



# MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

## KİTAP DEĞERLENDİRMESİ

Haziran 2024, 7(1), 155-162

Geliş: 20.03.2024 | Kabul: 22.04.2024 | Yayın: 27.06.2024

DOI: 10.47951/mediad.1455096

## Medyatikleşme ve Din: Kavram-Teori-Tartışma

Hasan SARI\*

**Kitabın Künyesi:** Haberli, M. (2023). *Medyatikleşme ve Din: Kavram-Teori-Tartışma*, İstanbul: Kitabı Yayınları, 160 sayfa.

21. yüzyılın bilim dünyasında “medya çalışmaları”, dijitalleşme ve ağ tabanlı teknolojilerin günlük hayattaki etkinliği sebebiyle toplum ve kültürle ilgilenenler için yadsınamayacak bir hâl almıştır. Bu alandaki sosyal çalışmaların ve araştırmacıların sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. İşte tanıtımını yapacağımız Mehmet Haberli’nin *Medyatikleşme ve Din* adlı kitabı (2023) da bu kritik konuyu ele almakta, yaşanan değişimleri medyatikleşme bağlamında meta-analiz yöntemi ile açıklamaktadır. Doç. Dr. Haberli, gelişen medya kültürü konusunda sosyolojik ve iletişimsel tahayyüle sahip ve Türk akademisinde medyanın din bağlamında incelenmesine öncülük etmiş bir araştırmacıdır. Özellikle *Sanal Din* isimli kitap çalışması (2014), medyanın din sosyolojisi literatüründe yeni bir kulvar açtığı yıllarda özgün bir çalışma niteliğindedir. Yazarın ayrıca sanal cemaatler, dijital çağda dindarlığın dönüşümü ve dijital din araştırmaları konularındaki çalışmaları dikkat çekmektedir. Bu çalışmaları ile “teorik anlamda” yeni medyanın dinle ilişkisine Türkiye’de ilk değinen sosyolog olduğu söylenebilir. İnceleyeceğimiz kitabı da yazarın bugüne kadarki bilgi birikiminin bir hülasesi olarak değerlendirmek yerinde olacaktır.

Kitap çalışması, medyanın toplumsal düzeyde etkilerini anlamayı kolaylaştıracak ve yeni bir sosyolojik bakış açısı kazandıracak “medyatikleşme” kavramı üzerine temellendirilmiştir. Medyatikleşme teorisi çerçevesinde medya, din ve toplum üçgenindeki dönüşümleri incelemeyi hedefleyen söz konusu çalışma, spesifik olarak “dinin medyatikleşmesi”ni ele almaktadır (s. 7). Dijital çağ olarak adlandırabileceğimiz dönemde medyanın artan önemi çalışmanın da önemini ortaya koymaktadır. Kitap; giriş, sonuç ve kaynakça da dahil olmak üzere iki bölüm, 160 sayfeden müteşekkildir. İlk bölümde medyatikleşme teorisinin genel anlamda çerçevesi çizilmiş, ikinci bölüm ise dinin medyatikleşmesine hasredilmiştir. Ayrıca kitabın sonunda teoriye yönelik eleştiriler de dikkate alınarak birtakım değerlendirmeler yapılmıştır.

Yazar, çerçevesini çizdiği alanın “iletişim, medya, dijital medya, medya mantığı, dolayım, medyatikleşme, din” olarak sıralanabilecek temel kavramlarını yetkin isimler üzerinden tanımlayarak kitabın teori kısmına girmeden okuyucunun zihnini hazır hale getirmiştir. Günlük dilde popülerleşmeye yakın manada kullanılan “medyatikleşme”ye genişçe yer ayrılmış, kafa karışıklığı giderilmek istenmiştir. Buna göre kavram, “medyanın toplum, kültür ve toplumsal yapıları nasıl etkilediği ile ve bunların medya mantığına bağımlı hale geldiği dönüşümsel süreç” şeklinde tarif edilmektedir (ss. 27-27). Kitabın ilk bölümünde, İngilizce orijinalindeki fonetik benzerlik de dikkat çeken, dolayım-medyatikleşme (mediation-mediatization) üzerinde özellikle durularak aralarındaki farklar maddeler halinde belirtilmiştir. Altheide ve Snow’un “medya mantığı” şeklinde kavramlaştırdığı zihinsel durum teorisinin önemli sac ayaklarından ve kitle iletişim araçlarının kendilerine has bir mantıkla işlediği ileri sürülmüştür (s. 53). Bütüncül bir yaklaşımla düşünülecek

\* Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, e-mail: hasan.sari@mku.edu.tr, orcid.org/0000-0002-6355-4516, Hatay, Türkiye

olunursa medyatikleşmenin iletişimi aştığı, iletişimi genişlettiği söylenebilir. Ayrıca kurumlar yeniden yapılanmakta, bazı medya dışı faaliyetler medya ile birleşmekte, kullanıcılar ise git gide medya mantığına maruz kalmaktadır. Bu toplum sathında kognitif bir değişim meydana getirir. Gutenberg'den itibaren Thompson'ın tabiri ile bir "medya kültürü" oluşmaktadır (s. 44). Üstelik günümüzde küresel kapitalizmin etkisiyle baskın kültür haline geldiği de söylenebilir. Van Dijk de "ağ ekosistemleri"ne dikkat çekmiş, iletişim ağlarının gelişmesiyle dünyanın çevrim içi olunabilen herhangi bir yerinden sosyal ortama bağlanabilmenin mümkün olduğunu ifade etmiştir (s. 61). Bu erişim kolaylığı medyatikleşmenin de hızını ve etkisini artırmaktadır.

Gelişen teknolojinin son halkası "sosyal medya"ya çalışmada genişçe değinilmiştir. Onun bazı özellikleri, sosyal kurumlar karşısında medyanın baskın figür hale gelmesini anlaşılabilir kılar. Buna göre sosyal medya programlanabilirlik, popülerite, bağlanabilirlik ve verileştirme imkanlarına sahiptir ve böylelikle kendine has mantığını genişletebilmektedir (ss. 56-64). Sosyal medyanın sadece teknolojiye ilişkin programlanabilirlik özelliği üzerinde durulacak olsa dahi ne denli bir dönüşümle karşı karşıya olduğumuz anlaşılabilir. Ara yüzler, algoritmalar, içerik akışında belirli öğelerin seçimi, bazı öğelerin yan yana yerleştirilmesi, bazılarının öne çıkarılması, verinin kolayca depolanması ve ona hızla ulaşılması gibi programlama işlemlerinin insanların düşünme biçimine derin etkisi olmuştur. Dijital alanda gerçekleşen bu editoryal işlemler; günümüzde bina, bahçe, şehir estetiği gibi fiziki mekanların tasarımını dahi etkilemeye başlamıştır.

Kitapta medyatikleşme teorisinin toplumda meydana gelen mikro, mezo ve makro değişim dalgalarını medya bağlamında kavradığı belirtilmiştir. Medya teorileri ile sosyal teorilerin bir sentezini oluşturduğundan Haberli, onu hibrit teori olarak adlandırmıştır (s. 16). Buna göre medyatikleşme, şemsiye bir kavram olarak dikkate alınmalı ve kullanılmalıdır. Doğrudan iletişim süreçlerine gönderme yapmayıp toplumsal iletişim sonunda ulaşılan çıktılara yönelik eğilim gösterdiğinden teorisinin bütüncüllük arz ettiği de iddia edilmiştir (s. 46). Sosyal bilimciler medyatikleşmeyi -kullanılan medya tekniklerinden anlaşılabilirliği üzere- uzun soluklu, ardışık ve kümülatif bir "meta süreç" olarak görme eğilimindedir. Medyatikleşme her ne kadar dijital teknolojilerle ivme kazanmış olsa da "homo sapiens" in ilk semiosis (sembollerden anlam üretme) davranışlarına kadar geriye götürülebilir. Bu yönüyle birikimli bir devrim yaşandığı görülür. Öyle ki sürecin tipografik, basılı, görsel-işitsel ve dijital medyatikleşme şeklinde birtakım aşamalardan geçtiği ifade edilmiştir (ss. 71-73). Kavram modernite ile bağdaştırıldıktan sonra denilebilir ki küreselleşme, bireyselleşme ve ticarileşme süreçlerinin ardından gelen dördüncü meta-süreç medyatikleşmedir. Haberli de medyatikleşmeyi bu süreçlerle aynı seviyede kademeli bir dönüşüm süreci olarak nitelemektedir (ss. 75-77).

