

**Sosyal Medyada Yer Alan Aile Söylemlerinin Analizi: Dini Perspektifli
Fenomenler ve YouTube Örneği**
**Analysing Family Discourses on Social Media: The Case of Religious
Perspective Phenomena and YouTube**

Recep UÇAR

Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Eğitimi Anabilim Dalı, Malatya, Türkiye
Assoc. Prof., İnönü University, Faculty of Theology, Department of Religious Education Malatya,
Turkey.

recep.ucar@inonu.edu.tr ORCID: 0000-0003-0520-577x

Tuba KURT

Doktora Öğrencisi, Millî Eğitim Bakanlığı, Konya, Türkiye
PhD Candidate, Ministry of National Education, Konya, Turkey
tuba_ordinaryus@hotmail.com ORCID: 0000-0003-1653-6312

Atıf/©: Uçar, Recep- Kurt, Tuba. Sosyal Medyada Yer Alan Aile Söylemlerinin Analizi: Dini Perspektifli Fenomenler ve YouTube Örneği, *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı 11 22, ss. 77-102.

Citation/©: Uçar, Recep- Kurt, Tuba. Analysing Family Discourses on Social Media: The Case of Religious Perspective Phenomena and YouTube, *Kafkas University Faculty of Divinity Review*. Issue 11-22, pp. 77-102.

Makale Bilgisi / Article Information:

Doi : 10.17050/kafkasilahiyat.1475523

Type / Türü: Research Article / Araştırma Makalesi

Received / Geliş Tarihi: 29 Nisan / April 2024

Accepted / Kabul Tarihi: 8 Temmuz / July 2024

Published / Yayın Tarihi: 15 Temmuz / July 2024

Volume / Cilt: 11; Issue / Sayı: 22; Pages / Sayfa: 77-102.

Suggested ISNAD Citation: Uçar, Recep- Kurt, Tuba. Sosyal Medyada Yer Alan Aile Söylemlerinin Analizi: Dini Perspektifli Fenomenler ve YouTube Örneği, *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (Temmuz- July 2024), 77-102.

Notlar/Notes

Bu makale, 17-19/11/2023 tarihleri arasında Rize’de düzenlenen Uluslararası Gelecekte Aile Sempozyumu’nda “Sosyal Medyada Yer Alan Aile Söylemleri: Dini Perspektifli Fenomenler ve YouTube Örneği” başlığıyla sunulan özet bildiri genişletilerek hazırlanmıştır.

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Turnitin/Ithenticate/İntihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir

Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/İntihal

Licensed by CC-BY-NC ile lisanslıdır

www.dergipark.org.tr

Analysing Family Discourses on Social Media: The Case of Religious Perspective Phenomena and YouTube

Recep UÇAR

Tuba KURT

Abstract

Social media should be understood in the context of the theoretical background of changes brought about by the modern and postmodern periods in individual and social life. This is important for understanding the distinction between reality and simulation. The continuation of religious discourse, where this change is most evident, on social media is a result of people's spiritual quests.. Although there are studies on the relationship between religion, religious issues, and social media, it has been observed that there are no studies examining the discourses of religious addresses regarding the family, which is important for individual and social life. This study analyzed the discourses on family by four account holders with a religious perspective on YouTube, a social media platform. The aim is to understand and interpret how account holders use language in their family-related discourses, the meanings behind these expressions, and how they propose solutions to problems based on their mental representations and understanding of the social world. Analyzing the family-related discourses on YouTube through religious discourse addresses is considered important for predicting the future of the family. Teun Adrian van Dijk's discourse analysis theory was used as the method in the study. Data were analyzed from both macro and micro perspectives. The discourses within the videos were considered as the primary data for the study. Samples were selected based on criterion sampling. The findings highlighted the paradigm that there is a functional change and transformation in the network of relationships that constitute the family within the context of values and lifestyle. Social media and the internet, which are products of modern culture, have been seen as a serious reason for the dissolution of the family institution. It was noteworthy that the discourses on the future of the family were presented in the form of a general moral norm, as if they were the same in every society, dependent on the past and limited to tradition. It was observed that the videos were dominated by a sexist discourse that privileges a single subject and that slogan-like and exaggerated expressions were used quite intensely in terms of style. This study is expected to contribute to the studies to be carried out in the field of non-formal religious education in terms of making a correct understanding of the discourses about the family, which are used and exposed to more and more people day by day, and addressing which contradictions may arise and how it is transformed while transferring religion, which carries universal messages, to changing situations in the digital age.

Keywords: Religious education, van Dijk, Discourse analysis, YouTube, Family

Sosyal Medyada Yer Alan Aile Söylemlerinin Analizi: Dini Perspektifli Fenomenler ve YouTube Örneği

Recep UÇAR

Tuba KURT

Öz

Sosyal medyayı, modern ve postmodern dönemin birey ve toplum yaşamı açısından meydana getirdiği değişimlerin teorik arka planı eşliğinde okumak gerekir. Bu durum gerçeklik ve simülasyon arasındaki zemini anlamlandırabilmek açısından önemlidir. Bu değişimin en bariz hissedildiği dini söylemin varlığını sosyal medya üzerinden devam ettirmesi, insanların manevi arayışlarının bir sonucudur. Din ve dini konuların sosyal medya ile ilişkisini ele alan çalışmalar mevcut olmakla birlikte, dini söylem içerikli adreslerin birey ve toplum yaşamı için önemli konumda yer alan aileye ilişkin söylemlerini inceleyen çalışmalara rastlanmadığı görülmüştür. Bu çalışmada bir sosyal medya aracı olan YouTube'daki dini perspektifli dört hesap sahibinin aileye ilişkin söylemleri incelenmiştir. Amaç, hesap sahiplerinin aileye ilişkin söylemlerinde kullandıkları ifadelerde ve bu ifadelerin ardında yatan anlamlarda dili nasıl kullandıklarını, soruna hangi zihinsel temsillere ve sosyal dünya anlayışına dayanarak nasıl bir çözüm getirdiklerini anlamaya ve yorumlamaya çalışmaktır. YouTube'daki aileye yönelik söylemleri dini söylem içerikli adresler üzerinden incelemenin, ailenin geleceğini yordamak açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Çalışmada yöntem olarak Teun Adrian van Dijk'in söylem analizi kuramı kullanılmıştır. Veriler makro ve mikro açıdan analiz edilmiştir. Videoların içerisinde yer alan söylemler çalışma kapsamında temel veri olarak değerlendirilmiştir. Ölçüt örnekleme göre örneklem seçimi yapılmıştır. Elde edilen bulgularda değerler ve yaşam tarzı bağlamında aileyi oluşturan ilişkiler ağında işlevsel açıdan bir değişim ve dönüşüm olduğu paradigması ön plana çıkmıştır. Modern kültürün ürünü olan sosyal medya ve internet, aile kurumundaki çözümlerde ciddi bir sebep olarak görülmüştür. Ailenin geleceğine yönelik söylemlerin genel ahlaki bir norm biçiminde, her toplumda aynıymış gibi, geçmişe bağlı ve gelenekle sınırlı bir yapıda sunulduğu dikkatleri çekmiştir. Videolarda tek bir özneyi imtiyazlı kılan cinsiyetçi bir söylemin hâkim olduğu, üslup açısından da slogan benzeri ve abartı ifadelerin oldukça yoğun kullanıldığı görülmüştür. Bu çalışmanın gün geçtikçe daha fazla insan tarafından kullanılan ve maruz kalınan aileye yönelik söylemlerin doğru bir biçimde anlamlandırılması, evrensel nitelikli mesajlar taşıyan dinin dijital çağda değişen durumlara aktarılırken hangi çelişkilerin ortaya çıkabileceğinin ve nasıl bir dönüşüm geçirdiğinin ele alınması açısından yaygın din eğitimi alanında yapılacak çalışmalara katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Din eğitimi, van Dijk, Söylem analizi, YouTube, Aile

