannover Fuarı'nda kullanılmış ve sadece otomasyon sistemlerindeki gelişmelere değil, bu gelişmelerin içerdiği karar alma ve akıllı gözlem süreçlerine de işaret eden bir anlam sistemini ifade etmiştir (Sözen & Mescioğlu, 2019, s. 295).



Şekil 1: <https://www.endustri40.com/endustri-tarihine-kisa-bir-yolculuk/> kaynağından uyarlanmıştır.

Endüstri 4.0, bilişim sistemleri çerçevesinde gerçekleştirilen atılımlar ve yenilikçi dünya anlayışı ile geliştirilen ürünlerin bütününe işaret eden bir kavramdır. Siber fiziksel sistemler, nesnelerin interneti, yapay zekâ, büyük veri ve dijitalleşme gibi kavramlar bu dönemde ortaya çıkmış, terminolojik olarak anlam ifade etmeye başlamış ve pek çok disiplin için farklı pencerelerden ve farklı boyutlarıyla incelemeye değer birer araştırma konusu olmuştur.

2. Endüstri 4.0: Dijital Örüntüler ve Din

Endüstri 4.0, sanayi devriminin dördüncü evresini temsil etmekte ve günümüzde halen yaşanmakta olan dönemi ifade etmektedir. Endüstri 4.0 için çeşitli ve kapsamlı birçok tanım yapılmış olmakla birlikte en genel anlamıyla o; “yapay zekâ, üç boyutlu yazıcılar, robotik, biyoteknoloji, nanoteknoloji ve uzay teknolojisi alanlarındaki gelişmelerle birlikte belirli bir ekonomik değere sahip canlı-cansız her nesnenin internet bağlantılarıyla diğer nesnelerle iletişime ve etkileşime geçebileceği akıllı üretim dönemi olarak tanımlanmaktadır” (Schwab’dan akt. Özen, 2019, s. 2). Başka bir ifadeyle Endüstri 4.0; genetik,

nanoteknoloji, yenilenebilir enerji kaynaklarının üretim ve yönetimi gibi çok farklı alanların internet bağlantıları sayesinde ortak paydalarda buluşmasına ve iç içe geçmesine zemin hazırlayan bir dönüşüm süreci olması ve bu dönüşümün dijital, fiziksel ve bilişsel alanların her birinde eş zamanlı seyrediyor olması (Schwab, 2016, s. 12) ile diğer üç devrimden ayrılmaktadır.

Endüstri 4.0'la birlikte gündeme gelen yapay zekâ teknolojileri ve akıllı sistemler, en güncel ve en çok tartışılan gelişmeler olmuştur. *Nesnelerin interneti, büyük veri, infobezite, yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik* gibi tanımlamalar bu dönemde hayatımıza giren ve birbirleriyle yakından ilişkili olan kavramlardır. Bu bağlamda, dijitalleşme sürecinin beraberinde getirdiği bu kavramlara açıklık getirmek konunun daha iyi anlaşılabilmesi ve toplumsal ve dini hayatla ilişkisinin doğru şekilde kurulabilmesi için gerekli görülmektedir.

Nesnelerin interneti, kablolu veya kablosuz olarak birbirleriyle iletişime girebilen/etkileşim kurabilen aygıtların veri üretimi sürecindeki işlevini vurgular (Patel & Keyur, 2016, s. 6122). Başlangıçta cep telefonu ve kişisel bilgisayar kullanımıyla birlikte bireysel yaşam alanına nüfuz eden teknoloji, ilerleyen yıllarda kazandığı “akıllı” niteliğiyle birlikte hayatın her alanında hâkim bir konuma erişmiş, bireyler ve toplumlar ona uyum sağladığı ölçüde de yaşamlarının birçok alanında vazgeçilmez bir ihtiyaç halini almıştır. Günümüzde 7,83 milyar olan dünya nüfusunun 5,22 milyarı (%66,6) cep telefonu kullanıcısı, 4,66 milyarı (%59,5) internet kullanıcısı, 4,20 milyarı (%53,6) ise sosyal medya kullanıcısıdır. Bu oranlar her yıl artış göstermektedir (We Are Social, 2021). Şu hâlde bu sayılar neyi ifade etmektedir? İnternet yalnızca insanların kullanımına sunulmuş bir tüketim nesnesi midir? Bunun ötesinde bir işlevi var mıdır?

İnternet erişiminin hangi aygıttan sağlandığı fark etmeksizin tarayıcılardan yapılan aramalardan sosyal medyadaki beğenilere, çevrimiçi alışveriş sitelerindeki ziyaretlerden izlenen videolara, bütün bu tıklamalar arasında geçirilen süreye kadar dijital platformlarda atılan her bir adım, tüketim nesnesi olmanın ötesinde birer veri üretimi işidir. Bunların yanı sıra internet tarayıcıları fiilen kullanılıyor olmasalar da internete bağlı olduğu sürece atılan adımlardan nabız takibine, yüz tanımadan parmak izine kadar birçok veriyi depolamakta ve böylece veri üretimi kesintisiz devam etmektedir. Dolayısıyla, teknolojik ürünler yalnızca tüketim nesneleri değildir; onlar aynı zamanda sürekli veri üreten birer makine gibi işlemektedir. Çünkü “araçlar asla sadece araç olarak kalmamıştır” (Şahin & Çapcıoğlu, 2021, s. 686).

Teknolojik cihazlar, internet aracılığıyla birbirine bağlanıp veri paylaşımı yapmanın yanı sıra, birtakım algılayıcılar ve sensörler aracılığı ile de bilgi üretilebilmektedir. Nesnelerin interneti olarak ifade edilen bu durum (Özen, 2019, s. 106), büyük verinin oluşumunda da en etkili unsurlardan biridir. Çünkü internet, sadece bir bilgisayar ağı değil, her tür ve büyüklükteki cihaz, araç, akıllı telefon, ev aleti, oyuncak, kamera, tıbbi aletler, endüstriyel sistemler, hayvanlar, insanlar ve binalar gibi tüm varlıkların bağlantılı, iletişim halinde ve bilgi paylaşımı/aktarımı içerisinde olduğu bir ağıdır (Patel & Keyur, 2016, s. 6122). Bu ağı ifade eden kapsamlı bir niteleme olarak nesnelerin interneti, yaşam standartlarında iyileşme, güvenlik, hizmet maliyetinin azalması, yeni iş imkânlarının ortaya çıkışına zemin hazırlaması gibi konularda olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilirken; mahremiyetin korunmasındaki geriye

gidiş, karmaşa ve kontrolün yitimi gibi hususlarda ise olumsuz bir etkiye sahiptir (Banger'den akt. Sözen & Mescioğlu, 2019, s. 298).