Medyatikleşme teorisinde iki türlü yaklaşım bulunmaktadır. Hjarvard'ın temsil ettiği "kurumsal yaklaşım" da medya dinamiklerinin sosyal kurumları kendi mantığına uymaya zorladığı ileri sürülmüştür. Coluldry ve Hepp'in geliştiricisi oldukları "sosyal inşacı yaklaşım" da ise medyanın merkez yer edindiği toplumlarda sosyal gerçekliğin dolayimli inşasının yaşandığı söylenmektedir (ss. 65-69). Medyatikleşme tarih boyu Meyrowitz'in kavramı ile bir "medya matris" i üretmiştir. Kitapta bu matris "mekanizasyon, elektrifikasyon, dijitalleşme ve derin medyatikleşme" olarak tasvir ve tasnif edilmiştir (ss. 78-86).

Değişen dünya düzleminde dinin yapılanmasını da anlaşılır kılacak "dinin medyatikleşmesi" kitapta özel olarak yer almıştır. Kutsalın tecrübesinin aktarımı sadece dolayımlla ile mümkün olduğundan din ile medya ilişkisinin geçmişini oldukça geriye götürmek mümkün görünmektedir. Bu sebeple medyatikleşme teorisi "iletişim biçimi olarak din" fikri üzerine odaklanır (s. 89). Günümüzde hayatta kalmak isteyen dinî düşünce, kurum veya geleneğin medyayla uyum geliştirmek mecburiyetinde kaldığı belirtilmiştir. Bu da bir nevi teorisinin gerekçesini oluşturur. Aile, okul, kilise ve benzerleri dinî düşüncenin taşıyıcısı durumunda iken bugün medyatikleşme ile bu kurumlar işlevlerini devretmek kertesine gelmişlerdir (s. 96).

Hepp, Martino ve Hjarvard teoride alt yapıyı kuran sosyal bilimcilerdir (s. 92). Özellikle Hjarvard'ın "Dinin Medyatikleşmesi" adlı eseri (2008) ve ardılları, medya ve din araştırmalarında temel referans alınmaktadır. Bu çalışmada da Hjarvard'ın ağırlığı hissedilmekte, onun çok sayıda kavram ve görüşünün irdelendiği göze çarpmaktadır. Ona göre dinin medyatikleşmesi toplumsal hayatta üç şekilde tezahür etmektedir. Medya kuruluşlarına ve uygulamalarına sahip olan dinî çevrelerce kullanılan "dinî medya" bunlardan biridir. Televangelizm ise bunun en tipik örneğidir. İkinci tezahür biçimi "dinî konular üzerine yapılan gazetecilik"tir. Din, her daim dikkat çeken bir fenomen olduğundan gazetecilikte de sıklıkla kullanılmak istenen bir enstrümandır. Dinin medyatikleşmesi son olarak seçicilikten, orijinallikten ve otantiklikten uzak, popüler bir durum arz edecek olmasıyla tasvir edilir. Hjarvard, bu durum için "banal din" tabirini kullanmaktadır. Arslan'ın çalışmalarında yer alan (2008, s. 12), halk dini ile ilişkilendirilmiş "popüler din" de aynı tezahür biçimini imlemektedir. Postmodern dönemde etkisi gittikçe artan dinin kurumsal kimliğinin kaybolarak özelleşmesi de aynı olgu ile alakalıdır ve dini bir nevi görünmez kılabilir (ss. 97-110).

Teorinin sekülerleşme teorisi ile bağlantısına özel bir başlık açan Haberli, dinî otoritede yaşanan irtifa kaybına değindikten sonra medyanın diğer kurumlardan farklılaşp dinin bazı işlevlerini kontrolü altına alması ile bu durumun açıklanabilir olduğunu belirtmiştir. Klasik sekülerleşme tezinde iddia edilen "kaybolma" yerine dinin fonksiyonlarında dönüşüm yaşanmasının medyatikleşme teorisine alan açtığını da vurgulamıştır. Nitekim günümüzde dinin kamusal temsilleri medya aracılığı ile kolaylıkla üretilip dolaşıma sokulabilmektedir. Bu durum dinin toplumsal varlığının bir anlamda artacağı anlamına da gelebilecektir. Haberli, bu iki teorinin doğrusal olmayan bir düzlemde (helezonik) gerçekleşen uzun süreçli akışlar olduğundan, yer ve zaman itibarıyla aynı şekil ve düzeyde gerçekleşmediğinin altını çizerek (2023, s. 119). Burada yazarın üzerinde durduğu diğer bir husus, dinin medyada görünürlüğü üzerinedir. Görünürlüğün artmasının kamusal alanda olumlu tasvir ve/veya dinî otoritenin artması anlamına gelmeyeceği özellikle vurgulanmıştır.