Giriş

Toplumsal hayatın tüm ayrıntılarına sirayet eden ve bireyin yaşamında her daim yeniliğe sebep olabilen dini ve sosyal medyayı, modern ve postmodern süreçleri göz önünde bulunduran teorik arka plan eşliğinde okumak önemlidir. Nitekim bu süreçte sosyal medya, bireylerin gerçeklik ve toplumsal olana yönelik görüşlerini inşa ettiği fonksiyonel ve sanal

bir ortam haline gelmiştir. Din ise modernitenin rasyonelleşmeyi esas alan kolektif ve paylaşılan bir sosyal yaşam tavrına karşın, postmodern dönemde bireyselleşmiş yaşamların içerisinde yeniden inşa edilmiştir.¹ Bu durumda postmodern dönemde dine, modern dönemde olduğundan daha geniş bir yaşam alanı açıldığı söylenebilir. Meta-anlatılar ile üst otoritelerin sonu olarak kabul edilen göreceliliği, özneliliği² ve perspektifçiliği esas alan bu yeni alanda dinin varlığını sosyal medya üzerinden devam ettirmesi insanların bireysel anlamda manevi arayışlarının bir sonucu olarak izah edilebilir.

Modern dönemin düşünsel anlamdaki homojenliğine karşın postmodern dönemde bakış açılarının heterojenliğini esas alması sosyal medyadaki dini aktörlerin çeşitliliğini, görünürlüğünü ve söylemlerini artırmada etkili olmuştur. Öyle ki sosyal medyada yer alan bu durum geleneksel olandan farklı görünerek dini olanın kapsamına katkı sunacak bir nitelik taşımasından ötürü “dijital din” kavramıyla ifade edilmiştir.³ Dijital medyaya yönelik ilginin artması sosyal medya platformlarında dini hassasiyetleri olan ya da kendini dindar olarak tanımlayan kişilerce veya kurumlarca oluşturulan çok sayıda dini içerikli hesap ve kanal yer almaktadır. Bu hesap ve kanallar kullanıcılarına dijital din olgusu bağlamında dini konulardaki inanç ve düşüncelerini dijital bağlam içerisinde yeniden üretmek için iletme amaçlamaktadır. Dinin dijital ortamdaki genişlemesi durumu sosyal medyanın din eğitimi alanında kullanılması yönündeki yaklaşımlara da etki etmeye başlamıştır. Öyle ki klasik eğitim anlayışından daha birey merkezli eğitim anlayışına ayrıca buna uygun sosyal medya araçlı din eğitimi uygulamalarına yoğun bir geçiş yaşanmıştır. Hem dinin keşfedilmeyi bekleyen mevcudiyetlerinden hem de hesap sahiplerinin inanç ve düşüncelerini iletme hedefinden ötürü pek çok kişi de sosyal medyayı sadece iletişim amaçlı değil dini bilgi arama gayesiyle de kullanır hale gelmiştir. Özellikle de sosyal medyanın tek bir görüşe bağlı kalmadan özgürce seçim yapabilme, ne öğreneceklerine dair farklı bakış açılarına seçebilme ve kendi kendine öğrenmeyi mümkün kılma yönü de kullanıcıların kendi seviyelerine uygun bilgilere erişebilmelerine imkân tanımıştır. Bu durum dini konularda geleneksel bilgi arama yöntemlerinin varlık alanını daraltıyor gibi görünmekle birlikte bu alanda alışlagelmişin dışında birtakım yeni yöntemlerin varlığına da olanak sağlamıştır. Bu durum “kulağı esas alan dini hitabın, göze dayalı bir izleme kültürüne emanet edilmesi” şeklinde tasvir edilir.⁴ Yapılan bir araştırmada, geleneksel dini bilgi edinme davranışlarının internetin gelişmesiyle birlikte özellikle gençler arasında değişim trendi gösterdiği ortaya çıkmıştır.⁵

¹ Abdülaziz Yeniyoğlu- Handan Karakaya, “Postmodern Dönemde Sosyal Medya Alanları Üzerinde Din”, *Diyanet İlmî Dergi* 58/4 (20 Aralık 2022), 1478.

² Erol Erkan, “Postmodern Dönemde Ontolojik Anlam Aracı Olarak Dinî Kimlik”, *Journal of Turkish Studies* 8/8 (01 Ocak 2013), 1830-1831.

³ Heidi A. Campbell- Ruth Tsuria, *Dijital Din Dijital Medyada Dinî Pratikleri Anlamak*, çev. Kemal Ataman vd. (İstanbul: İz Yayıncılık, 2023), 5.

⁴ Nazife Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak* (İstanbul: İnsan Yayınları, 2022), 10.

⁵ Mustafa Temel, “İnternet Üzerinden Dini Bilgi Edinme Süreci ve Eleştirel Yeterlilikler: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, *Journal of International Social Research* 11/59 (25 Ekim

Araştırmada gençlerin dini bilgi edinme sürecinde internet kaynaklarının en çok da tamamlık/bütünlük, anlaşılabilirlik, kaynağa dair uzmanlık gibi hususlara dikkat çektikleri görülmektedir. Ortaya çıkan bu durum sosyal medya platformlarında yer alan aktörlerin ve söylemlerinin din eğitimi açısından değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Mcintyre,⁶ internette olgu ile kanaatin artık yan yana sunulduğunu belirterek hiçbir filtrenin ve güvenlik araştırmasının olmadığı bugünlerde okurların ve izleyicilerin yanlış yayınlara maruz kalarak neye inanacağını şaşırıldığını belirtmektedir. Çünkü editoryal denetimin olmaması neticesinde, manipüle edilip edilmediğimiz sorusu cevapsız kalmaktadır. Benzer şekilde sosyal medyada açık erişimli, sansüresiz ve otoriteden uzak bir biçimde yayınlanan içerikler her ne kadar toplumun dini inanç ve düşünce noktasında bilinçlenmesi ve sosyalleşmesi adına olumlu katkılar sunsa da sağlıklı olmayan, anlamı çarpıtılmış ayet ve hadislerin paylaşımı dini inanç ve ahlaki değerlerin dejenerasyonuna yol açabilmektedir.⁷ Bundan ötürü gün geçtikçe daha fazla insan tarafından kullanılan ve maruz kalınan bu tür söylemlerin doğru bir biçimde anlamlandırılması, evrensel nitelikli mesajlar taşıyan dinin dijital çağda değişen durumlara aktarılırken hangi çelişkilerin ortaya çıkabileceğinin ve nasıl bir dönüşüm geçirdiğinin ele alınması din eğitimi alanında yapılacak çalışmalara destek sağlamak açısından önemlidir. Nitekim dini bilgi kaynaklarının ve dini bilgiyi öğrenme yollarının çeşitlilik kazanması, sosyal medyanın din eğitimi açısından değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

2000'li yıllardan itibaren din ve/veya dini konuların medyada ne şekilde ele alındığını inceleyen çalışmalar mevcuttur.⁸ Ancak söz konusu çalışmalarda hesap sahiplerinin genel anlamda dini konuların özel anlamda ise birey ve toplum hayatında büyük etkisi olduğu düşünülen aile içerikli konuların ele alınışında nasıl bir dil kullandıkları, bu dilin ardındaki düşünce yapısını ve iletilen mesajın şekillenmesinde bu dilin nasıl bir işlev gördüğü konusunun yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Çalışmada öncelikle YouTube üzerinden bilgiye erişimde sosyal medyanın önemi ele alınacak, ardından dini perspektifli fenomenlerin aile içerikli söylemleri analiz edilip tartışılacaktır.

