



HİKMET-AKADEMİK EDEBİYAT DERGİSİ  
[JOURNAL OF ACADEMIC LITERATURE]  
YÛNUS EMRE'DEN MEHMED ÂKİF'E ŞİİR  
ÖZEL SAYISI  
YIL 7, ARALIK 2021

**Öğr. Gör. Serap TANYILDIZ**

Dicle Üniversitesi  
Rektörlük  
Türk Dili Bölümü  
Diyarbakır/TÜRKİYE  
dagdelenserap@hotmail.com  
ORCID

**Ömer DİNÇER**

Milli Eğitim Bakanlığı  
Diyarbakır/TÜRKİYE  
omerdincer.2001@hotmail.com  
ORCID

**BİR SOSYAL MEDYA FENOMENİ  
OLARAK YÛNUS EMRE**

**YUNUS EMRE AS A SOCIAL MEDIA  
PHENOMENON**

Makale Türü: Araştırma Makalesi	Article Information: Research Article
Yükleme Tarihi: 24.12.2021	Received Date: 24.12.2021
Kabul Tarihi: 30.12.2021	Accepted Date: 30.12.2021
Yayımlanma Tarihi: 31.12.2021	Date Published: 31.12.2021

### İntihal / Plagiarism

Bu makale **turnitin** programında taranmıştır.  
This article was checked by **turnitin**.



### Atıf/Citation

Tanyıldız, Serap ve Dinçer, Ömer, "Bir Sosyal Medya Fenomeni Olarak Yûnus Emre", *Hikmet-Akademik Edebiyat Dergisi [Journal of Academic Literature]*, Yûnus Emre'den Mehmed Âkif'e Şiir Özel Sayısı, Aralık 2021, s. 138-153.

Tanyıldız, Serap ve Dincer, Omer, "Yunus Emre as a Social Media Phenomenon", *Hikmet-Journal of Academic Literature*, Special Issue of Yunus Emre to Mehmed Akif, December 2021, p. 138-153.



**10.28981/hikmet.1042294**

Yayımlanan makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine riayet edilmiş; COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için yayımlanmış olduğu uluslararası standartlar dikkate alınmıştır.



HİKMET-AKADEMİK EDEBİYAT DERGİSİ  
[JOURNAL OF ACADEMIC LITERATURE]  
YÛNUS EMRE'DEN MEHMED ÂKİF'E ŞİİR  
ÖZEL SAYISI  
YIL 7, ARALIK 2021

Öğr. Gör. Serap TANYILDIZ

Ömer DİNÇER

BİR SOSYAL MEDYA FENOMENİ OLARAK YÛNUS EMRE\*

YUNUS EMRE AS A SOCIAL MEDIA PHENOMENON

ÖZ

Tasavvufî Türk edebiyatının ve Türk şiirinin önemli temsilcilerinden biri Yûnus Emre'dir. O, İslâmî inanç ve ilimlerden beslenerek çağlar öncesinden herkese davet etmiş; temelinde sevgi olan düşünce dünyasıyla evrensel bir kimlik edinmiştir. Yûnus Emre'nin şiirleri ve bu şiirlerde ifade ettiği düşünceler üzerine pek çok çalışma yapılmıştır. Fakat onun fikirlerinin ve şiirlerinin günümüz sosyal medya platformlarına yansımaları, hayatımızın her anına dâhil olan internet ve sosyal medyada ortaya çıkan "fenomenlik" kavramı ve bu kavramın gölgesinde bırakılan Yûnus Emre, hiçbir çalışmaya konu edilmemiştir. Çalışmamızda "Sosyal medya nedir, sosyal medya ortamları ve araçları nelerdir, dünyada ve ülkemizde sosyal medya kullanım oranları nelerdir, sosyal medya platformları hangileridir, fenomenlik ve bir sosyal medya fenomeni olarak Yûnus Emre kimdir, Yûnus Emre bu internet ortamlarında nasıl yer almış?" gibi sorulara cevap bulmak hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yûnus Emre, Sosyal medya ortamları, sosyal medya kullanımı, fenomenlik.

ABSTRACT

One of the important representatives of Sufi Turkish literature and Turkish poetry is Yunus Emre. Feeding on Islamic beliefs and sciences, he addressed everyone from ages ago and invited humanity to brotherhood, mercy and compassion; It has acquired a universal identity with the world of thought based on love. Many studies have been conducted on Yunus Emre's poems and the thoughts he expressed in these poems. However, the reflection of his ideas and poems on today's social media platforms, the concept of "phenomenon" emerging in the internet and social media that are included in every moment of our lives, and Yunus Emre, who is left in the shadow of this concept, have not been the subject of any study. In our study, "What is social media, what are the social media environments and tools, what are the social media usage rates in the world and in our country, what are the social media platforms, who is Yunus Emre as a phenomenon and a social media phenomenon, how did Yunus Emre take place in these internet environments?" it is aimed to find answers to questions such as.

**Keywords:** Yunus Emre, Social media environments, use of social media, phenomenon.

\* Bu metin, 04-06 Haziran 2021 tarihlerinde Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi tarafından düzenlenen "Yûnus Emre Sempozyumu"nda sunulan bildiri metninin düzenlenmiş ve genişletilmiş halidir. Makalenin teorik bölümünü Ömer Dinçer; uygulama bölümünü ise Serap Tanyıldız yazmıştır.