Kitabın tartışma bölümünde yeni sayılabilecek bir teori olarak dinin medyatikleşmesine gelen birtakım eleştiriler yer almıştır. Öncelikle dinle ilişkili diğer birçok sosyal teoride de rastlanan bir tartışma durumu söz konusudur. Bu, din tanımının çeşitliliğinden ve kesin olmayışından kaynaklanan bir problematiktir. Lövheim'in iddiasına göre medyatikleşme, dini büyük ölçüde zihinsel bir fenomene indirgeyerek dar bir çerçeveye sokmuştur (s. 121). Kitap yazarının bu konudaki yorumu ise Berger'e atıfla "tanımın doğru ya da yanlışlığından ziyade yararlılığı üzerinde durmak gerektiği" şeklindedir. İkinci eleştiri dijitalliğe ilişkindir. Bir tezahür biçimi olarak dinî medya ile dijital medyanın aynı şey olmadığı, dijital medyanın da dinin tezahürü olarak ayrıca ele alınması gerektiği belirtilmiştir. Ciddi sayılabilecek diğer bir iddia ise teorinin ancak Batı, özellikle Kuzey-Batı Avrupa ülkelerinin sosyo-kültürel gerçekliğine uygun olabileceği, dünyanın geri kalanında geçerli olmayacağı yönündedir (ss. 122-124). Yazar tüm bu eleştiri, tartışma ve karşılaştırmaların teoriye katkı sağlayacağı iddiasındadır.

"Medyatikleşme ve Din" kitap çalışmasının teorik çerçeveye dayalı geniş bir kapsamı bulunmakta ve spesifik bir amaca yaslanmaktadır. Yazar, kitabın önsözünde belirttiği "medyatikleşme çerçevesinde medya, din, toplum üçgeninde dönüşümleri inceleme" hedefine ulaşmış görünmektedir. Bu uğurda başta İngilizce literatür olmak üzere detaylı bir tarama yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu çalışmayla "medya ve din çalışmaları"nda edindiği rolü pekiştiren Haberli'nin alandaki bir ihtiyacı karşılayarak yeni araştırmacılara rehber niteliğinde bir eser bıraktığı söylenebilir. Diğer yandan kitabın zihni yorması muhtemel soyut kavramlara vukufiyet için entelektüel manada bir hazır bulunuşluluk gerektirdiği de belirtilmelidir.

Yazar akademik üslubu koruma konusunda oldukça titiz davranmış; yoğun ve özlü bir anlatımı benimsemiştir. Okuyucunun muhayyilesine hitap edecek örnekler de sıralanmıştır. Kullanılan belli başlı terimleri tanımlamaya da hatırı sayılır bir yer ayırmıştır. Dikkat çeken diğer bir husus öznel değerlendirmelerin az sayıda oluşudur. Adeta yazar metnin birçok yerinde teorik açıklamaların

ardına gizlenmiş gibidir. Konunun belli başlı unsurlarının medya alanında tanınmış isimlere referansla anlatılması tercih edilmiştir. Diğer yandan kanaatimizce eserde dijital teknolojilerin din üzerindeki etkisine daha fazla yer ayrılabilirdi. Medyatikleşmenin bir alt unsuru sayılabilecek “dijital din” bahsinin ise kısa tutulduğu görülmektedir. Ayrıca ülkemizde yeni filizlenmiş medya ve din çalışmalarına yazar isimleriyle değinilse de bu çalışmaların içeriklerine daha fazla yer verilebilirdi. Ancak bu husus, konuyu medyatikleşme bağlamından uzaklaştırma riski barındırdığından bu tutumu bilinçli bir tercih saymak da mümkündür. Yine de kitap içeriğinin sosyal bilimlerin fayda prensibine dayalı “aydınlatma” işlevini yerine getirdiğine kaniyiz.