1. Sosyal Medya, Bilgiye Erişim ve Youtube

Bilgi çağı, iletişim teknolojisi ve küreselleşmenin bir ürünü olan sosyal medya, etkileşim ve Web temelli hizmetlerinin yanı sıra bireylerin sınırlandırılmış bir sistemde kamusal ya da yarı-kamusal profil inşa etmelerine, diğer kullanıcıların paylaşımlarına

2018), 1123.

⁶ Lee McIntyre, *Hakikat Sonrası*, çev. Mehmet Fahrettin Biçici (İstanbul: Tellekt, 2019), 89.

⁷ Mehmet Haberli, "I. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı", *Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme*, 2018, 640.

⁸ Ayşe Zişan Furat, "Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından İmkân mı, Tehdit mi?", *Dijitalleşen Din Medya ve Din 2*, ed. Mete Çamdereli vd. (İstanbul: Köprü Kitap, 2015); Bayramali Nazıroğlu, "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı", *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2 (2015), 191-220; Cemil Oruç, "Çocuk Medyalarında Dinin Sunuluşu", *Çocuk ve Medeniyet Dergisi* 6/12 (18 Aralık 2021).

ekleme yapabilmelerine izin veren⁹ kısa sürede büyük kitleler için ortak zemin haline gelen bir yapıdır.¹⁰

Teknolojinin gelişimi pek çok alanda olduğu gibi öğrenmenin yeni yolları ve bilgiye ulaşım kanallarında da değişim ve çeşitlilik meydana getirmiştir. Öyle ki bu değişim formal öğrenme alanı ile informal, yaygın ve işbirlikli öğrenmeyi de kapsayacak biçimde genişlemiştir. Bütün bu eğitim kanalları, bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarını şekillendirip inşa ettiği gibi ahlaki ve sosyal yaşantısı üzerinde de pay sahibi olmuştur. Sosyal medya platformları sağladığı imkânlardan ötürü insanların bilgiye erişimlerinde kolay ve özgürce uyum sağladıkları en önemli ve günlük hayatlarının vazgeçilmez eğitim kanalları arasına girmiştir. Nitekim Bauman’a göre bireyler bu mecrada daha aktif, daha rahat ve daha açık sözlüdür.¹¹ Böylelikle dine ait konular bu platformlar sayesinde bilgiye erişim noktasında daha çok görünürlük ve değişim kazanmıştır. Bütün bunlar sosyal medyanın din eğitimi konusunda alternatif bir araç olduğunun göstergesi¹² olduğu gibi dini alanda bilgi edinme parametrelerinin yeni bir boyuta taşındığının da ifadesi sayılabilir.

Bilgiye erişim noktasında en sık kullanılan sosyal medya araçlarından biri de YouTube’dur. YouTube kullanıcıları sitenin kendilerine sunduğu etkileşim özelliği ile diğer sosyal medya sitelerinin aksine yalnızca sosyal etkileşim sağlamakla kalmayıp istedikleri videoyu yükleyerek kendilerine ait kanal oluşturabildikleri gibi erişilebilirlik özelliği sayesinde de bu videoların istenilen zamanda görüntülenebilmesini sağlayabilmektedir.¹³ Bu durum kullanıcılarının farklı motivasyonlar ile “user generated content” olarak adlandırılan içerik üretmelerine, aramalarına ve paylaşımlarına olanak sağlamaktadır. Sayılan özelliklerden dolayı YouTube’daki kullanıcı katılımının doğası, diğer sosyal medya platformlarındaki katılımdan farklıdır.¹⁴ Jenkins ve Carpentier’e göre ise YouTube’daki sosyal katılım aslında “minimalisttir.”¹⁵ Bu kavram YouTube’daki içerik üreticisinin paylaştığı içeriklerle kendi muhatap kitesini etkileyebilmesi şeklinde anlaşılabilir. Bütün bu işlevler YouTube’un yalnızca eğlence amaçlı değil, etkileşim kurma, bilgi edinme ve öğrenmeye katkı sağlama için de kullanıldığının göstergesidir.

⁹ Danah m. Boyd- Nicole B. Ellison, “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication* 13/1 (2007), 210-230.

¹⁰ Eda Akgün, “Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi”, *Yeni Medya* 4 (01 Eylül 2018), 30.

¹¹ Zygmunt Bauman, *Kimlik*, çev. Mesut Hazır (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2017), 38.

¹² Nazıroğlu, “Din Eğitiminin Gerekliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı”, 200.

¹³ Zeynep Dondurucu- Uluçay Ayşe Pınar, “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi”, *International Journal of Social Sciences and Education Research* 1/3 (2015), 1064.

¹⁴ Jane Klobas vd., “Problematic and extensive YouTube use: first hand reports”, *Online Information Review* 43/4 (06 Eylül 2018).

¹⁵ Henry Jenkins- Nico Carpentier, “Theorizing participatory intensities A conversation about participation and politics”, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 19/3 (01 Ağustos 2013), 10.

Statista'nın verilerine göre Kasım 2022 itibariyle YouTube'a dünya çapında yaklaşık 75 milyar ziyaret gerçekleştirilmiştir. Nisan 2022'de ise dakikada yaklaşık 500 saatlik video yüklenmiştir.¹⁶ We Are Social'ın "Ocak 2023 Dijital Dünya" raporuna göre ise toplam nüfusun % 73.1'inin sosyal medya kullandığı Türkiye'de YouTube 57.9 kullanıcı sayısı ile en fazla ilgi gören sosyal medya platformu arasına girmiştir.¹⁷ Ortaya çıkan bu verilere yakından bakıldığında, Türkiye'de önemli oranda insanın sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. Ayrıca bu veriler muhatap kitle ile iletişim kurabilmek adına YouTube'un önemini göstermek ve dini söylem içerikli adreslerin aileye dair ifadelerini analiz edebilmek açısından önemlidir.

2. Dini Perspektifli Fenomenler ve Aile Söylemi

Dini perspektifli fenomenler İslam dininin varsayımlarını, teorilerini ve değerlerini odağına alarak yaptığı paylaşımlarla ön plana çıkan fikirleri, davranışları ve inanışları ile anonim bir muhatap kitlesini vaazları ve nasihatleri ile bilgilendiren takipçi sayısı yüksek sosyal medya kullanıcılarıdır. Popüler kültür ile postmodernizmin bireyi görünür ve dikkat çekici kılmaya yönelik etkisi, kısa sürede çok sayıda insana ulaşabilme arzusu ve takipçilerinin seçimleri üzerinde etkili olabilme düşüncesi dini perspektifli fenomenlerin dine ait her türlü içerik konseptini sosyal medya hesapları üzerinden yayınlamaları kimlik ve prestij edinmelerine imkân sağlamıştır. Bu standartlar bazılarının sosyal medyada daha belirgin hale gelmeleri için bir fırsat yaratırken, bazılarının da itibarsızlaştırılmasına neden olabilmektedir. Aynı şekilde sosyal medyanın çift yönlü etkileşime imkân tanınması da dini perspektifli fenomenlerin kendi ideoloji ve düşüncelerini bu kanal aracılığıyla daha hızlı ve anlık olarak alıcıya ulaştırmaları açısından cazip bir alan haline getirmiştir. İletilen açık veya örtük mesajlar da daha katılımcı bir yapı içermektedir. Ortaya çıkan bu durum, sosyal medyanın dini bilgiye erişim aracı olarak kullanılmasının yanında toplumu "olana" değil, kendisine göre "olması gerekene" yönlendirici özelliğini de ortaya koymasından dolayı dikkat çekicidir.¹⁸ Bu durumda dini perspektifli fenomenlerin söylemlerinin, özellikle de yaşamın genelini etkileyen dini konularda, kendi ideolojik görüşlerinden bağımsız olduğunu söylemek pek de mümkün görünmemektedir.