İnternet tabanlı etkileşim ağı içerisinde çağrı merkezi kayıtlarından sağlık sektörüne ve biyolojik araştırma verilerine kadar bütün verilerin kaydının alınması ile *büyük veri* olarak adlandırılan veri denizi oluşmaktadır. Bu verileri; yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ya da yapılandırılmamış şeklinde tasnif etmek mümkündür. Yapılandırılmış veri excel dosyası gibi sistematik veri birimlerini ifade ederken; yapılandırılmamış veri, ses kaydı, video ve sosyal medya verilerine işaret etmektedir (Şahin, 2019, s. 43-44). Her gün yalnızca Google'da 24 petabayt veri işlenmektedir. Bunların çok az bir kısmı klasik satır ve sütun sistemine işlenmiş verilerden oluşmaktadır (Davenport, 2012, s. 22). Verinin nasıl üretildiğinden çok, depolanması ve depolanan verinin analiz edilip bilgiye dönüştürülmesi, bu süreci çok daha anlamlı hale getirecek olan adımları ifade etmektedir. Veri yığınları, bilgiye dönüştürülebildiği takdirde gerek şirketler gerekse devletler açısından işlevsel hale gelmektedir. Çoğunluğu yapılandırılmamış ya da yarı yapılandırılmış nitelikteki veriler, analiz edilmeye uygun formatlarda veri ambarlarında depolanmaktadır (Eravcı, 2020, s. 93). *Veri madenciliği* olarak da ifade edilen “devasa boyuttaki verilerin yapay zekâ, makine öğrenmesi gibi analiz yöntemleriyle anlamlandırılması” (Eravcı, 2020, s. 93) sayesinde bu yığınlar içgörüyü dönüştürülmekte ve kullanılabilir bilgiler şeklinde işlevsellik kazanmaktadır. Toplumsal yapı, işleyiş ve değerler bu verilerin anlamlandırılması sürecinde değişime uğramakta ve hatta yeniden üretilmektedir. Bu süreçte toplumsal ve gündelik yaşam pratikleri dönüşürken dini yaşam ve değerlerin de bu etkiden uzak kalması düşünülemez (Şahin & Çapcıoğlu, 2021, s. 686).

Büyük veri olarak adlandırılan veri denizinin oluşumunda gündelik hayat akışındaki internet kullanımı etkindir. Sosyal medya, arama motorlarından erişilen her türlü bilgi, e-kitap/dergi/makaleler, bloglar, vloglar ve akıllı telefonların sunduğu uygulamalardan her biri hem sürekli veri üretmekte hem de kullanıcıları sınırsız bilgi akışına maruz bırakmaktadır (Ersöz & Kahraman, 2020, s. 433-436). Bu akış içerisinde alıcı (internet kullanıcısı), kapasitesinin üzerinde bir bilgi yığınıyla karşılaşmakta ve bu bilgiler arasında işlevsel olanın ayrımını yapmakta zorlanmaktadır. Bu durum, literatürde Alvin Toffler'in kavramsallaştırmasıyla *information overload* (IO) (İşliyen, 2020, s. 256-257) ya da *infobezite* ve *information anxiety* gibi kavramlarla ifade edilmiştir. *Information overload* (aşırı bilgi yüklemesi) kısaca “yalnızca sınırlı bir işleme yeteneği ile çok fazla bilgiye sahip olmak” (Sadıku, Shadare & Musa, 2016) şeklinde tanımlanabilir. Bu durum, bilgi akışının alıcının etkin bir şekilde kontrol edilebileceği kapasitenin üzerinde gerçekleştiği zamanlarda ortaya çıkmaktadır. Janet Fox bu kontrol dışına çıkma halini “verilerin çoğalmasından dolayı ne yapacağımızın bilgisi arasındaki boşlukta kalmak” olarak açıklamaktadır (Hartog, 2017, s. 46). Mevcut bilgi akışından gerekli, doğru ve optimum çıkarımı yapmakta zorlanan bireyin gerek ruhsal gerekse bedensel birtakım olumsuzluklar yaşayacağı düşünülmektedir (Ersöz & Kahraman, 2020, s. 442).

Yapay zekâ teknolojisinde meydana gelen gelişmelerle birlikte konuşulmaya başlanan kavramlardan biri de *artırılmış gerçeklik*dir. “İleri teknoloji kullanılarak cihazlara grafik, ses ve diğer duyuşal geliştiricilerin

eklenmesi” (Özen, 2019, s. 107) olarak tanımlanan artırılmış gerçeklikle birlikte ses, video gibi birtakım veriler dijital ortamda işlenip insan duyusuna ve duygusuna hitap edecek çıktılar olarak yeni bir ortam oluşturmaktadır. Bu ortam, mekân ortaklığı olmayan bireylerin aynı ortamı paylaşıyor hissini yaşamalarına imkân sunabilen bir alan olarak tasarlanmaktadır. Bu çerçevede dinin ve dinî hayatın geleceği bakımından artırılmış gerçekliğin göz ardı edilemeyecek bir etki alanına sahip olacağı söylenebilir. Çünkü dini yaşam, bireysel olduğu kadar toplumsal yönü de bulunan bir alandır. Gerçeklik algılarının değişime uğradığı, zaman ve mekân algısının ise boyut değiştirdiği bir dünyada fiilen bir arada bulunmanın, paylaşımın, toplu ibadetlerin vb. önemine vurgu yapan inanç sistemlerinin de bu değişimden etkilenmesi kaçınılmaz görünmektedir (Şahin & Çapcıoğlu, 2021, s. 686). Activeworlds, Secondlife gibi 3D sanal platformlarla birlikte sanal hac ziyaretleri, sanal kiliselerde yapılan ayinler gibi artırılmış gerçekliğin nüveleri olarak nitelendirilebilecek olan dini faaliyetler gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Haberli, 2020, s. 890). Teknolojik ilerlemelerle birlikte bu uygulamaların küresel ölçekte daha farklı boyutlar kazanması kaçınılmaz görünmektedir.