## Giriş

Tasavvufi Türk edebiyatında fikir ve duygu dünyamızın köşe taşı olan, asırlar öncesinden günümüze kadar sesini ve sözünü duyurabilen Yûnus Emre; insanın olduğu her yerde, insanlığın ve sevginin hüküm sürdüğü bütün topraklarda kendine yer ve yâr bulmuştur. Yûnus'un sekiz asır önce terennüm ettiği fikirler, 21.yüzyıl insanının sıkıntılarına deva olmakta; sevincini haykıracağı mısralar, dudaklardan arşa doğru uzanan bir dua olarak zihinlerde çiçeklenmeye devam etmektedir (Köprülü, 1993: 261; Gölpinarlı, 1961: 72-73).

Yûnus Emre, sadece yaşadığı Anadolu coğrafyasına veya Anadolu medeniyetine değil bütün insanlara, bütün medeniyetlere seslenmiştir.Yalnız bizim duygu dünyamızda ve kültürümüzde değil değişik milletlerden farklı inançlara sahip pek çok insanın duygu ve düşünce dünyasında saygın bir yere sahip oluşuna istinaden evrensel bir değer olarak kabul edilir(Tatçı, 2005: 5). Yûnus'a bakmayı, onu dinlemeyi ve anlamayı isteyen herkese, Yûnus'un heybesinden dökülen bir anlam inceliği, bir murat veya bir gönül hoşluğu mutlaka bulunur. Çünkü gölgesinde aydınlanma ve manevi huzura erme bahtıyarlığını yaşatan şiirleri; sarp yolları, coşkun ırmakları aşarak zamanlar ve mekânlar ötesinden gelmiştir. Cümle âlemi kendisine yâr edinmiş olan Yûnus, Moğolların istilasıyla bir enkaza dönen Anadolu'ya, yaşadığı dönemde ve sonrasında bir nefes, bir ışık, bir müjdeleyici olmuştur. Bu durum, çağımız insanının yönünü Yûnus'a çevirirken Yûnus'u da takvimler ötesinden günümüze getirir.

Bugüne kadar Yûnus Emre'nin şahsiyeti, şairliği, mutasavvıflığı, aşk anlayışı, hoşgörüsü, ahlakı, insan sevgisi ve Türkçeyi kullanmadaki üstün meziyeti üzerine birçok değerli çalışma yapılmış ve farklı görüşler ortaya konmuştur. Fakat hayatımızın her anına dahil olan internet ve sosyal medyada ortaya çıkan "fenomenlik" kavramı ve bu kavramın gölgesinde bırakılan ulularımız -başta Yûnus Emre olmak üzere- pek incelenmemiştir. Bu amaçla , sosyal medya ve internet mecralarında birer kanaat önderi olarak kabul edilen "fenomenler ve Yûnus Emre'nin fenomenliği" üzerine araştırma/inceleme yapma hedeflenilmiştir.

Araştırmamızda "Sosyal medya nedir, sosyal medya ortamları ve araçları nelerdir, dünyada ve ülkemizde sosyal medya kullanım oranları nelerdir, sosyal medya platformları hangileridir, fenomenlik ve bir sosyal medya fenomeni olarak Yûnus Emre kimdir, Yûnus Emre bu internet ortamlarında nasıl yer buluyor?" gibi soruları cevaplandırabilmek için geniş bir internet ve sosyal medya araştırması yapmaya çaba gösterilmiştir. Bu çabanın ürünü olan bu çalışmanın sonucunda görüldü ki çoğu sosyal medya kullanıcısı; dinî, ahlâkî ve ilmî anlamda Yûnus'u rehber edinmiş; değişik ortamlarda şiirlerine ve fikirlerine dair paylaşımlarda bulunmuşlardır. Fakat tam tersi bir duruşla kimi sosyal medya platformları ve buradaki kullanıcılar ise Yûnus'u kendi inanç ve düşünceleri doğrultusunda değerlendirmişlerdir. Yûnus'u ve şiirlerini çağların ötesinden kendi inanç, amaç ve düşüncelerini

desteklemek için bir dayanak gibi göstermişlerdir. Bu yüzden; değişik şehirlerde, kılıkarda, fikirlerde ve şiirlerde karşımıza çıkmıştır/çıkılmaktadır.

### **Sosyal Medya Nedir?**

Geçmişten bugüne hızlı bir ilerlemeyle hayatımızın her anına müdahil olan teknoloji, günlük yaşantımızın vazgeçilmez bir parçası haline dönüşmüştür. Telefon, tablet, bilgisayar, televizyon gibi pek çok teknolojik yenilik; iletişim yollarımızın artmasına ve yeni teknolojik ortamlar oluşmasına zemin hazırlamıştır. İşte bu teknolojik ortamlardan biri de ekonomiden eğitime, yemek tariflerinden spor haberlerine, güncel olaylardan sanatsal faaliyetlere kadar birçok bilgiyi ve belgeyi bir “tık” ile elimizin altına getiren sosyal medyadır. Sosyal medya, insanların veri tabanı aracılığıyla uygulamalar üzerinden her türlü paylaşımı (ses, fotoğraf, görüntü, bilgi vb.) yapmasını sağlayan platformlar olarak adlandırılabilir.