Dini söylem içerikli adreslerin sosyal medyadaki vaaz ve nasihatlerinin temel nesnesini oluşturan konularından biri ailedir. Teknolojinin gelişmesi aile kurumunun algılanma ve yorumlanma biçimini etkilediği gibi aileye yönelik söylemlerdeki değişim ve dönüşümde de artışa neden olmuştur. Özellikle de toplumda meydana gelen değişim ve dönüşümlerden aile kurumunun, dolayısıyla da aileyi oluşturan bireylerin ve toplumun gelecekte nasıl etkileneceğine ve ailenin geleneksel işlevini nasıl yerine getireceğine yönelik

¹⁶ <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/#topicOverview>, (Erişim Tarihi, 15.08.2023).

¹⁷ <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/digital-2023/>, (Erişim Tarihi, 11.08.2023).

¹⁸ Abdurrahman Güneş, "Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 28/1 (31 Ocak 2018), 204.

kaygı aileye yönelik söylemlerde temel motivasyon kaynağı olmuştur. Modern kültürün aileyi değersiz bir tüketim alanı haline getirmesi, cinsellik, evlilik ve neslin devam ettirilmesi gibi aileyi meydana getiren unsurların ayrıştırılması ile ailenin bütünlükü niteliğinin bozulması¹⁹ bu kaygıların zeminini oluşturmaktadır. Dolayısıyla aileye yönelik söylemlerde dönemin ve çağın izlerinin etkili olduğunu söylemek mümkündür.

3. Yöntem

Çalışma YouTube’da yer alan dini söylem içerikli adreslerin aile hakkında ürettikleri içeriklerin betimsel bir bakışla incelenmesini amaçlamaktadır. Bu amaca yönelik olarak YouTube videoları ile görünürlükleri artan dini perspektifli fenomenlerin “aileye” ilişkin söylemleri ve bu söylemlerin altında yatan ideoloji söylem analizi ile incelenmiştir.

Sosyal araştırmalarda bir nitel araştırma yöntemi olarak kullanılan söylem analizi yaklaşımı, içerik analizinden farklı olarak bağlama ve ideolojik analize odaklanıp²⁰ verilere, analize ve sonuçlara dayanarak mevcut söylemlerin özelliklerini yeniden açığa çıkarma özelliğini taşır.²¹ Söylem analizinin bu yönü onun katı nicelleştirmeyi esas alan pozitivist anlayışa karşı konuyu merkeze alarak dünyayı anlama ve anlamlandırma noktasında bir alternatif olduğu söylenebilir. Dil kullanımı ile meşgul olmak, dilin açıklama, anlama ve anlamlandırma fonksiyonlarıyla ilgilenmek, dili kullanan insanların onunla ne yaptıklarını anlamayı amaçlamak söylem analizinin üç ayrı boyutudur.²² Buna bağlı olarak çalışmada farklı dini perspektiflere sahip kişilerin aileye ilişkin söylemlerinde kullandıkları ifadelerde ve bu ifadelerin ardında yatan ideolojide dili nasıl yapılandırdıklarını, soruna hangi zihinsel temsillere ve sosyal dünya anlayışına dayanarak nasıl bir çözüm getirdiklerini anlamaya ve yorumlamaya çalışmak amaçlanmıştır. Metin boyunca ideoloji kavramı, toplumsal, siyasi ya da dini bir öğreti oluşturan ve kitleleri, toplumu ya da kişileri etkileme gücüne sahip olan düşünceler bütünü²³ anlamında kullanılmıştır. Bahsi geçen fenomenlerin aile kurumunu nasıl anlamlandırdıkları, aileye yönelik söylemlerinde hangi bağlam öğelerinin belirleyici olduğu, aileye nasıl bir fonksiyon yükledikleri, bu konuda en çok hangi kavramlara yer verdikleri, önerileri ile nasıl bir sosyal dünya inşa etmeye çalıştıkları ve bu süreçte YouTube’un nasıl bir işlev gördüğü araştırma kapsamında cevabı aranan temel sorulardır. Dinin önem verdiği hususlardan biri olan aileye yönelik söylemleri bizzat dini söylem içerikli adreslerin ürettikleri içerik üzerinden irdelemek araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Söylem analizinde önemli olan az sayıda bireylerden elde edilen geniş kapsamlı dilsel malzeme ürünleridir. Bir diğer deyişle bu analizde kişilere veya kişi sayısına

¹⁹ Mustafa Aydın, “Ailenin Geleceği”, *Umran Dergisi* 201 (2011), 33.

²⁰ Gül- Nizam, “Sosyal Bilimlerde İçerik ve Söylem Analizi”, 196.

²¹ Norman Fairclough, *Discourse and Social Change* (Cambridge: Polity Press, 1998), 225.

²² Edibe Sözen, *Söylem Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite* (İstanbul: Profil Kitap, 2017), 83.

²³ Adem İnce, *Eğitim Sosyolojisi* (İstanbul: Bir Yayıncılık, 2021), 76.

değil de dile, dilin kullanılış biçimine ve amacına odaklanıldığı için²⁴ yeterli ve kontrol edilebilir düzeyde çalışma grubu isimleri kod kullanılarak kapsama dâhil edilmiştir. YouTube'daki aileye yönelik söylemleri dini perspektifli fenomenler üzerinden incelemenin, ailenin geleceğine yönelik dönüşümleri daha ayrıntılı şekilde yordamak açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

3.1. Uygulama ve Analiz Süreci

YouTube arama motoruna "dinde aile" anahtar kelimesi girilerek videolar aratılmış, bu süreçte belirlenen dört sosyal medya kullanıcısının (940 B takipçi sayısı ile HS1, 634 B takipçi sayısı ile HS2, kişisel videoları Siyer TV isimli hesapta yayınlanan ve 571 B takipçi sayısı olan HS3, 320 B abone sayısı ile HS4,) "aile" konulu izlenme oranı en yüksek ve en son paylaşılan iki YouTube videosu incelenmiştir. Hesap sahiplerine ait isimler HS1, HS2 şeklinde kodlanmıştır. Videoların içerisinde yer alan söylemler çalışma kapsamında temel veri olarak kullanılmıştır. Örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yapılarak ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışma için belirlenen ölçütler, YouTube'da "dinde aile" araması sonucunda yüksek takipçi oranına sahip, sosyal medyada görünürlüğü olan, dine ilişkin konuların tartışıldığı çeşitli TV ve çevrimiçi programlarda yer alan ve dini konularda farklı yaklaşımları temsil eden isimler olarak belirlenmiştir. Videolara ilk erişim ve analizler 28.07.2023-08.08.2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Analizlerin yorumlanmasının daha sağlıklı yapılması için videolar yazıya dönüştürülmüştür. Veri kaybı olmaması açısından makale yazarları tarafından videolar ayrı ayrı izlenmiş ve metin üzerinden kontrolleri yapılmıştır. Araştırmanın kapsamı YouTube ile sınırlı tutulmuş, diğer video paylaşım siteleri kapsam dışı bırakılmıştır.