3. Dijitalleşme: Küresel Ağ Toplumu ve Din

Dijitalleşen dünyanın hızlı ilerleyişine uyum sağlamak ve dünya genelinde büyük bir pazar oluşturan teknolojik gelişmelerin dışında kalmamak, devletler nezdinde de bir gereklilik olarak kabul görmektedir. Bu çerçevede dijital dönüşüme yönelik adımlar atılmakta, e-devlet uygulaması gibi yapay zekâ destekli projeler üretilmekte, bu projelerin ürünleri devlet sistemindeki işleyişi kolaylaştırmakta ve sunulan hizmetler gerek ekonomik gerekse ulaşılabilirlik ve zaman tasarrufu bakımından avantajlı birer araç olarak kullanılmaktadır. Bunların yanı sıra veri ambarlarında depolanan ve yapay zekâ teknolojileri ile analiz edilerek geliştirilen bilgiler, “kişilerin tüketim alışkanlıklarının, beklentilerinin doğru tahmin edilmesi, anlık üretilen veriler ile risklerin yeniden hesaplanarak kişilere doğru azaltım seçeneklerinin oluşturulması ya da yanlış/hatalı seçim ya da yaklaşımların engellenmesi” (Eravcı, 2020, s. 91) imkânlarını sunması bakımından önem taşımaktadır.

Dijital ağların bu ölçüde geniş olduğu, nesnelere interneti ile aygıtlar arası bilgi üretiminin gerçekleştirildiği ve veri üretiminin her an devam ettiği günümüzde, bu verilere sahip olmak ve gerek ekonomiye dayalı yatırımlarda gerekse politik, toplumsal vb. alanlarda bunları kullanmak adına sürdürülen rekabette öncü olan lider ülkeler bulunmaktadır. Bu ülkeler kamu dijital dönüşüm lideri vasfıyla gelişmelere yön verecek projeler üretmektedir (Çapcıoğlu & Anık, 2021). Bu projelerin geliştirilmesindeki motivasyonlar çoğunlukla ekonomik temelli olmakla birlikte, elde edilen ekonomik hâkimiyetin sağlayacağı küresel kültüre yön verme gücü de dünya pazarındaki etkililiği sürdürebilme bakımından önemlidir.

Küreselleşme, sosyolojik boyutları tartışılan ve üzerine çeşitli araştırmalar yapılan bir olgu olsa da dijitalleşen çağda hayatın her alanında varlığını yeniden fark ettiren bir teoriye dönüşmüştür. David Harvey’in “zaman-mekân sıkışması” olarak tanımladığı küreselleşme, teknolojik gelişmeler ekseninde dijitalleşmeyle

birlikte hız kazanmış ve zaman-mekân farkı giderek erimeye başlamıştır. Janmohamed'in ifadesiyle internet ağıyla birbirine bağlanan dünya, zaman ve mekân ayrımının ortadan kalktığı bir '*İnternet Ülkesi (Dârü'l İnternet)*'ne dönüşmektedir (Janmohamed, 2018, s. 107). Günümüz yaşam biçimleri özelinde düşünüldüğünde oldukça sıradan görülen bu gelişme, uzun vadede makro ölçekli değişimleri beraberinde getirebilecektir. İnsanlar arasında toplumsal araçlarla aktarılan kültür (Marshall, 1999, s. 442; Çapcıoğlu, 2017), küresel ölçekte varlık gösteren etkileşim ağı ile başka kültürlerle karşılaşmakta, kültürleşme veya kültürlenme süreçleri ile farklılaşmaktadır. Başka bir ifadeyle, ağ toplumunun yeni bir kültür ve özelde de yeni bir dini kültür inşa etmesi dijitalleşmenin kuvvetle muhtemel sonuçlarından biridir.

Ağ toplumu insani deneyimde de niteliksel bir değişimi temsil eder (Castells, 2003). Dijitalleşme, yalnızca nesnelere değil bizatihi insanı da dönüştürme potansiyeline sahiptir. Böylelikle insan, dijitalleşmenin hem aktörü hem nesnesi konumundadır ve yine insan kendi üretimi olan teknolojinin ve beraberinde getirdiklerinin gerisinde kalmış, kendi ürününün nesnesi olmuştur (Ünal, 2019, s. 631). Öyle ki birey, dijital platformlarda varlık gösterdiği sürece sosyal varlığını yaşamakta, aksi halde toplumsal gündeme entegre olmakta bile zorluk çekecek boyutta yalnızlaşmaktadır. Dijitalleşen dünyada ağ toplumunun bir parçası olmanın kaçınılmazlığının yanı sıra, bu sistemin götürülerinin de olabileceğine dikkat çeken Castells, konuya ilişkin şu ifadeleri kullanmaktadır (Castells, 2003, s. 499-500):

Çoğul iletişim biçimlerinin dijitalleşmiş, ağlar oluşturmuş bütünlüğüne dayalı yeni iletişim sisteminin temel özelliği, bütün kültürel ifadeleri kapsamı ve aktarmasıdır... Bu bütünleşmiş sistemde var olması, mesajın iletilmesini ve sosyalleşmesini sağlar. Diğer bütün mesajlar bireysel tahayyüle ya da giderek daha da marjinalleşen yüz yüze iletişim kuran alt kültürlerle indirgenir. Toplumun bakış açısından elektroniğe dayalı (tipografik, görsel-işitsel ya da bilgisayar aracılığıyla), iletişimidir. Ancak bu kültürel ifadelerin aynılaştığı, kodlara tümüyle merkezi konumdaki birkaç göndericinin hâkim olduğu anlamına gelmez. Yeni iletişim sistemi tam da farklılıkları barındırması, çok biçimliliği ve çok yönlülüğü sayesinde bütün ifade biçimlerini kapsayabilen, bütünleştirebilen bir sistemdir. Ancak sisteme dâhil olmak için ödenmesi gereken bedel, mantığına, diline, giriş noktalarına, şifrelemesine ve şifre çözümüne uyarlanmaktadır.