Ortaya çıktığı 2000’li yılların başından günümüze kadar geçen zaman diliminde gösterdiği evrensel atılımla hayatlarımıza güçlü bir giriş yapan sosyal medya, günümüzde de etkisini ve etkinliğini arttırarak muhafaza etmektedir. Geleneksel medya olarak isimlendirilen dergi, gazete, televizyon, sinema gibi basılı ve görsel unsurların tersine sosyal medya tek yönlü bir bilgi ve belge paylaşımında bulunmaz. Sosyal medya herkesin özgür kullanımına açık çift yönlü akışın yaşandığı bir alandır. Dileyen herkes bu iletişim kanalını, kaynak veya alıcı olarak hem hızlı hem de masrafsız bir şekilde kullanabilmektedir. Bu durum da günümüzde sosyal medya aracılığıyla farklı bir iletişim örgüsü ortaya çıkarmıştır. Bir “takma” ismin arkasına gizlenmiş olmanın verdiği rahatlık ve özgüven ile insanlar her türlü fikri ortaya sürmekte, dilediği içeriği dilediği zaman ve tutumda herkesle paylaşabilmektedir. Sınırsız ve sorgusuz bir şekilde paylaşım özgürlüğünün olması ve bu paylaşımlara yapılan olumlu/olumsuz yorumlar sanal bir demokrasi ortamı doğurmuştur. Bu ortam çeşitli platformlar veya isimler aracılığıyla insanların sosyalleştiği, birleştiği ve gündem kardeşliği yarattığı mecralara dönüşmüştür.

Eski dostlarımız ile görüşmekten iş arkadaşlarımız ile temasa geçmeye, ticaret yapmaktan farklı siyasi tutumları orta yerde tartışmaya veya sadece benzer düşüncedeki kişiler ile konuşmaya/gruplaşmaya kadar iletişim kurma şeklimizi olduğu gibi değiştiren sosyal medya; dünyayı gerçek anlamı ile kendisine bağlı/bağımlı hale getirmiştir.

### **Sosyal Medya Ortamları ve Araçları Nelerdir?**

Sosyal medya, kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünüdür. Sosyal medya ortamları ve araçları her geçen gün artarak büyüyen bir yapıya sahiptir. İnsanoğlu için iletişim su gibi bir yaşam kaynağı olmuştur. Temel bir ihtiyaç olan iletişim kurma işlevi gün geçtikçe daha da karmaşık hale gelmektedir. Teknoloji ve dijital çağ ile birlikte yeni sosyal ve sanal ortamlar oluşmaktadır. Teknolojinin hızı, artan bu sosyal ortamları sınıflandırmayı bile

güç hale getirmiştir (Yengin, 2014: 77). Şu anda dünyada aktif olarak kullanımda olan ve en çok rağbet gören sosyal medya araçlarını Erkan AKAR, Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web’de Pazarlama Stratejileri adlı eserinde sekiz maddede sınıflandırmıştır (Akar, 2021:19-23). Bunlar:

- 1) Bloglar (Blogger, Wordpress vb.)
- 2) Mikroblogging (Twitter, Tumblr vb.)
- 3) Wikiler (Wikipedia vb.)
- 4) Sosyal İşaretleme (Pinterest, Delicious vb.)
- 5) Medya Paylaşım Siteleri (Youtube, Flickr vb.)
- 6) Podcasting
- 7) Sanal Dünyalar (Secondlife vb.)
- 8) Sosyal Ağlar (Facebook, Myspace, Friendfeed, Google+ vb.)

Yukarıda içerik türlerine göre sınıflandırılan sosyal medya ortamları ve araçları, kullanıcılarına içerik üretme ve yükleme gibi çeşitli imkânlar sunarak gelişmeye, geliştikçe yayılarak bağımlı hale getirmeye devam etmektedir. Sosyal medyada bireyler, kendini görmek istediği şekilde ifade etmek için oluşturduğu profiller ile etkileşimde bulunan bireyin öncelikli hedefi, kurgulanmış da olsa, kendi kimliğini dışa yansıtmaktır. Sosyal ağ profilinde yer alan fotoğraflar, paylaşımlar, arkadaşlar gibi her türlü unsur da, bu kimlik oluşumunun bir aşaması niteliğindedir (Kaya, 2015).