İdeolojilerin söylemlerde ortaya çıkış şekli van Dijk tarafından makro ve mikro düzeyde yapılandırılmıştır. Araştırma kapsamında da onun makro ve mikro düzeyde ele aldığı söylem analizi kuramı temel çerçeve olarak kullanılmıştır. Makro yapı analizi, tematik ve şematik analiz olarak iki başlıkta ele alınır. Başlıklar, videonun tanımı ve etiketler tematik yapıyı oluşturmaktadır. Videonun anlatım dili, sonuçları, ardalın ve bağlam bilgisi ise şematik yapı altında analiz edilir. Burada amaç, söylemin neyle ilgili olduğu, içeriğin ne amaçla üretildiği ve okuyucunun içeriği okuduktan sonra aklında kalan bilginin ne olduğunun açığa çıkarılmasıdır.²⁵ Mikro yapı analizi ise sentaktik çözümleme, bölgesel uyum, kelime seçimleri ve retorik içeriklerdir. Burada amaç, dilin kullanımından yola çıkarak sözcüklerde bulunan açık veya örtük anlamı ortaya çıkarmaktır. Bu şekilde içeriği hazırlayanın düşünce yapısı, dil seçimlerine yansımış kabul edilir.²⁶ van Dijk'in analizinde

²⁴ Hilal Çelik- Halil Ekşi, "Söylem Analizi", *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 27/27 (20 Aralık 2013), 110.

²⁵ Teun van Dijk, "Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach", *In Methods for Critical Discourse Analysis*, ed. Ruth Wodak, Michael Meyer (London: Sage, 2009), 69.

²⁶ van Dijk, "2009. 'Critical Discourse Studies'", 75.

amaç, içeriği sosyal-bilişsel ve tarihsel arka planı ile ilişkilendirmektir. Bu doğrultuda makro ve mikro çözümlerle içerik ve bağlam arasında köprü kurmak amaçlanmıştır.²⁷ Bu yöntem çerçevesinde belirlenen aile konulu videolara makro düzeyde tematik yapı altında; başlık, video tanımı ve etiketler, şematik yapı altında ise videonun anlatım dili, sonuçlar, ardalın ve bağlam bilgisi incelenmiştir. Mikro yapıda ise semantik çözümleme, bölgesel uyum, kelime seçimleri ve retorik videolara yapılacak analizlerde kullanılmıştır. Videoların analizinden önce incelenecek videonun künyesini içeren başlık, görüntülenme sayısı ve yayınlanma tarihine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

4. Analiz ve Yorumlar

Çalışma kapsamında YouTube’da “dinde aile” başlığı ile yapılan aramada belirlenen dört dini perspektifli hesap sahibinin en çok izlenen ve en son yayınlanan videolarının künyesi Tablo 1’de yer almıştır.

Tablo 1. “Dinde Aile” Başlığı ile Belirlenen Videoların Özellikleri

İSİM/HESAP ADI	BAŞLIK	GÖRÜNTÜLENME SAYISI	YAYINLANMA TARİHİ
HS1	Evlilik, Kesinlikle Kaderin Sonucudur (Video-1)	2.918.025	6 Aralık 2012
	Çocuğun Ateist Olduysa Sen Nuh Olacaksın! (Video-2)	4.087	10 Ağustos 2023
HS2	Eşlerin Birbirleriyle Olan İmtihanı (Video-3)	551.393	16 Kasım 2020
	Çocuklarınızın Ahiretini Koruyun (Video-4)	29.458	21 Nisan 2023
HS3	Saadet Asrından Hanımlara Özel Tavsiyeler (Video-5)	830.838	6 Mayıs 2017
	Her Geçen Gün Zorlaşan Bir Ortamda Biz Gençler Nasıl Evleneceğiz? (Video-6)	19.914	19 Temmuz 2023
HS4	Ailemizin Sevgi Diline İhtiyacı Var (Video-7)	754.469	1 Eylül 2021
	Çevrenizi Güzelleştirin ki İçiniz de Güzelleşsin (Video-8)	97.660	15 Haziran 2023

²⁷ Teun A. van Dijk, *News as Discourse* (New Jersey: L. Erlbaum Associates, 1988), 181.

4.1. Hesap Sahibi-1'e Ait Videoların Söylem Analizi

4.1.1. Makro Yapı

4.1.1.1. Tematik Yapı

HS1'e ait "Evlilik, Kesinlikle Kaderin Sonucudur" (V1) ve "Çocuğun Ateist Olduysa Sen Nuh Olacaksın!" (V2) adlı videolar tematik yapı bağlamında incelendiğinde, videoların konusu ile başlıkların uyumlu olduğu görülmektedir. Her iki başlıkta da ifade edildiği gibi V1'de evliliğin kura, büyü, bid'at ve hurafelerin sonucunda değil kaderle irtibatlı olduğu anlatılırken, V2'de günümüz anne-babalarının çocuklarına yaklaşımlarında peygambervari bir örneklik sergilemeleri bahse konu olmaktadır. Her iki videoda da tanım bilgisi olarak hesap sahibine ait dernek ve vakıf ismi yer almaktadır. Videoların etiket bilgilerine bakıldığında V1'de etiket bilgisi yer almazken, V2'de çocuk, ateist şeklinde etiketlendirme yapılmıştır.

4.1.1.2. Şematik Yapı

V1'de genel olarak evliliğin şans, kura, fal veya büyü ile gerçekleşmesinin mümkün olmayan olaylar olduğundan bahsedilmektedir. Bu durumun iman zafiyetinden kaynaklandığı ve imansızlıktan çıkararak şeyler olduğu vurgulanmaktadır. Kaderimizde yazılan bir şeyin hiçbir güç tarafından değiştirilemeyeceği söylemlerden ulaşılabilecek nihai bir sonuçtur. Videonun ardaan bilgisine bakıldığında "Allah bu kadar kullarını başıboş hesapsız, istediklerini yapacak şekilde yaratmış olabilir mi?" söyleminden yola çıkarak evliliğin kaderle olan irtibatında sorumluluğun önemine dikkat çekildiği görülmektedir. "Bizim Allah'ımız öyle bir Allah mıdır ki o yazacak kaderine, bu 26 yaşında evlenmiş olacak. Biri gelip kilitleyecek onu bağlayacak!" cümlesinde geçen "Allah'ın yazması" ifadesinin onun Alim olarak çok bilen yönüne vurgu yapmaktadır. Aksi takdirde bu durumun zamanla bir ilgisi bulunmamaktadır. Ayrıca videonun bağlamında kaderin insan eylemleriyle olan yönü eksik bırakılmış gibi görülmektedir. Çünkü insanın kadere bağımlı olması, onun tercih etme hakkına engel değildir. Bundan dolayı anlatıcının söyleminde evliliğin bir yönüyle kader olduğu, diğer yönüyle de insanın tercihlerinin bir sonucu olduğu "evlilik kesinlikle kaderin sonucudur" ifadesiyle yeterince ön plana çıkarılamamıştır.

V2'de ise genel olarak anne-babaların asi ve başkaldıran evlatlarına olan tutumlarında ve evlatlarıyla olan iletişimlerinde Kur'an terbiyesine göre ve peygamber örnekliliği ile sabretmeleri gerektiği ele alınmaktadır. Bu süreçte yaşanan zorluklar ve ailenin sorumluluğu "Elbette zor. Çetin. Ciğerin ağzından dişlerine gelecek kadar zor." "Elbette zor, Dişlerini gıcırdatıp yarısını çökertebilirsin. Ağzın, çene dişlerin kırılabilir sinirinden." şeklinde korku ve ürpertiye neden olan söylemler üzerinden anlatılmıştır. "Teknolojimle, bilgisayarımınla şöyle yaparım. Allah bana bir şey yapamaz!" şeklindeki ifadelerde anlatıcının ardaan ve bağlam bilgisi olarak, çocukların içinde yaşadıkları ortamdan izler taşıdığı vurgusunun anlatılmak istendiği görülmektedir. Özellikle de teknolojik aletlerin genç nesil üzerinde meydana getireceği özgür olma ve ego gibi olumsuz tesirlere dikkat çekildiği

anlaşılmaktadır. Çocuklarla kurulacak iletişim dilinde disiplinin yerine sevgi sözcüklerinin kullanılması gerektiği de anlatıcının kendine has üslubuyla ifade edilmeye çalışılmıştır.