Gündelik hayattaki sembollerin ve simgelerin yerini almaya niyetli ve muktedir görünen dijital platformların çeşitli sembolleri, toplumsal hayatın her alanında kendine yer bulma potansiyeline sahiptir. Dinî inanç ve kaynağını dinden alan pratikler de dijital gerçekliğin etki alanları arasındadır.

4. Siber Din: Dijitalleşen Dini Yaşam

1990'larda 'siber din' kavramı dijital gerçeklik alanına nüfuz eden dini olguları ifade etmek için kullanılmıştır. Bu metaforik kullanımda dinin geleneksel kısıtlamalardan ve kalıplardan bağımsız bir biçimde, ekranın arkasında yeniden tasavvur edilebilmesi mümkün olmuştur. İlerleyen dönemlerde 'siber din'e

yönelik yaklaşımlar ve tanımlamalar çeşitlilik kazanmıştır. Sözelimi Dawson 'siber din'i "sadece siber uzamda var olan dini organizasyonlar ve gruplar" (Dawson'dan akt. Campbell, 2013, s. 2) olarak tanımlarken; Brasher, "siber ortamda dini organizasyon ve dini faaliyetlerin varlığı" ve sonrasında "yeni ve elektronik temelli dini uygulama ve fikirlerin kademeli olarak ortaya çıkışı" (Brasher'dan akt. Campbell, 2013, s. 2) şeklinde çerçevlendirmiştir. Ancak 'siber din'in kapsamının belirsizliği, daha sonra Helland tarafından 'online religion' ve 'religion online' kavramları arasında yapılan ayrıma zemin oluşturmuştur. Bu ayrımda, "internetin dini kullanımı, çevrimdışı kaynak ve uygulamalara dayalı bilgi ve ritüeller temelinde mi yoksa online din uygulamaları temelinde mi şekillenir?" sorusu çıkış noktası olmuştur. Bu iki kullanım arasında 'religion online'da kaynaktan alıcıya mesaj taşıma işlevine vurgu yapılırken; 'online religion'da dini paylaşım, katılım ve üretim faaliyetlerine yer verilmektedir (Bahadur & Çapcıoğlu, 2021, s. 380-385). Bununla birlikte teknolojik ilerlemeler neticesinde ve toplumsal değişim süreci içerisinde bu kavramsallaştırmayla yapılan ayırım anlamını yitirmeye başlamıştır. Kavramların geliştiricisi olan Helland da söz konusu ayırımın geçerliliğini yitirdiğini ve kavramlar arası farklılığın belirsizleştiğini ifade etmiştir (Campbell, 2013, s. 2-3). Bugün kullanılan dijital din kavramı da bu belirsizliğe alternatif olarak ortaya atılan daha güncel bir tanımlama olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijitalleşen dünyanın, dini anlayış ve yaşayış üzerindeki etkisinin daha anlaşılır olması bakımından öncelikle dijital din kavramsallaştırmasının neye işaret ettiği konusuna açıklık getirmek gerekmektedir. Dijital din "dijital medya ve kültür aracılığıyla oluşturulan yeni bir dindir" (Campbell, 2013, s. 3). Kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılan dini mesajların dijital bir nitelik kazanması, elektronik din ya da başka bir deyişle dijital din kavramını literatüre kazandırmıştır (Çapcıoğlu, 2021). Dijital din kavramının günümüzdeki önemini ve konumunu daha iyi kavramak için öncelikle sekülerleşme ve küreselleşmenin dinle olan ilişkisini kısaca hatırlamak gerekir. Klasik sekülerleşme teorilerine göre aklın hâkimiyetinde olan ve dinin etki alanından kurtulan bir toplum inşası, modern toplum için gerekli ve kaçınılmazdır. Ancak bu yaklaşımın doğruluğu zamanla tartışılmaya başlanmıştır. Sekülerleşme tezinin savunucusu olan teorisyenlerden P. L. Berger de *The Desecularization of the World* başlıklı çalışmasında, klasik sekülerleşme kuramlarının geçerliliğini yitirdiğini, bunu söyleyebilmek için yeterli verinin bulunduğu, dinin toplumsal önem ve etkisinin iddia edildiği gibi yok olmadığını ifade etmiştir (Berger, 1999, s. 2-4). Yeni dini hareketlerin ortaya çıkışı ve yeni dindarlık tiplerinin varlığı bu kanaati güçlendirmiştir. Dijital din kavramsallaştırması, sekülerleşmenin dini ortadan kaldırmadığına bir işaret olduğu gibi dinin modern toplum yapısında kendisine yer açtığına dair de önemli bir göstergedir. Esasen burada dikkat çekilmesi gereken temel husus, dinin önemini yitirip yitirmediğinden ziyade gerek yaşantılar gerekse algılanış biçimleri bakımından maruz kaldığı değişimdir. Günümüzde bu değişimin en büyük etkenlerinden biri de teknolojik gelişmeler ve dijitalleşmedir (Çapcıoğlu, 2021, s. 72). Teknolojik gelişmelerin bir ürünü olan

ağ toplumunun¹ karakteristiğinin, eğitimden siyasete, aileden ekonomiye kadar toplumsal yapının bütün bileşenlerini etkilediği gibi dini anlayış ve yaşayış biçimlerini de etkisi altına aldığı bilinmektedir. Söz konusu gelişmelerin çıktılarını oluşturan araçlar halen yaygın biçimde kullanılmaktadır. Bu kapsamda telefon, bilgisayar, tablet, giyilebilir teknoloji ürünleri, ulaşım araçları ve daha birçok ürün dijital çağın beraberinde getirdiği ve toplumsal hayatın vazgeçilmezi olarak kabul edilen ürünlerdir. Bu ürünler arasındaki bağlantı internet aracılığıyla kurulmakta; her birine çoklu işlevsel nitelikler kazandırılmakta (Haberli, 2019, s. 308) ve böylece internet destekli medya ağı, dijital çağ olarak adlandırılan çağımızın merkezindeki konumunu daha da güçlendirmektedir. Bunun bir sonucu olarak tecrübe edilmekte olan 'dijital din'in örneklerini de dinin gerek düşünsel boyutunda gerekse pratikler ve ritüeller boyutunda görmek mümkündür.