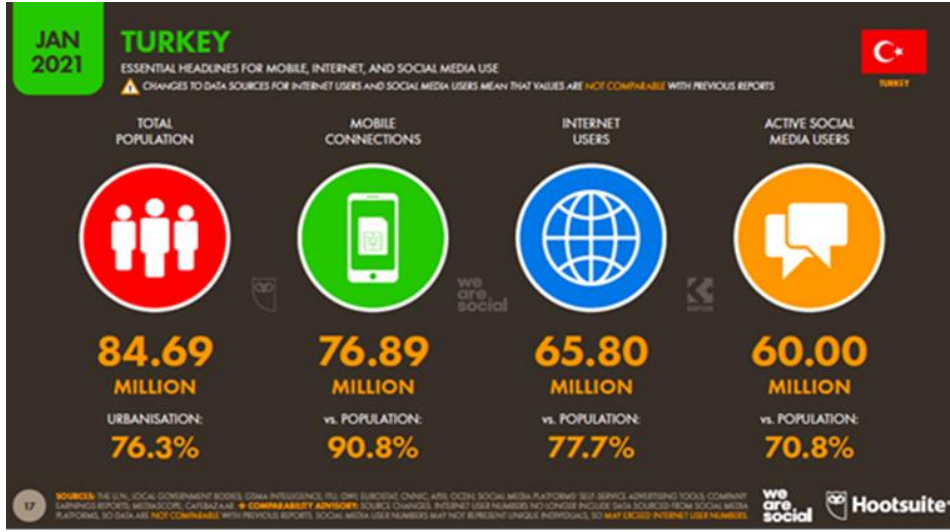
Sosyal medya ortamları bireylerin kendi sayfaları üzerinden ilgilerini ortaya koyabilmelerine, diğer kullanıcılarla iletişimde bulunabilmelerine, arkadaşlık kurabilmelerine, fotoğraf, video ve yorum paylaşabilmelerine imkan sağlayabilmektedir. Başta gençler olmak üzere hemen hemen tüm yaş grubundan insanlar, bu ortamlarda günün önemli ve büyük kısmını geçirmekte, bilgi paylaşımları yapmakta ve durum güncellemeleri yaparak zamanlarını geçirdikleri tespit edilmiştir.

### **Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Medya (İnternet) Kullanımı**

Dijital dünyanın hareketliliğini gözler önüne seren, dünya genelindeki dijital verilere dair bilgi veren ve uzmanlarca en kapsamlı kaynak olarak kabul edilen “ We Are Social Digital Report 2021” adlı rapora göre dünya çapındaki dijital gelişmeler ve bunun ülkemize yansımaları çalışmamıza zemin oluşturabilmek için analiz edilmiştir.

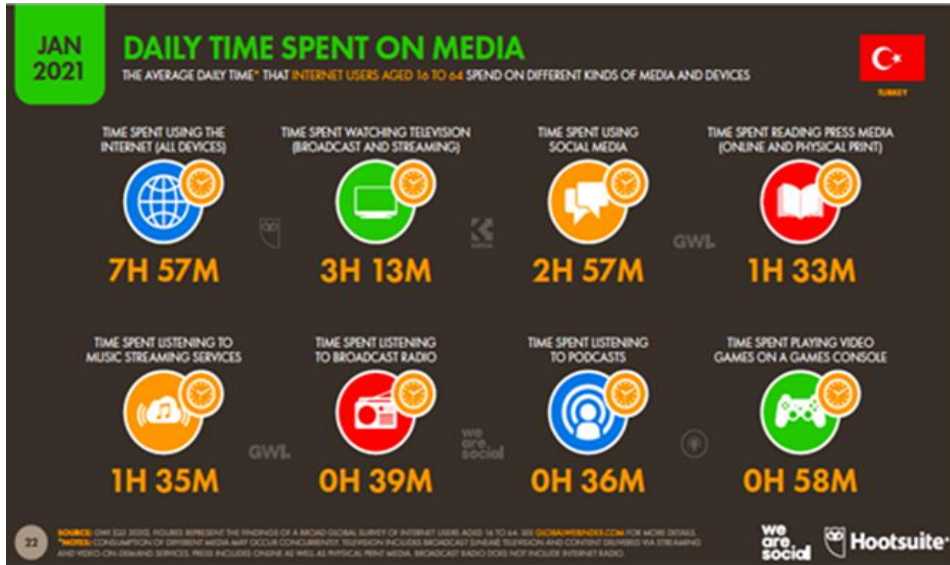
### **Ülkemizde İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Oranları**

7,83 milyar nüfusa sahip olan dünyada, 5,22 milyar kişi cep telefonu kullanmakta; 4,66 milyar internet kullanıcısı bulunmakta ve 4,2 milyar kişi ise aktif sosyal medya kullanıcısı olarak öne çıkmaktadır.



Verilere baktığımızda; Türkiye’de internet kullanıcı sayısının 2021 Ocak ayında 3,7 milyon ile %6 arttığını görüyoruz. Sosyal medya kullanıcı sayısının ise 6 milyon ile %11 artış gösterdiğini görüyoruz. Bu veri ile birlikte Türkiye’deki sosyal medya kullanıcı sayımız, Ocak 2021’de toplam nüfusumuzun % 70,8’ine denk geldiğini görmekteyiz.

### İnternet ve Sosyal Medya Günlük Kullanım Oranları



Dünya genelindeki değerlendirmelere baktığımızda dijital çağın bir getirisi olarak gün içerisinde yaklaşık 7 saat internette vakit geçiriyoruz. Yani ömrümüzün üçte biri bu şekilde tüketiliyor. Türkiye’nin gün içerisinde internette geçirdiği vaktin dünya ortalamasının üzerinde seyrettiği ve 1 saat daha fazla çevrim içi olduğu rapordan çıkardığımız bir diğer sonuçtur. Gün