Dinin medyatikleşmesi, maneviyat ve eğlencenin sınırlarının bulanıklaşması anlamına da gelebileceğinden teorinin hep sorgulanan bir durum arz edeceği de öngörülmelidir. Teorinin geleceği hususunda yazar, kitabın sonunda dikkat çekici bir değerlendirmede bulunur. Ona göre “yapay zekâ, metaverse, transhuman” benzeri teknolojik gelişmelerin teori üzerinde belirleyiciliği bulunmaktadır. Diğer bir deyişle medyatikleşme bahsinin yakın gelecekte yeni gelişmelere ve tartışmalara sahne olacağı kuvvetle muhtemeldir.

### Kaynakça

- Arslan, M. (2008). Popüler dini yönelimlerin incelenmesinde karşılaşılan güçlükler ve çözüm önerileri. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 6(15), 9-34.
- Haberli, M. (2014). *Sanal din: Tarihsel, kuramsal ve pratik boyutlarıyla internet ve din*. Açılım Kitap.
- Haberli, M. (2023). *Medyatikleşme ve din, kavram-teori-tartışma*. Kitabı Yayınları.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*, 6, 9-26.

## Mediatization and Religion: Concept-Theory-Discussion

Hasan SARI\*

**Book Details:** Haberli, M. (2023). *Medyatikleşme ve Din: Kavram-Teori-Tartışma*, İstanbul: Kitabı Yayınları, 160 pages.

In the academic world of the 21st century, the impact of digitisation and networked technologies on everyday life has made ‘media studies’ an indispensable part of the social and cultural landscape. The number of social studies and researchers in this field is growing by the day. Mehmet Haberli’s book *Mediatization and Religion* (2023), which we will present, deals with this critical issue and explains the changes that have taken place in the context of mediatization using the method of meta-analysis. Dr. Haberli is a researcher who has a sociological and communicative imagination about the developing media culture and has pioneered the study of media in the context of religion in Turkish academy. In particular, his book *Cyber-Religion* (2014) is a original work in the years when the media opened a new track in the sociology of religion literature. The author’s studies on virtual communities, the transformation of religiosity in the digital age and digital religion research are also noteworthy. With these studies, it can be said that he is the first sociologist in Turkey to address the relationship between new media and religion in a “theoretical sense”. It would be appropriate to consider the book under review as a summary of the author’s knowledge to date.

The book study is based on the concept of “mediatization”, which facilitates the understanding of the effects of the media at the social level and offers a new sociological perspective. This study, which aims to examine the transformations in the triangle of media, religion and society within the framework of mediatization theory, deals specifically with the “mediatization of religion” (p. 7). The increasing importance of the media in what we can call the digital age demonstrates the significance of this study. The book consists of two chapters and 160 pages, including an introduction, conclusion and bibliography. The first part outlines the theory of mediatization in general, while the second part is devoted to the mediatization of religion. In addition, at the end of the book, some evaluations are made, taking into account the criticisms of the theory.

The author has prepared the reader’s mind before entering the theoretical part of the book by defining the basic concepts of the field, which can be listed by competent names as “communication, media, digital media, media logic, mediatization, mediatization, religion”. “Mediatization”, which is used in everyday life in a sense close to popularization, is given a wide space in order to eliminate confusion. Accordingly, the concept is defined as “the transformational process of how media influence society, culture and social structures and how they become dependent on media logic” (pp. 27-27. In the first part of the book, the differences between the

\* Assist. Prof. Dr., Hatay Mustafa Kemal University, e-mail: hasan.sari@mku.edu.tr, orcid.org/0000-0002-6355-4516, Hatay, Türkiye



concepts of mediation and mediatization are explained in bullet points, which also draws attention to the phonetic similarity in the English original.