Teknolojik gelişmelerle birlikte dijitalleşme ve dini yaşam etkileşimine ilişkin araştırmalarda ele alınan konular gelişmenin boyutuyla aynı oranda değişkenlik göstermiştir. Dijital din araştırmalarında başlangıçtan günümüze kadar geride bırakılmış dönemleri ifade eden dört dalgadan söz edilebilir. Son dalga olan ve günümüzdeki çalışmaları içine alan dördüncü dalgada, hem önceki çalışmalarda ele alınan kimlik, ritüel gibi konular tartışılmaya devam etmiş hem de güncel meselelere ilişkin yeni yaklaşımlar geliştirilmiştir (Haberli, 2020, s. 887-889). Dijital dünyada dinin yansımalarına ilişkin dinî bilginin otantikliği, dinî otorite, dinî ritüel, dinî topluluklar ve dinî kimlik olmak üzere beş kritik temaya dikkat çekilmektedir (Dereli, 2020, s. 92). Dijital din araştırmalarında sıklıkla rastlanan söz konusu temaların yanı sıra televanjelizm ya da medya vaizliği de dijitalleşme ile birlikte literatüre kazandırılmış olan ve dijitalleşme-din ilişkisi bağlamında karşımıza çıkan başlıklar arasındadır.

Kitle iletişim araçlarının kullanımı yaygınlık kazandıkça gelişen yeni durum toplumsal hayatın bütün alanlarında olduğu gibi dini alanda da birtakım yenilikleri beraberinde getirmiştir. Bu araçların, dini mesajların geniş kitlelere kolaylıkla ulaştırılması amacıyla kullanılmaya başlanması ilk olarak Hristiyanlığın bir kolu olarak bilinen Evanjelistlerin öncülüğünde gerçekleşmiştir (Çapcıoğlu, 2021). Kaynağından hareketle *televanjelizm* kavramıyla da ifade edilen *medya vaizliği* televizyon başta olmak üzere çeşitli kitle iletişim araçları vasıtasıyla dini bilginin yayılması ve misyonerlik faaliyetlerinde görünürlük kazanmasıdır. İlk olarak 1950'lerde Protestan Billy Graham, televizyonda yaptığı programlar aracılığıyla dine davet ve bağış toplama faaliyetleriyle tanınmıştır (Encyclopedia Britannica Online) ve televanjelizm kavramı bu tür dini faaliyetlere istinaden Hadden ve Swann tarafından *Prime Time Preachers: The Rising Power of Televangelism* başlıklı çalışmada kullanılmıştır. Cox, 30 yıl sonra dinin geleceğinde televanjelizmin yadsınmaz bir öneme sahip olacağını belirtmiştir (White & Assimeng, 2016, s. 2). Bugün küresel ölçekte yaşanan gelişmeler ve

¹ Ağ toplumu kavramı, temel sosyal yapıların ve faaliyetlerin elektronik olarak işlenmiş bilgi ağları etrafında düzenlendiği bir toplumu ifade eder. Bilgiyi işleyen ve yöneten mikro elektronik tabanlı teknolojileri kullanan sosyal ağlarla ilişkili bir yapıdır (bkz. <http://globetrotter.berkeley.edu/people/Castells/castells-con4.html> Manuel Castells Interview: Conversations with History; Institute of International Studies, UC Berkeley).

Tarık Ramazan, Yusuf el-Karadâvî gibi küresel etki uyandıran isimlerin yanında İhsan Şenocak, Mustafa İslamoğlu, Nurettin Yıldız gibi isimlerin varlığı, Cox'un bu iddialarının yersiz olmadığını ispatlar mahiyettedir. Medya vaizleri her ne kadar fetva makamı olarak görülmeseler de her bir vaizin iletişim araçları vasıtasıyla geniş kitlelere ulaşabilmesi, belirli bir dinî otoriteye tabiiyet ihtiyacını ortadan kaldırmıştır ve dinî otoritenin kimde olduğunu belirsizleştirmiştir (Dereli, 2020, s. 295). Muhammed Ali, *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia* başlıklı çalışmasında dinî otoritenin ortadan kalkmadığını ancak boyut değiştirdiğini belirtmektedir (akt. Janmohamed, 2018). Medya vaizleri çoğunlukla gündelik yaşamda karşılaşılabilecek sorunlara dikkat çekmekte; ahlaki, toplumsal ve inanca ilişkin meselelere değinmektedir. Esasen medya vaizleri, klasik anlamda 'fetva vermek' yerine toplumsal değişim, eğitim reformu, terör, şiddet, istismar ve kadının statüsü gibi konularda dikkat çekici mesajlar vermektedir (Çapcıoğlu, 2021, s. 76). Konu ve tartışma alanının çeşitliliği ile bunları tartışan isimlerin çokluğu, otoritenin daha geniş bir alana yayılması sonucunu doğurmuştur (Janmohamed, 2018, s. 210).

Kitle iletişim araçları, dijitalleşen çağda "modern dinî sosyalizasyon" araçları olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslan, 2016, s. 10). Medya vaizleri de sadece televizyonu değil, her türlü kitle iletişim aracını kullanmakta ve son yıllarda özellikle sosyal medya hesapları üzerinden mesajlarını takipçilerine ulaştırmaktadır. Facebook, Twitter, Youtube vb. dijital platformların küresel bütünleştiriciliği sayesinde vaizlerin ünleri coğrafi sınırları aşmakta ve böylece mesajların alıcıları olan takipçiler de tek bir otoritenin söylemlerine tabi olmaktan öte küresel bir çeşitliliğe erişme imkânı yakalamaktadır. Her ne kadar bu durum dinî bilginin otantikliği² sorununu beraberinde getiriyor olsa da (Dereli, 2019, s. 17) alıcıların birden fazla kaynağa (vaizlerin konuşmalarına) aynı erişim mesafesinde olmaktan, böylece çeşitliliği görme ve dinleme fırsatı bulmaktan memnuniyet duyduklarını ifade ettikleri bilgisi yapılan saha çalışmalarından elde edilen bir veri olarak literatürde yer almaktadır (Janmohamed, 2018, s. 103-118).