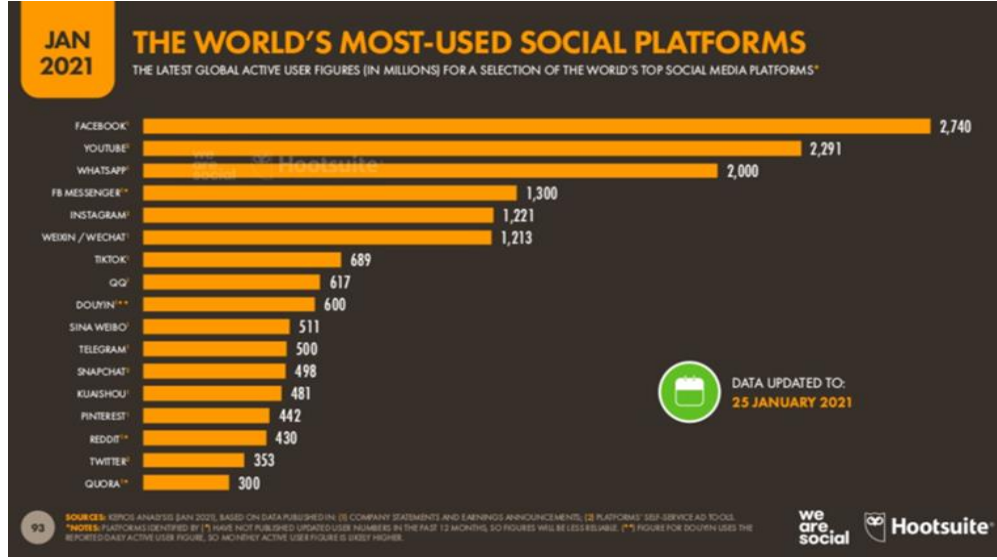
հիքմեթ - Hikmet - حڪم

HİKMET - AKADEMİK EDEBİYAT DERGİSİ [JOURNAL OF ACADEMIC LITERATURE]  
YÜNUS EMRE'DEN MEHMET ÂKİF'E ŞİİR ÖZEL SAYISI  
YIL 7, ARALIK 2021  
ISSN: 2458- 8636



içerisinde online olma davranışlarımızın, alışkanlığa evrimleştiğini bu verilerle yeniden fark ediyoruz. Gün içerisinde dijital platform ve cihazların ne kadar yoğun bir şekilde günlük rutinlerimize dönüştüğünü bu raporla bir kez daha anlıyoruz.

### Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları



Yapılan araştırmalarda sosyal medya platformu kullanım oranına göre zirvede yer alan Facebook'u, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram gibi platformlar takip ediyor. Sosyal medya kullanımının ülkemizde oldukça yüksek oranlarda seyrettiğine ve sosyal medyanın etkileme alanının çok geniş olduğuna bir kez daha bu veriler ışığında dikkat çekmek istiyoruz. Örneğin, Facebook sitesinden alınan resmi değerlere göre, bir kullanıcının iletişimde olduğu ortalama sayfa, grup ve davet sayfa sayısı 80 iken, kullanıcının Ana sayfasına her gün yüklenen ortalama fotoğraf sayısı 205'tir. Benzer şekilde Twitter'ın resmi verileri, Türkiye'de günde ortalama 8 milyon ve saniyede ortalama 100 tweet atıldığını göstermektedir (Öztürk ve Karahasanoğlu, 2015: 799).

### Sosyal Medya Fenomeni Olarak Yünus Emre

İletişim ortamı veya iletişim ağları olarak tanımlanan sosyal medya, yapılan son araştırmalara göre dünya nüfusunun hemen hemen %60'ı tarafından kullanılmaktadır. Aynı ortamı paylaşan, benzer ilgi alanlarında vakit geçiren kişilerin kendilerince oluşturdukları bir dil, kültür veya jargonu da vardır. Her mesleğin, bölgenin veya her kültürel yapının kendisine ait bir lügati olduğuna göre sosyal medyanın da bir jargonu oluşmuştur. Bu jargon içerisinde en popüler kullanım "sosyal medya fenomeni"dir.

Sosyal medya fenomeni kavramını açıklamadan önce fenomen kelimesinin anlamına bakmak gerekir. Türk Dil Kurumu, fenomen kelimesinin

kökeninin Fransızca “phénomène” kelimesinden geldiğini belirtmektedir. Anlamı ise “olay” ya da “görüngü” olarak tanımlanmaktadır. Ancak sosyal medyada fenomen; Instagram, Facebook, Twitter, YouTube gibi mecralarda, özgün tecrübeleri ile ilgili içerik paylaşan ve bu paylaşımlar üzerinden geniş sayıda takipçi sayısına ulaşan bireyler olarak ifade etmek mümkündür.

Fenomenlerin paylaştıkları içerikler sayesinde kendilerini takip eden bu kullanıcı güruhun düşüncelerini, beklentilerini, davranışlarını etkileyebilme gücüne sahip olmaları, onların çağımızın yeni “kanaat önderleri” olmalarını sağlamıştır.