4.1.2. Mikro Yapı

4.1.2.1. Semantik Çözümleme

Videonun anlatım diline bakıldığında günlük konuşma dilinin tercih edildiği, kısa, basit ve aktif cümlelerin kullanıldığı görülmektedir. Ancak söylemlerde ciddiyetten uzak ifadelere de rastlanılmaktadır. V1'de geçen "İnek misin sen seni bağlasınlar?" ifadesi ile V2'de geçen "Vay benim sülalemden böyle konuşan biri haa" şeklindeki ifadeler bu duruma örnek gösterilebilir. V1'de "Böyle bir şey olur mu? Mü'min bunu hayal edebilir mi?" şeklinde soru cümleleri çok yaygın kullanılırken, V2'de "Sen anne ve babasın, ona yavrum olarak hitap edeceksin ve onu yavrun olarak göreceksin" şeklinde emir kiplerinin yaygın biçimde kullanıldığı görülmektedir. Soru cümlelerinin sıkça kullanılmasının, muhatabı konu üzerine düşünmeye sevk etmek ve muhataba hiçbir şeyin dikte edilmediği izlenimi vermek amaçlı olduğu görülmektedir. V1'deki "Nerede Kur'an ey insan, nerede iman? Hangi Allah'a iman ettin sen?" cümlesi ile V2'deki "Peki o söze karşı kolay mı sabretmek Hoca Efendi? değil tabii" cümlesi bu duruma örnek olarak verilebilir. Cümle yapısı genel olarak V1'de olduğu gibi "Biri sabuna bilmem ne koyacak, kömürle bilmem neyi, yakacak da senin orada evliliğin bağlanacak" kurallı ve gelecek zaman ile çekimlenmiştir. V1'de yer alan "Bizim Allah'ımız öyle bir Allah mıdır ki, O yazacak kaderine bu 26 yaşında evlenmiş olacak. Biri gelip kilitleyecek, onu bağlayacak, mum yakacak, bal yakacak, bir şey yapacak, senin de kaderin bağlanmış olacak, evlenememiş olacaksınız!" şeklinde sihir ve büyü ile uğraşanlara karşı alaycı bir üslubun kullanıldığı görülmektedir.

4.1.2.2. Kelime Seçimi

HS1'in her iki videoda da kullandığı kelime seçimlerine bakıldığında, V1'de edilgen cümle yapılarının yoğunlukta olmasına bağlı olarak sihir ve büyü yapan kimselerin önemsizleştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Etken cümle yapılarının ise kadere teslim olan kimseler için kullanılıyor olması, onların yaptığı bu davranışı tasvip eden bir yaklaşım olarak düşünülmektedir. "Biri sabuna bilmem ne koyacak, kömürle bilmem neyi yakacak da senin orada evliliğin bağlanacak. Bunu mü'min demez." ifadeleri bu duruma örnektir. V2'nin tamamında ise etken yapı cümlelerin tercih edilerek söylemin temel aktörü olan anne babanın "Sen Nuh olacaksın" şeklindeki vurguya bağlı olarak, çocuk yetiştirme misyonunun ehemmiyeti ön plana çıkarılmak istenmiştir. V1'de en sık kullanılan kelimeler; insan, Allah, evlilik, bağlamak, insan ve mü'min olurken, V2'de en sık kullanılan kelimeler ise çocuk, anne-baba, Kur'an, kolay, zor şeklindedir.

4.1.2.3. Retorik

Videoların retorğinde muhatap kitleyi ikna etmeye yönelik olarak söylemlerin dini ifadelerle sık sık desteklendiği görülmektedir. *"Bir kadın hâşâ, neuzubillah, evde kaldım birileri beni bağladı, diyebilir mi?" "Allah bana bir şey yapamaz (Haşa)." cümlesindeki ifadeler buna örnektir. "Kardeşler, kanun şudur" hitabı da içeriğin önemine dikkat çekmek için kullanılan bir ifade tarzıdır. V2'de Hz. Nuh üzerinden konunun ele alınması, yaşanan bu durum karşısında anne babanın yalnız olmadığını vurgulamak için bilinçli olarak tercih edilen bir örnektir. Cümleler arasında kurulan nedensellik ilişkisinde sonucun dinin temel kaynaklarına bağlanması, muhatap kitleyi ikna etmenin bir diğer şekli olarak görülebilir. "Vay benim sülalemden böyle konuşan biri ha, dediğin zaman Kur'an terbiyesi görmedin demektir." "Sen 950 yaşında o da 720 yaşında iken bile böyle olacak bu, Kur'an böyle istiyor." şeklindeki ifadeler buna örnektir.*

4.2. Hesap Sahibi-2'ye Ait Videoların Söylem Analizi

4.2.1. Makro Yapı

4.2.1.1. Tematik Yapı

HS2'ye ait "Eşlerin Birbirleriyle Olan İmtihani" (V3) ve "Çocuklarınızın Ahiretini Koruyun" (V4) adlı videolar tematik yapının temel bileşenleri bağlamında incelendiğinde, başlıkların içerik ile uyumlu olduğu görülmektedir. Her ne kadar V3'te yer alan "eşlerin birbirleriyle imtihanı" başlığından içerik olarak karı kocanın imtihanı ele alınacak gibi görünse de konular tek taraflı bir bakışla yansıtılmıştır. V4'te ise çocuğun ilk eğitim yerinin aile olduğu vurgusu yapılarak onun hatalı davranışlarına karşı anne babanın sorumluluğu ele alınmıştır. Hesap sahibine ait her iki videoda da tanım ve etiket bilgileri yer almamaktadır.

4.2.1.2. Şematik Yapı

V3'te genel olarak eşler arasındaki tartışmaların azaltılmasında peygamber ve ehlibeyt örnekliliği üzerinden bir çözüm arama girişimi anlatılmaktadır. Sonuç olarak da aile hayatının selametinin, sağlıklı çocuklar ve sağlıklı bir neslin ikamesi için önemine değinilmiştir. Ardalan ve bağlam bilgisi açısından incelendiğinde, başlıkta yer alan "imtihan" kelimesi, evlilik bir imtihan mı? sorusu ile evlilik kurumunda yer alan sorunların çözümüne başka türlü kapı aralanmıyor izlenimini zihinlerde oluşturmaktadır. Peygamber hakkında *"Bir ay eve girmemiş"* ifadesinin, İslam'da üç günden fazla küs durmak helal değildir anlayışı ile çelişki içerdiği görülmektedir. Söylemlerin geneline bakıldığında hata yapan tarafın genel itibarıyla kadınlar olduğu ve bu süreçte erkeğin sorumluluğuna yeterince vurgu yapılmadığı görülmektedir. *"Bu hanımları neler yapmışlar Peygamber Aleyhisselam'a neler yapmışlar."* *"Hz. Fatıma çok üzgün, kocamı kırdım diye çok üzülüyor."* cümleleri bu duruma örnek gösterilebilir. Her ne kadar taraflarda birinin peygamber olması durumu söz konusu ise de bu durum cinsiyetçi ve erkek egemen bir söylem olduğu algısını yaratmaktadır. Hata

yapan taraf kadın olarak lanse edildiği için gönül alması gereken ve adım atması gereken taraf da kadın olarak yansıtılmıştır. Ayrıca itaat etmesi gereken tarafın kadın olması beklenmekle birlikte yine kadının erkeğe bağımlı bir varlık olduğu algısı oluşmaktadır. Söylem içerisinde ev içindeki rolün kadınlara; ev dışındaki rolün de erkekle özdeşleştirildiği görülmektedir. Kadının bu tavrı ise ahirette elde edeceği cennet ödülü ile tavsif edilmektedir. Nitekim kocasının gönlünü almak için evde hazırlık yapan Hz. Fatma'nın pozisyonun Peygamberimiz tarafından “*Cennete arayan bir kadın seyrediyorum şu an. Kocasını mutlu etmeye çalışan.*” şeklinde tasvir edilmesi bu duruma örnektir. “*Kadınlar bilecek ki kocanın rızası Allah'ın rızasına denk gelecek.*” “*Kocanın rızasını alan kadın Allah'ın rızasını kazanmış demektir.*” şeklinde yer alan söylemlerin ise tartışmasız ve zorlayıcı bir nitelik arz ettiği görülmektedir.