The mental state conceptualised by Altheide and Snow as ‘media logic’ is an important pillar of the theory, which argues that mass media operate with a logic of their own (p. 53). In a holistic approach, it can be said that mediatization transcends and extends communication. Moreover, In addition, organisations are being restructured, some non-media activities are merging with media, and media users are increasingly exposed to media logic. This leads to a cognitive change throughout society. Since Gutenberg, a “media culture” has emerged, as Thompson calls it (p. 44). Moreover, it can be said that it has become the dominant culture today under the influence of global capitalism. Van Dijk also drew attention to “network ecosystems”, noting that with the development of communication networks, it is possible to connect to the social environment from anywhere in the world that is online (p. 61). This ease of access increases the speed and impact of mediatization.

“Social media”, the last link of the evolving technology, is discussed extensively in this study. Some of its characteristics make it understandable that the media have become the dominant figure in the face of social institutions. Accordingly, social media has the possibilities of programmability, popularity, connectivity and verification, and thus can extend its own logic (pp. 56-64). Even if we focus only on the technological programmability of social media, we can understand the extent of the transformation we are facing. Programming processes such as interfaces, algorithms, selection of certain elements in the flow of content, juxtaposition of some elements, highlighting of others, easy storage of data and quick access to it have had a profound impact on the way people think. These digital editorial processes have even begun to influence the design of physical spaces such as buildings, gardens and urban aesthetics.

The book states that mediatization theory encompasses the micro, meso and macro waves of change in society in the context of the media. Because it is a synthesis of media and social theories, Haberli calls it a hybrid theory (p. 16). Accordingly, mediatization should be seen and used as an umbrella concept. It has also been argued that the theory is holistic because it does not refer directly to communication processes, but rather focuses on the outcomes of social communication (p. 46). Social scientists tend to see mediatization as a long-term, sequential and cumulative ‘meta-process’, as evidenced by the media techniques used. Although mediatization has gained momentum with digital technologies, it can be traced back to the first semiosis (producing meaning from symbols) behaviours of “homo sapiens”. In this respect, we can see that there is a cumulative movement. Indeed, it has been noted that the process has passed through a number of stages in the form of typographic, print, audiovisual and digital mediatization (pp. 71-73). In relation to modernity, mediatization is the fourth meta-process that comes after globalisation, individualisation and commercialisation. Haberli also describes mediatization as a gradual process of transformation at the same level as these processes (pp. 75-77)

There are two approaches to the theory of mediatization. The ‘institutionalist approach’, represented by Hjarvard, argues that media dynamics force social institutions to conform to their logic. The ‘social constructionist approach’ developed by Coludry and Hepp, on the other hand, argues that the mediated construction of social reality takes place in societies in which the media play a central role (pp. 65-69). Mediatization has historically produced what Meyrowitz calls a “media matrix”. The book describes and classifies this matrix as “mechanisation, electrification, digitalisation and deep mediatization” (pp. 78-86).

A special place in the book is given to the “mediatization of religion”, which makes it possible to understand the structuring of religion in the changing world. Since the transmission of the experience of the sacred is only possible through mediation, it seems possible to trace the history of the relationship between religion and the media back quite far. For this reason, the theory of

mediatization focuses on the idea of “religion as a form of communication” (p. 89). It argues that any religious thought, institution or tradition that wants to survive today has to develop harmony with the media. This is, in a sense, the theory’s justification. While the family, school, church and the like were the carriers of religious thought, today, with mediatization, these institutions have come to the point of handing over their functions (p. 96).

Hepp, Martino and Hjarvard are the social scientists who built the infrastructure of the theory (p. 92). In particular, Hjarvard’s “The Mediatization of Religion” (2008) and its successors are taken as the main reference in media and religion studies. Hjarvard's importance is also felt in this study, and it is noticeable that many of his concepts and views are examined. According to him, the mediatization of religion manifests itself in social life in three ways. “Religious media”, used by religious circles with their own media organisations and practices, is one of them. Televangelism is the most typical example. The second manifestation is “journalism on religious issues”. Since religion is a phenomenon that always attracts attention, it is a tool that is often used in journalism. Finally, the mediatization of religion is presented as a popular phenomenon that is far from being selective, authentic and truthful. Hjarvard uses the term “banal religion” to describe this situation. The “popular religion” associated with folk religion in Arslan’s work (2008, p. 12) can also be associated with the same form of manifestation. The loss and privatisation of the institutional identity of religion, which has become increasingly influential in the postmodern period, is also related to the same phenomenon and can render religion somewhat invisible (pp. 97-110).