Türk kültürü ve medeniyetinde unutulmayacak derin izler bırakan Yûnus Emre, çağları aşan duruşu ve duyuşuyla her dönemde olduğu gibi günümüz dijital dünyasının da “kanaat önderlerinden biri” olmuştur. O, gerçek dünyanın ulularından biri olmanın yanında internet dünyasının da sosyal fenomenidir. Gönlünde dalgalanan Allah sevgisini satırlara geçiren Yûnus Emre, bu şiirlerine ilâhî bir ruh ve ahenk vermiş; onları adeta söylerken besteleyerek birer lirizm şaheseri hâline getirmiştir (Tatçı, 2008: 99-109). Yûnus Emre'nin çağrısı her dönemde bütün insanlığın ihtiyacı olan duygu ve düşüncelerin ifadesi şeklindedir. Öyle ki Yûnus Emre, gönüller yapmaya gelir ve gelişle birlikte takipçilerine her dönemde ve mecrada şu çağrıda bulunur:

"Bugün sohbet bizim oldu, bize bizim diyen gelsin

Bu aşk zehrin seve seve içübeni kanan gelsin

Bugün meydan-ı aşk içre, çağırıp bir ün eyledim

Müezzinlik bizim oldu, imam olduk uyan gelsin" (Tatçı, 1997: 320)

### **Sosyal Medya Alanlarında Yûnus Emre:**

Sosyal medya mecralarında "Yûnus Emre ve şiirleri" çatısı altında kurulmuş birçok grup, sayfa, adres mevcuttur. Araştırmalarımız sonucu ulaştığımız veriler şu şekilde sıralanabilir:

Facebook'ta Yûnus Emre adına kurulan 13 grup, 18 de sayfa; Twitter'da 7 hesap; son dönemin en popüler sosyal medya mecrası olan Instagram'da ise 70'e yakın hesap bulunduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Genellikle ekonomik kaygı gütmeyen bu hesaplar, Yûnus Emre'yi hayatıyla, eserleriyle ve yaşayışıyla tanıtmayı amaçlamışlardır.

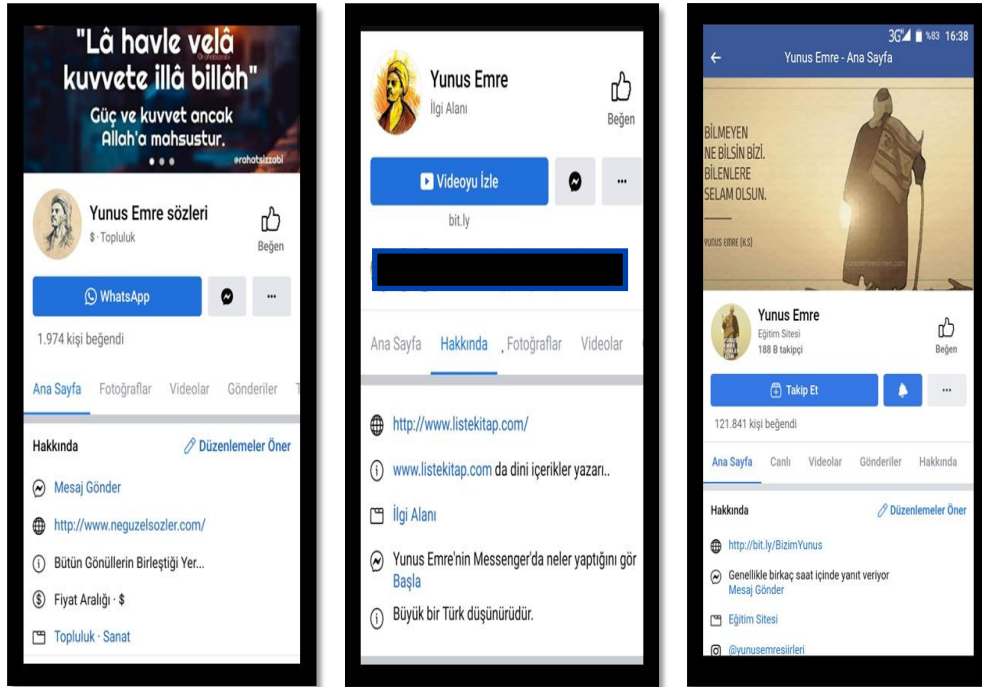
Televizyon ekranlarında ilk bölümü 18.06.2015'te yayınlanan, son bölümü ise 24.05.2016'da sunulan ve 44 bölüm süren "Yûnus Emre: Aşkın Yolculuğu" adlı dizi yayımlanmıştır. Sosyal medyada en çok paylaşılan görsellerin bu diziden alınan video, fotoğraf veya dizinin çeşitli kesitlerinden alınan görüntülerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Yûnus Emre ile ilgili sosyal medya hesabı kuran veya yöneten kişiler daha fazla kullanıcıya ulaşabilmek ve takipçi sayısını arttırabilmek için"



kardeş hesap veya önerilen hesaplar" adıyla yönlendirme yapmakta, aynı veya yakın isimle tüm sosyal medya platformlarında aktif olmaya çalışmaktalar.

Instagram, Twitter, Youtube, Facebook gibi dünyada en çok kullanılan sosyal medya ağlarına baktığımızda hepsinde beğen (like) butonu olduğu halde hiçbirinde beğenmeme (Dislike) butonu olmadığını görmekteyiz. Belki de bu durumu beğenilme, kendini üstün ve değerli görme arzusunun sosyal platformlara yansımaları olarak değerlendirebiliriz. Ayrıca sosyal medya kullanıcıları herkese açık bu sayfalarda olumlu veya olumsuz yorum yapma hakkına sahipler. Yorumlar incelendiğinde halkımızın Yûnus Emre'ye ve şiirlerine karşı hiçbir olumsuz yorum yapmadığı aksine binlerce beğeniyle teveccüh gösterdiği tespit edilmiştir.