V4'te genel itibariyle çocukların sergiledikleri davranışların sorumluluğunun anne babaya ait olduğu anlatılmaktadır. Sonuç ise çocukların öncelikle iyi bir Müslüman olmaları vurgusu ile sonlandırılmaktadır. Ardalın ve bağlam bilgisi açısından incelendiğinde, anne karnında başlayan çocuk eğitiminde tüm sorumluluğu “genel bir kaide” imajıyla anne babaya yükleyen ve bu süreçte sosyal çevrenin, okulun, medyanın, arkadaş ortamının vs. rolünü göz ardı eden bir söylemin yansıtılmaya çalışıldığı görülmektedir. İslami perspektifteki anne babanın uyarıcı ve rol model yönünün yeterince ön plana çıkarılmadığı ve çocukların kendi hakları olan otonom bir birey olduklarının da görmezden gelindiği dikkatleri çekmektedir. “*Bugün sen İslam'dan uzaksan, sebebi annen babandır. İslam dışında bir ideolojinin sahibi isen bunun sebebi yine anne babandır.*” cümleleri bu duruma örnektir. Bu durum anlatıcının tek taraflı ve dayatmacı bakış açısını yansıtmaktadır. Söylemlerin yer yer Hz. Muhammed'e atıf yapılarak desteklenmesi, konunun önemine dikkat çekme amacı taşımaktadır. “*Peygamber söylüyor ben söylemiyorum.*” cümlesi bu duruma örnektir.

4.2.2. Mikro Yapı

4.2.2.1. Semantik Çözümleme

Videoların anlatım diline bakıldığında her ikisinde de yalın, basit, kısa ve aktif bir anlatımın olduğu görülmektedir. V3'te Hz. Fatma hakkında yer alan “*Artık ya dır dırdan kaçtı gitti ya da kırmayım peygamber kızdır dedi belki gitti*” şeklindeki söylem yanlış anlaşılmaya mahal verebilecek türdendir. V4'te ise sert ve emir içerikli bir üslubun kullanıldığı görülmektedir. “*Bugün çocuğun namaz kılmıyorsa senin yüzünden kılmıyor!*”, “*Hadi anne baba de ulan!*” şeklindeki ifadeler bu duruma örnektir. Videolardaki söylemlerin, günlük konuşma diline oldukça yakın ve sohbet havasını yansıtır nitelikte olduğu görülmektedir. Cümleler çoğunlukla devrik bir yapıdadır. V3'te yer alan “*Bu hanımları neler yapmışlar Peygamber Aleyhisselam'a neler yapmışlar. Evi terk etmiş peygamber Aleyhisselam evi evi*” “*Nerede almış bu lakabı onu biliyor musunuz, çok acayip*” ifadesi buna örnektir. Ayrıca videodaki söylemler peygamber hayatından kesitlerle desteklendiği için hikâyeleştirmeye oldukça yakındır. Bundan dolayı “*O da evden gitmiş mescitte yatmış*” “*Hz. Fatma ile kavga*

etmişler evde" şeklindeki -mişli geçmiş zamana ait ifadelerle sık rastlamak mümkündür. V4'te yer alan söylemler ise "*Çocuğun ilk eğitim yeri evidir, anne babasıdır*" şeklinde kurallı cümle biçimindedir. Metin içerisinde karşı tarafın kendisini sorgulamasını isteyen söylemlerin yoğun olduğu görülmektedir. "*Hanginiz çocuğunuza ilk sözünü la ilahe illallah yaptırdınız, Allah de çocuğum dedirttiniz, hanginiz yaptınız bunu?*", "*Nesilleri böyle kaçıyorsunuz*" şeklindeki ifadeler buna örnektir.

4.2.2.2. Kelime Seçimi

HS2'nin videolarında yer alan kelime seçimlerine bakıldığında, her iki videoda da aktör kim olursa olsun, özneye dikkat çekmek amaçlı etken cümle yapılarının tercih edildiği görülmektedir. "*Bugün çocuğun namaz kılmıyorsa senin yüzünden kılmıyor.*", "*Bir ay eve girmemiş.*" şeklindeki cümleler buna örnektir. V3'te sorumlu bir eş olarak karşımıza çıkan bu özneler, V4'te anne baba olarak yer almaktadır. V3'te en sık kullanılan kelimeler; ev, peygamber, kadın, koca, rıza ve Allah olurken, V4'te en sık kullanılan kelimeler; çocuk, anne-baba, Müslüman, sen, hoca şeklindedir.

4.2.2.3. Retorik

Videoların retorğinde muhatap kitleyi ikna etmeye yönelik olarak Hz. Peygamberin yaşamından örneklerin tercih edildiği görülmektedir. Bu durum kimi yerde yaşanan bir örnek olay üzerinden ele alınırken kimi durumda hadislerle desteklenmiştir. "*Tabi sürtüşülür canım bak peygamberin evinde de neler olmuş.*" "*Efendimiz buyurdu ki, çocuklar ana babanın aynasıdır.*" şeklindeki ifadeler buna örnektir. "*Peygamber söylüyor, ben söylemiyorum.*" "*Ben bizzat şahidiyim bu işin olmuyor.*" şeklindeki ifadelerle de anlatılan olaya inandırıcılık kazandırılmak istenmektedir. Söylemlerdeki nedensellik ilişkisine bakıldığında aynı nedenin, aynı koşullarda, aynı sonucu vereceğine yönelik söylemlerin yer aldığı görülmektedir. "*Bugün çocuğun namaz kılmıyorsa senin yüzünden kılmıyor. Başını tesettürlü örtmüyorsa senin yüzünden örtmüyor. İçki içiyorsa senin yüzünden içiyor. Oruç tutmuyorsa senin yüzünden tutmuyor. Allah kitap tanımiyorsa senin yüzünden tanımiyor.*" şeklindeki ifade bu duruma örnektir.

4.3. Hesap Sahibi 3'e Ait Videoların Söylem Analizi

4.3.1. Makro Yapı

4.3.1.1. Tematik Yapı

HS3'e ait "*Saadet Asrından Hanımlara Özel Tavsiyeler*" (V5) ve "*Her Geçen Gün Zorlaşan Bir Ortamda Biz Gençler Nasıl Evleneceğiz?*" (V6) adlı videolar tematik yapının temel bileşenleri bağlamında incelendiğinde başlıkların içerik ile uyumlu olduğu görülmektedir. V5'in başlığında geçen "*saadet asrından*" ifadesi, içeriğin Asr-ı saadette yaşanan olaylar özelinden hanımlara tavsiyelerde bulunulacağı izlenimi oluştursa da videonun umre zamanında Mekke'de çekiliyor olması bunda etkili olmuştur. İçerikte ise annelik ve kadınlık kavramlarına dikkat çekilerek hem Kur'an'dan hem de peygamber

yaşamından olumlu ve olumsuz anlamda ön plana çıkan kadınlar üzerinden günümüz annelerine, eşlerine, kadınlarına mesajlar verilmektedir. V6’da ise başlığın soru yapısından oluşması, içeriğin de röportaj şeklinde ilerleyeceği öngörüsünü doğrulamaktadır. İçeriğe bakıldığında ise günümüz şartlarında özellikle maddi sıkıntılardan kaynaklı olarak gençlerin yaşadığı en büyük zorluklar ve bu zorlukların çözümüne yönelik hesap sahibinin tavsiyeleri yer almaktadır. V5’te tanım bilgisi olarak videonun çekildiği yer ve zaman bilgisi yer alırken, V6’da yazarın bu videosunun güncel meseleleri tartıştığı Sorum/n Var serisinin bir bölümü olduğuna dair bilgilendirme yer almaktadır. V5’te etiket bilgisi yer almazken, V6’da Sorum var, evlilik başlıklı etiketler kullanılmıştır.