Opening a special chapter on the link with the secularisation theory, Haberli, after mentioning the loss of altitude of religious authority, stated that this situation can be explained by the fact that the media have differentiated themselves from other institutions and have taken over some of the functions of religion. He also emphasised that the transformation of religion’s functions, rather than its “disappearance” as claimed in the classical secularisation thesis, opens up space for the theory of mediatization. Indeed, public representations of religion can now be easily produced and disseminated through the media. This situation may also mean that the social presence of religion is, in a sense, increasing. Haberli emphasises that these two theories are long-term flows that take place on a non-linear plane (spiral), so they do not take place in the same way and at the same level in time and place (p. 119). Another issue that the author emphasises here is the visibility of religion in the media. It is emphasised that increased visibility does not necessarily mean positive portrayal and/or increased religious authority in the public sphere.

The discussion section of the book presents some criticisms of the mediatization of religion as a relatively new theory. First, there is a controversy that can be found in many other social theories of religion. This is a problem that arises from the diversity and imprecision of the definition of religion. Lövheim argues that mediatization has largely reduced religion to a mental phenomenon and placed it within a narrow framework (p. 121). The author’s comment on this is that, quoting Berger, “the usefulness of the definition should be emphasised rather than its accuracy or inaccuracy”. The second criticism relates to digitality. It is claimed that religious media as a form of manifestation is not the same as digital media, and that digital media as a manifestation of religion should be considered separately. Another serious claim is that the theory can only be appropriate to the socio-cultural reality of the West, especially North-West Europe, and not to the rest of the world (pp. 122-124). The author believes that all these criticisms, discussions and comparisons will contribute to the theory.

The book "Mediatization and Religion" has a broad scope based on the theoretical framework and relies on a specific purpose. The author seems to have achieved the goal of "examining the transformations in the triangle of media, religion and society within the framework of mediatization" stated in the preface of the book. To this end, it is understood that a detailed review has been conducted, especially in the English literature. It can be said that Haberli, who has reinforced his role in "media and religion studies" with this work, has fulfilled a need in the field and

produced a work as a guide for new researchers. On the other hand, it should be noted that the book requires an intellectual readiness to grasp abstract concepts that are likely to tire the mind.

The author has been very meticulous in preserving the academic style and has adopted a dense and concise narrative. Examples are also listed to appeal to the reader's imagination. He also devotes considerable space to defining the main terms used. Another noteworthy point is the low number of subjective evaluations. It is preferred to explain the main elements of the subject with references to well-known names in the media field. On the other hand, in our opinion, the book could have devoted more space to the impact of digital technologies on religion. It is seen that the mention of "digital religion", which can be considered a sub-element of mediatization, is kept short. In addition, even though the authors' names are mentioned in the new media and religion studies that have recently sprouted in Türkiye, the contents of these studies could have been given more space. However, since this issue carries the risk of distancing the subject from the context of mediatization, it is also possible to consider this attitude as a conscious choice. Nevertheless, we believe that the content of the book fulfills the "enlightening" function of social sciences based on the principle of utility.

Since the mediatization of religion can also mean the blurring of the boundaries between spirituality and entertainment, the theory is bound to be challenged again and again. As for the future of the theory, the author makes a remarkable assessment at the end of the book. According to him, technological developments such as "artificial intelligence, metaverse, transhumanism" will have a decisive impact on the theory. In other words, it is highly likely that the issue of mediatization will see new developments and debates in the near future.

## References

- Arslan, M. (2008). Popüler dini yönelimlerin incelenmesinde karşılaşılan güçlükler ve çözüm önerileri. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 6(15), 9-34.
- Haberli, M. (2014). *Sanal din: Tarihsel, kuramsal ve pratik boyutlarıyla internet ve din*. Açılım Kitap.
- Haberli, M. (2023). *Medyatikleşme ve din, kavram-teori-tartışma*. Kitabı Yayınları.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*, 6, 9-26.

### Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

*The research was conducted by a single author.*

\*\*\*\*\*

### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

*There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.*

\*\*\*\*\*

### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale bir benzerlik taramasından geçirilmiştir ve dergi beklentilerini karşılamaktadır.

*This article has undergone a plagiarism check and meets the expectations of the journal.*

\*\*\*\*\*

### Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi"

kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

*In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.*



# MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