Var olan gruplar ve sayfalar, genellikle ticari amaç gütmeyen, reklam almayan sitelerdir ve çoğunlukla kendilerini "Eğitim Sitesi, Dini Site, Kültür-Sanat Sitesi" olarak tanımlama yolunu tercih etmişlerdir.



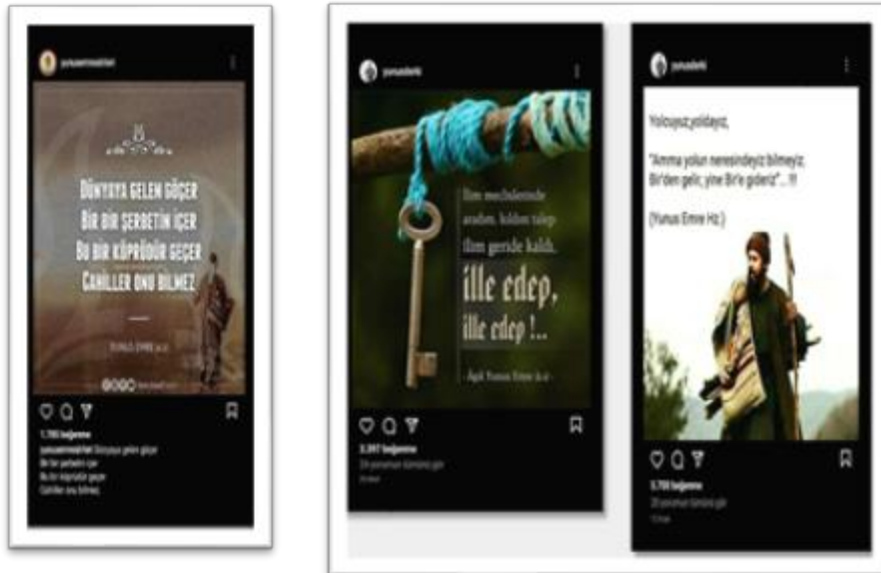
Üyeler ve yöneticiler genellikle eğitici, dinî ve edebî paylaşımlar dışında hiçbir paylaşımın izin vermemekteler. Gündemi yakından takip edenlerin sıklıkla kullandığı Twitter' da bile fikri, siyasi veya ideolojik hiçbir paylaşım yapılmamakta çoğunlukla Yûnus'un şiirlerinin paylaşıldığı gözlemlenmiştir.



İçerik olarak başta Yûnus Emre'ye ait olmak üzere Mevlana, Ahmet Yesevi, Sadi Şirazi, Hacı Bektaşî Veli veya Hacı Bayram Veli gibi şahsiyetlerin şiirlerine, kıssalarına, hikmetli sözlerine yer verilmiştir. Ayrıca özellikle dini içerik paylaşan adresler/sayfalar/hesapların düzenli olarak hadis veya ayet paylaşımını da yaptıkları belirlenmiştir.



Sadece Yûnus Emre adına kurulan sayfa/grup/hesaplar dışında "Mevlana ve Yûnus Emre, Taptuk Emre ve Yûnus Emre, Yûnus Emre ve Sevenleri, Yûnus Emre ve Eskişehir" gibi farklı isimde gruplar/sayfalar da mevcuttur. Buralarda, günde ortalama üç paylaşım yapılarak üyelerle Türk ulularına ait anlamlı sözler veya şiir parçaları paylaşılır.



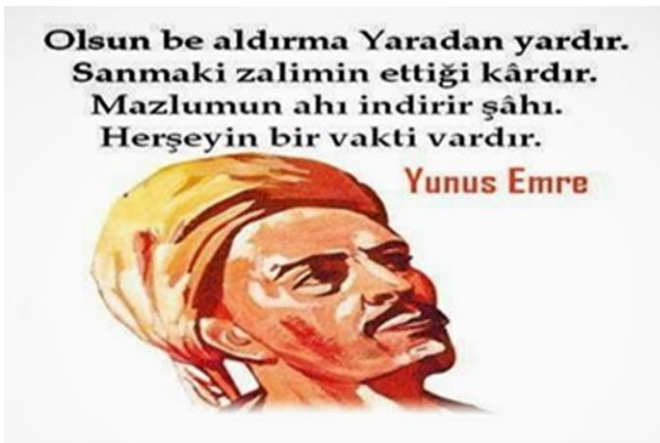
հիշմունի - Hikmet - ۷



“Yûnus Gibi” başlığıyla yer alan “Emeksiz zengin olanın...” diye başlayan şiir, sosyal medyada 2012 yılında yapılan bir paylaşımından sonra birçok siyasetçi, yazar ve sanatçının sosyal medya hesabında da Yûnus Emre’ye aitmiş gibi paylaşılmıştır.