Dijital dünyanın iletişim araçları, dinî bilgiye erişim noktasında kolaylık sağlamış ve bunun sonucunda da ulaşılabilen bilgi havuzunun zenginliğini artırmıştır. Yukarıda büyük veri ile ilişkili olarak açıklanan *infobezite* kavramını bilgi havuzunun genişliği ve dinî bilginin otantikliği sorununa kaynaklık teşkil etmesi bakımından tekrar hatırlamak gerekmektedir. Aşırı bilgi yüklemesi anlamına gelen *infobezite* ile birey, günlük hayat akışında kaldırabileceğinden çok daha fazla bilgi aktarımına maruz kalmaktadır. Dijital platformların hizmet ettiği bu durum, dinî bilgi aktarımı konusunda da karşımıza çıkmakta ve aşırı bilgi yüklemesi sonucunda birey işine yarayan ve yaramayan bilgilerin ayrımını yapmakta zorlanmaktadır (Ersöz & Kahraman, 2020, s. 433).

² Otantiklik kavramı, bilginin gerçekliğinin veya doğruluğunun kalite düzeyine işaret etmektedir (bkz. Haberli, 2020, s. 891).

Bunların yanı sıra dijitalleşme, dijital ortamda varlık gösteren sanal topluluklar³ oluşturma ve bu topluluklar vasıtasıyla ortak ibadetlere katılma gibi imkânları da beraberinde getirmiştir. *E-ümmet* kavramıyla ifade edilen bu yeni durumda mesafe, dil ve kültür farklılıklarına rağmen dindaş/fikirdaş bireyler ve topluluklar arasında iletişim kurulabilmekte ve paylaşımlar yapılabilmektedir (Janmohamed, 2018, s. 106). Çoğunlukla sosyal medya vasıtasıyla bir araya gelen ve daha geniş kitlelere ulaşma imkânı bulan bu sanal toplulukların yayılması ve dijital platformları propaganda aracı olarak kullanarak faaliyet alanlarını genişletmesi de yine dijitalleşen toplumda dinî yaşamışın gözlenebilen yeni boyutlarına örnek olarak gösterilebilir. Bütün bu gelişmelerde internet ağlarının gelişmiş ve genişlemiş olmasının büyük paya sahip olduğu bilinmektedir. Öyle ki gelinen nokta, yukarıda da değinildiği gibi '*internet ülkesi (Dârü'l-İnternet)*' ve '*e-ümmet*' gibi kavramsallaştırmalarla ifade edilmeye çalışılmaktadır (Janmohamed, 2018, s. 106-107).

Dijital ortamda dua gönderme, 'âmin' anlamı taşıyan tek tıklı duaya iştirak etme, çevrimiçi dinî eğitim veren kurslara erişim, video yayınları ile kıraat çalışmaları, app'ler üzerinden hatim takibi, sanal hac ibadeti gibi dinî yaşama ilişkin birçok yenilik de dijitalleşmeyle birlikte inananların ve inançlara ilgi duyanların hizmetine sunulmuştur (Janmohamed, 2018). Bu makro ölçekli dijital yeniliklerin yanında bireyin dinî hayatını kolaylaştırmak adına hayatımıza girmiş olan birtakım yenilikler de bulunmaktadır. Sözgelimi, dinsel nesnelere alternatif olarak kullanılan dijital tespih (zikirmatik) gibi araçlardan cep telefonlarında kullanılan namaz vakti, kible tayini, hafızlık uygulaması, dinî içerikli e-kitaplar gibi uygulamalara kadar bir dizi yenilik, alışlagelmiş uygulamaları değiştiren adımlar olmuştur.

11 Mart 2020 tarihi itibarıyla hayatımıza giren Covid-19 pandemisinin de bahsi geçen dijital dinin ve dinî yaşamın hız kazanması ve yaygınlık göstermesi bakımından bir dönüm noktası olduğu söylenebilir. Uzun yıllara dayanan İslami geleneğin toplumsal örnekleri, sosyal izolasyonun yaşandığı pandemi döneminde sekteye uğrasa da dijital platformlarda birtakım çözümler üretilmiştir ve dahası bu çözümlerin bir kısmı kalıcı olacak gibi görünmektedir. Sözgelimi, Ramazan ayında camilerde okunan mukabele, bu dönemde müftülüklerin talimatı ile sosyal medya üzerinden takip edilmiş; bunun dışında, kurum çalışanlarının oluşturduğu özel gruplarla Zoom, Teams gibi uygulamalar aracılığıyla da benzeri programlar gerçekleştirilmiştir. Özellikle Ramazan ayında yaygınlaşan bu uygulamalara Ramazan sonrasında da devam edildiği anlaşılmaktadır. Nitekim Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde görev yapan din görevlileri, tebliğ ve irşat faaliyetleri kapsamında dijital platformları aktif şekilde kullanmakta ve bu hizmetler geniş kitlelere talep edilmeye devam etmektedir (Çapcıoğlu & Kaya, 2021, s. 120-125). Bu örnekler, online religion'ın yansımaları olmakla birlikte, esasında 'dijital din'in bizatihi kendisidir. Dijitalleşen dünyada dinin, teknolojik gelişmelerle birlikte, değişen statüsünün farklı ve yeni boyutlar kazanması ise kaçınılmaz görünmektedir.

³ Sanal topluluk, dijital ağlar aracılığıyla birbirleri ile yüz yüze görüşebilen ya da görüşemeyen ancak fikir alışverişinde bulunan bir grup insanı ifade eder (bkz. <https://www.britannica.com/topic/virtual-community>, Erişim Tarihi: 04.10.2021).