Ünlü Sanatçı Uğur Işılak'ın 28 Şubat sürecinde milli ve manevi değerleri temsil edenlere reva görülen baskı ve zulümlere karşı kaleme alarak 2002'de bestelediği ve “Ben Ağlırsam Kıyamet Kopardı” adlı albümünde yer verdiği “Her Şeyin Bir Vakti Vardır” adlı eserinden alınan bir dörtlüğün Yûnus Emre’ye aitmiş gibi sosyal medyada paylaşıldığına şahitlik ediyoruz. Birçok siyasi aktörün, sanatçının ve gazetecinin bu yanlışlığı sorgulamadan kendi sayfalarında, gazetelerinde veya diğer mecralarda “Yûnus Emre'nin şiiri” diye yıllarca kullanmış olması da ayrıca üzerinde durulması gereken bir problemdir.



Yine Yûnus Emre’ye ait olan fakat sosyal medya ortamlarında ve yazılı basında Aşık Veysel’e ait olduğu zikredilen “Adımız Miskindir Bizim” şiiri de



müellifi karıştırılan ve internet ortamında gezinen/paylaşılan eserlerden biridir.

Sosyal medya ortamlarında ve araçlarında Yûnus Emre'ye ithaf edilen aşağıda da resmini paylaştığımız "Semaverin üstündeki demlik burnunu ne kadar havaya kaldırırsa kaldırırsın, küçük bir bardak karşısında eğilmeye mahkûmdur." sözünün Yûnus'la hiçbir alakası yoktur. Çünkü 14.yüzyılın ilk çeyreğine kadar Anadolu'da yaşamış olan Yûnus Emre'nin 18.yüzyılda Rusçadan dilimize girmiş "semaver" kelimesini şiirinde kullanması pek de mümkün değildir (<http://sozluk.gov.tr>).



Sosyal medyada "Çaydanlık ve Bardak" adındaki bu şiiri Yûnus Emre, Mevlana veya İmam Gazali'ye aitmiş gibi aktaran gruplar ve şahıslar varsa da vecizenin orijinalini 2016 yılında seksen yaşında vefat eden ünlü Özbek Şair Erkin Vahidov'a aittir.

Ne kadar kibirli dursa da  
Bardağın önünde eğilir çaydanlık.  
Öyleyse bu büyüklenme niye?  
Bu kibir bu gurur niçin?  
Mütevazı ol, hatta bir adım bile  
Geçme gurur kapısından.  
Bardağı insan bunun için öper daimen.

### **Sonuç**

1800'lü yıllarda keşfedilen elektriğin tüm bilinenleri ve yaşananları değiştirerek hayatımızın her alanında yer alması gibi 2000'li yılların başında hayatımıza giren internet/dijitalleşme, yeni dünya düzeninde insanlara ciddi bir dönüşüm yaşatmıştır. Takipçi sayısına veya popülerliğine bakarak

hayatımızın merkezine aldığımız ve takipçisi olmaktan çıkarak taklitçisi olduğumuz günümüz sosyal medya fenomenleri bizim kanaat önderimiz olmamalıdır. Fakat asırların kanaat önderi kabul edilebilecek Yûnus Emre'nin en büyük sosyal medya fenomeni olarak bilinmesi, tanınması temel hedefimiz olmalıdır.

İnternetin ve sosyal medyanın çepeçevre bizi sardığı bu çağda, Yûnus Emre'yi yeniden okumak, gençlerimize tanıtmak, şiirleri aracılığıyla iletisini bütün insanlığa ulaştırmak; eğitimcilerin, anne-babaların ve yöneticilerin en aslı görevidir. Ayrıca 8 asırdan bu yana insanlığa sevgiyi ve hoşgörüyü sunan, insanları iyiye, doğruya, güzele, barışa, kardeşliğe yönelten Yûnus Emre'yi ve ona ait şiirlerini sosyal medyanın kısmen bulanık mecraları yerine sahîh kaynaklar olan *Divan*'ından, *Risâletü'n Nushiyye*'den okumak, öğrenmek gerektiğini belirtmek istiyoruz.



### Kaynakça

- Akar, Erkan. (2021), *Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Web'te Pazarlama Stratejileri*, Seçkin Yayıncılık - 4. Baskı, Ankara.
- Aydın Öztürk T. ve Karahasanoğlu S. (2015). "Sosyal Medya Döneminde Müzik Üreticisi ve Tüketicisinin Yeniden Konumlandırılması.", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C 8 S 36.
- Gölpınarlı, Abdülbaki. (1992), *Yûnus Emre ve Tasavvuf*, İnkılap Kitabevi, İstanbul .
- <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim: 18.05.2021)
- Kaya, Halil. (2015), "Sosyal Medyada Kimlik Oluşumu.", <https://prezi.com/lngxxjvfc26/sosyalmedyada-kimlik-olusumu>, (E.T: 10.05.2021).
- Köprülü, Fuad. (1993), *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar*, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara .
- Tatçı, Mustafa. (1997), *Yûnus Emre Dîvânı-2*, MEB Yayınları, İstanbul .
- Tatçı, Mustafa. (2008), *Yûnus Emre Külliyyâtı -I/Yûnus Emre Divânı-İnceleme*, H Yayınları, İstanbul.
- Tatçı, Mustafa. (2005), *Yûnus Emre Külliyyâtı- I/Yûnus Emre Dîvânı Tahlil*, MEB Yayınları, İstanbul .
- Yengin, Deniz. (2014), *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*, Derin Yayınları, İstanbul.