Sonuç

Küreselleşme; insanların ve toplumların dünyadaki gelişmelerden giderek daha çok haberdar olmaları, birbirlerinin tecrübelerinden etkilenmeleri, bunları paylaşıp yaymaları ile ortaya çıkan ve sonuçları hayatın her alanında halen izlenebilir olan bir süreci ifade etmektedir. Bu sürecin ortaya çıkardığı insanlık halleri paylaşıldıkça, nedenlerinin ve sonuçlarının daha iyi kavranması mümkün hale gelecek ve bundan sonra ortaya çıkması muhtemel eğilimler daha iyi anlaşılacaktır. Küreselleşmenin yayılımını ve etkisini hızlandırdığı gerçekliklerin başında teknoloji ve bilginin bileşiminden oluşan tekno-bilişim olgusu gelmektedir. 2000’li yılların başından itibaren bilgi teknolojilerinin ekonomik ve kültürel üretimin temel kaynağı olması; bilginin dijital platformlarda iletiliminin yaygınlaşması; üretim ve dağıtımında çalışanların artması; kısaca hayatın tüm alanlarında bilişim temelli değişimlerin kaçınılmaz hale gelmesi yeni bir dönemin başlangıcını oluşturmuştur. Dijital çağ ya da dijitalleşme çağı olarak adlandırılan bu dönem, ekonomik ve kültürel örgütlenmede dijitalleşmenin beraberinde getirdiği değişimlerin yanı sıra; politik, toplumsal ve dinsel örgütlenme biçimlerinde de yeni bir döneme işaret etmektedir. Teknoloji temelli gelişmelerin hızını ve yoğunluğunu her geçen gün artırdığı bu tekno-bilişim çağında, bireyin kendi kendine öğrenme, kendisini yetkinleştirme imkânlarının arttığı; bireysel beceri ve yeteneklerin ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Hızla dijitalleşen yeni dünyada bireyin tekno-bilişim odaklı yaşamını; analitik düşünme, sentezleme, sorun çözme ve etkili iletişim kurma gibi becerilerle desteklemesi beklenmektedir. Bununla birlikte, korkunç bir hızla artan enformasyon yığınları karşısında her şeyi bilmek yerine, hangi bilgiye nereden ve nasıl erişeceğini bilen; seçici davranan, yani öğrenmeyi öğrenen bireylere duyulan ihtiyaç da aynı şekilde artmaktadır. Medya ve iletişim kuramında medya etkisi (media effect), bireyin düşüncelerini ve inançlarını biçimlendiren bilincinde, duygularında, tutum ve davranışlarında dijital medya kullanımı kaynaklı amaçlı ya da amaçsız, kısa ve uzun vadeli değişikliklerin tümü olarak tanımlanmaktadır. Medya etkisiyle dijitalleşen bilgi; çevrilme, saptırılma, değiştirilme ve çarpıtılma ya da istismar edilme yoluyla dezenformasyon ve manipölasyona aracılık ederek, bireysel yaşamları ve kamuoyunu yönlendirebilmektedir.

Tarih boyunca yeni teknolojiler ve dünyayı yeni algılama biçimleri toplumsal yapılarda derin değişimlere neden olmuştur. Yaşam tarzlarımızdaki ilk büyük değişim, yaklaşık 10.000 yıl önce avcı-toplayıcı toplumlardan tarım toplumuna geçişle birlikte meydana gelmiştir. Tarım devrimini 18. yüzyılda gündeme gelen bir dizi sanayi devrimi izlemiştir. 21. yüzyılın yeni teknolojileri ise pek çok alanda büyük bir hızla hemen her ülkede çeşitli toplumsal değişimleri tetiklemeye başlamıştır. Akıllı telefonlar, internet bağlantılı milyarlarca taşınabilir cihaz, bilgiye ulaşımı sınırsız hâle getirmiş ve yepyeni fırsatlara kapı aralamıştır. Bugün mobil teknolojilerle gelen büyük dönüşümle başa çıkabilmek için küresel bir iş birliği ortamını yaratacak mekanizmaların kurulması gerektiği anlaşılmaktadır. Dijital çağda insan davranışı ve düşüncesine çağlar boyu kaynaklık ve rehberlik eden klasik değerlerin yerini, teknoloji kaynaklı yeni sosyal ilişkiler ağı ve skalası almaktadır. Bu yeni sosyal ilişki ağı ve sosyal

değerler toplumsal hayatta hızla yaygınlaşmaktadır. İnsanlar bu süreçte elbette çok farklı ve değişken bir dinî kültürü deneyimlemektedir. Bu çerçevede dijitalleşme ve din ilişkisi yeni dindarlık formlarının doğmasına da zemin hazırlamaktadır. Sözelimi insanlar, televizyon ve radyodan yapılan canlı dinî yayınlarla, ibadethanelere gitmek ya da evlerinde ibadetlerini yerine getirmek yerine, dijital platformların sunduğu imkânlar sayesinde duygusal bir dinî katılım örneği sergileyebilmektedir. Böylece geleneksel dindarlık biçimleri zayıflamakta; bireysel ve kitlesel dindarlık ya da bağlılık biçiminin baskın olduğu yeni dindarlık formları ise görünürlük kazanmaktadır. 1990'lardan itibaren sinema filmleri, radyo-televizyon programları ve dijital ağlarda dinin, özel bir sunum tarzıyla, kitle iletişim araçlarının format ve içeriğinin vazgeçilmez bir unsuru olmaya başladığı artık şüphe götürmez bir gerçeklik olarak karşımızda durmaktadır. Her türlü kurumsal yapı, hiyerarşi ve otoriteyi boşa çıkaran dijital ortam, dinî anlamda ortodokside heterodoksiye kadar her düşünceden insanın dinî inanç, düşünce ve eylemlerin serbest bir ortamda dolaşıma katıldığı bir zemin oluşturmaktadır. Değişmez inançlara, kurumsal otorite, ibadet, ritüel ve etik ilkelere sahip olduğu kabul edilen dinin bu statüsünü, bilimsel ve teknolojik gelişme ve sosyokültürel değişim süreçlerine karşı koruyup koruyamayacağı ya da bu süreçte alacağı 'yeni dinî formlar' ile bu durumun yaratacağı uzun vadeli etkiler, yakın gelecekte ve önümüzdeki onlu yıllarda yoğunlukla tartışılmaya devam edecektir.

Finansman / Funding:

This research received no external funding. / Bu araştırma herhangi bir dış fon almamıştır.

Çıkar Çatışması / Conflicts of Interest:

The author declare no conflict of interest. / Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Kaynakça

- Akgül, M. Dijitalleşme ve Din. *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, 17/2 (2017), 191-208.
- Arslan, M. Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine. *Birey ve Toplum*, 6/11 (2016), 5-25.
- Bahadır, M., & Çapcıoğlu, İ. Yeni Dini Hareketlerde Çevrimiçi ve Çevrimdışı Yönelimler: Sahaja Yoga Örneği. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 32/2 (2021), 372-386.
- Berger, P. L. *The Desecularization of the World*. Washington, DC: Ethics and Public Policy Center, 2003.
- Campbell, H. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Introduction: The Rise of the Study of the Digital Religion. ed. H. A. Campbell. 1-21. London: Routledge, 2013.
- Castells, M. *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı, 2003.
- Çapcıoğlu İ. Küreselleşme, Kültür ve Din. Ankara: Otto Yayınları, 2017.
- Çapcıoğlu, İ. & Anık, H. Dijitalleşme Çağı'nın Şehir Tasarımı: Neom Projesi. VI. International European Conference on Social Sciences. 129-140. Kyiv, Ukraine: Iksad Global Publications, 2021.
- Çapcıoğlu, İ. & Kaya, E. Pandemi Döneminde Türkiye'de Dini Hayat: Din Görevlileri Örneğinde Dini Hayata Genel Bir Bakış. Ankara: Bizim Büro Basımevi, 2021.
- Çapcıoğlu, İ. Yeni Kitle İletişim Araçları ve Medya Vaizliği. *Din ve Toplum* (16) (2021), 68-77.
- Davenport, T. H. How 'Big Data' is Different. *MIT Sloan Management Review*, 54/1 (2012), 22-25. https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/SMR-How-Big-Data-Is-Different_782ad61f-8e5f-4b1e-b79f-83f33c903455.pdf adresinden alındı.
- Dereli, M. D. Dini Kimliklerin Siber Uzamda Akışkanlaşması. *İnsan & Toplum*, 9/1 (2019), 85-115.
- Dereli, M. D. *Sanala Veda*. Ankara: Nobel Yayınları, 2020.
- Eravcı, D. B. Kurumların Dijital Dönüşümü: Büyük Veri. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 11/1 (2020), 90-112.
- Ersöz, B., & Kahraman, Ü. G. Bilişim Çağında Bilginin Değişen Yüzü: İnfobezite Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 4/2 (2020), 431-444.
- Feyzioğlu, H. S. Sanayi Devrimi. Yakın Çağ Dünya Tarihi ed. H. S. Feyzioğlu, 1-14, Ankara: Nobel Yayınları, 2019.
- Haberli, M. Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2/2 (2019), 307-315.
- Haberli, M. Dijital Din Araştırmalarında Konu ve Yaklaşımlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9/2 (2020), 879-902.
- Hartog, P. A Generation of Information Anxiety: Refinements and Recommendations. *Journal of the Association of Christian Librarians*, 60/1 (2017), 44-55.
- Hobsbawm, E. J. *Sanayi ve İmparatorluk*. Ankara: Dost Kitabevi, 2. Baskı, 2003.
- İşliyen, F. Ş. Dijital Çağda Bilginin Değişen Niteliği ve İnfobezite: Z Kuşağı Üzerine Bir Odak Grup Çalışması. *Selçuk İletişim*, 13/1 (2020), 246-272.
- Janmohamed, S. M. Nesli: Yeni Müslüman Gençlik. İstanbul: Kaknüz Yayınları, 2018.
- Küçükkalay, A. M. Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1997), 51-68.
- Marshall, G. *Sosyoloji Sözlüğü*. Çev. O. Akınhay & D. Kömürçü. Ankara: Bilim ve Sanat, 1999.
- Özen, H. Endüstri 4.0 ve Eğitim: Bir Türkiye Perspektifi. *Anemon: Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/5 (2019), 103-113.
- Patel, S., & Keyur K, P. Internet of Things-IOT: Definition, Characteristics, Architecture, Enabling Technologies, Application & Future Challenges. *International Journal of Engineering, Science and Computing (IJESC)*, 6/5 (2016), 6122-6131.
- Pirim, H. *Yapay Zekâ*. *Journal of Yaşar University*, 1/1 (tarih yok), 81-93.
- Sadiku, M. N., Shadare, A., & Musa, S. Information Overdose: Causes and Cures. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 3/4 (2016), 4540-4542.
- Schwab, K. *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum, 2016.
- Sözen, M., & Mescioğlu, T. Endüstri 4.0'ın İtici Güçlerinin Türkiye ve Çin Üzerindeki Etkileri. *International Journal of Social Inquiry*, 12/1 (2019), 287-315.
- Şahin, O. Bilgi Sosyolojisi Bağlamında Büyük Veri ve Toplumsal Gerçekliğin İnşası. Ankara: Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Şahin, O., & Çapcıoğlu, İ. Bilgi Sosyolojisi Bağlamında Büyük Veri ve Toplumsal Gerçekliğin İnşası. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 32/3 (2021), 684-96.

- Şirmemmedov, K. A. Yeni Teknolojilerin Şirketler Üzerindeki Etkileri: Bulanık Ortamda Bütünleşik Bir Yaklaşım ile Değerlendirme. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 2019.
- Tekin, M. Din Sosyolojisinin 200'ü. Ankara: Otto Yayınları, 2019.
- Ünal, M. F. Dijitalleşmenin Transhümanizme Etkisi. *ISOPHOS: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi*, 2/2 (2019), 19-38.
- We Are Social: We Are Social. Erişim 5 Temmuz 2021. <https://wearesocial.com/digital-2021>.
- White, P., & Assimeng, A. A. Televangelism: A study of the 'Pentecost Hour' of the Church of Pentecost. *Theological Studies*, (2016), 1-6.
- (tarih yok). Ekim 06, 2021 tarihinde Encylopedia Britannica Online: <https://www.britannica.com/topic/televangelism> adresinden alındı