4.3.1.2. Şematik Yapı

HS3’ün V5’te söylemine “*Kıymetli kardeşlerim, muhterem hanımefendiler!*” şeklinde hitap cümlesiyle başladığı görülürken, V6’da sorulan soruya “*Allah gençlerimizin yar ve yardımcısı olsun*” şeklinde dua cümlesiyle giriş yaptığı görülmektedir. Her iki video da dua cümleleri ile son bulmuştur.

V5’e genel olarak bakıldığında, modern dünyada yaşayan kadınların ve annelerin, eşlerine ve çocuklarına olması gereken davranışları başta Kur’an metni baz alınmak üzere Asr-ı saadetten örnekle de desteklenerek şahsiyetler ve kavramlar üzerinden çıkarılacak dersler ele alınmıştır. Örneğin Hz. Nuh’un hanımı üzerinden inkâr kavramı, firavunun eşinden istikamet kavramı, Hz. Meryem üzerinden itaat kavramının ele alındığı ve günümüz kadınlarına bu örnekler ve kavramlar üzerinden bir rol model olarak sunulmaya çalışıldığı görülmektedir. Sonuçta toplumun salahiyeti, kadının bu örnekler üzerinden sergileyeceği davranışlara bağlanmıştır. “*Kadının ıslah olduğu bir toplum ıslah olur.*” “*Bunların üzerinden bazı mesajları almanızı istiyorum, kadın nasıl kocasının hem felaketi hem saadeti olurmuş.*” söylemi buna örnektir. Ardalan ve bağlam bilgisi açısından bakıldığında, ailede yaşayan bireylerin manevi ve düşünsel anlamda aynı temelden beslenmelerinin sağlıklı bir aile yapısının temeli olduğu vurgulanmıştır. Aile içi rollerin ve değerlerin dönüşümünün önüne geçmek açısından manen beslenen kaynaklar ve inanç noktasında birlik sağlanmasının hesap sahibi tarafından bir çözüm olarak öne sürüldüğü düşünülmektedir. “*Manen besleneceğimiz bir havuzumuz olmalı. Kocamız da hanımımız da çocuklarımız da o havuzdan beslenmeli.*” söylemi buna örnektir. Kadınlar üzerinden aileyi ve toplumu tasvir eden söylemlerde en dikkat çeken husus, Saliha kadın tanımlamasından yola çıkılarak sorumlu, rıza gösteren ve itaat eden bir kadın imajının yansıtılıyor olmasıdır. “*1 milyar 700 milyonluk koca ailemizin ifsat adına bazı sıkıntılar yaşıyor olması ve her geçen gün bunun daha acı daha felakete doğru gitmesi kadınlarımızın ıslah noktasındaki zafiyetinden kaynaklanıyor.*” “*Kocasını yüzüne baktığı zaman ondan hoşnutluk duyar. Meşru dairede bir şey istediği zaman yerine getirir. Kendisi evde yokken evine ve namusuna sahip çıkar.*”, “*Kocasını imana taşıma hassasiyetiyle koşacak*”, “*Saliha kadın kocasının ahiretiyle ilgilenen kadındır. Saliha kadın kocasının dünyasından daha fazla ahiretini düşünen kadındır.*” “*...Eğer imtihanı olan varsa*

orda ona düşen kamet Meryemi bir kamettir. Yapması gereken şey itaati kuşanıp gereğini yerine getirmesidir." şeklindeki söylemler bu duruma örnektir. Kadının, eş ve ev üzerinden tanımlanması ve erkeğin bu süreçte pasif bırakılması geleneksel erkek egemen zihniyetin yansımaları olarak görülmektedir. Söylemlerde olumsuz bir karakter olarak yansıtılan Ümmü Cemil, hesap sahibi tarafından *"Eğer Ümmü Cemil olmasaydı, inanın Ebu Leheb belki de o Tebbet yeda ebi lehebin veteb ifadesine maruz kalmayacaktı."* şeklinde yansıtılarak erkeğin hatalardaki sorumluluğunun kadına yüklenmesi ve erkeğin sorumluluk alanında pasivize edilmesi şeklinde bir anlamaya yol açabilir. Söylemlerde kadının bu dünyada yaşadığı sıkıntılara, peygamber veya sahabe eşlerinin misyonu yüklenerek, bunlara imtihan nazarıyla bakıp katlanmaları gerektiği birer zorunluluk gibi yansıtılmıştır. *"Allah sana eğer firavun gibi bir koca verdiyse senin halin Asiyeliktir. Hiçbir bahaneye gerek yok."* *"Eğer Hatice gibi sizi bir davaya ana kılmışsa insanların bakışları sizin üzerinizdeyse insanlar sizden bir beklenti halindeyse mesela siz bir sohbet hocasısınız insanlar sizden ilim bekliyorlar. Siz Hatice'siniz ister bunu kabul edin ister etmeyin."* şeklindeki cümleler ile halihazırda yaşanan ve arzulanan Müslüman kadın rolüne referans bağlantıları kurulmaktadır. HS3'ün söylemlerinden ve çizdiği Saliha kadın portresinden yola çıkarak, modern dünyayı eleştirmesi de dikkatleri çeken bir diğer husustur. Modern dünyanın vadettikleri, çizilen bu portrenin karşıtı olarak yorumlanmıştır. *"Ne yazık ki modern dünya kadına başka şeyler vadediyor."* *"Şu anda zor bir zamanda yaşıyoruz."* söylemleri de buna örnektir.

V6 genel olarak incelendiğinde, günümüz toplumunda evliliğin zorlukları ve çözüm yolları anlatılmaktadır. Maddi zorluklar, uygun aday bulma, aileleri ikna etme, evlilik sürecini içselleştirme ve süreci yürütme temel problemler olarak sunulmuştur. Bu durumun çözümü olarak da evliliğin başlangıcında ve evlilik sürecinde itidal çizgisinde ilerlemek, ailenin rızasına başvurmak, sevgiyi baz almak ve evlilik ahlakı ve fihki konusunda bilinçlenmek vurgulanmıştır. Söylemlerin ardalana ve bağlam bilgisine bakıldığında, V5'te olduğu gibi cinsiyetçi bir söylemi çağrıştıracak izlere rastlamak mümkündür. *"Gençlerimizin ciddi bir maddi zorluk yaşadığı hepimizin malumu. Böyle olunca da özellikle erkeklerimiz, genç erkeklerimiz, bu konuda her geçen gün evlilik meselesiyle aralarındaki mesafeyi daha da fazlalştırıyorlar."* söyleminde olduğu gibi ev geçindirme sorumluluğunun yalnızca erkeklere ait olduğu düşünülen geleneksel bir yaklaşım ön plana çıkmaktadır. *"Evlilik noktasında arzuları olmalarına rağmen, özellikle kız kardeşlerimiz, kızlarımız, evlatlarımız bu konuda uygun eş bulma adına istenilen şeyi ne yazık ki yapamıyorlar."* şeklindeki ifadede, sorumluluğun kızlara yüklendiği bir betimleme olduğu görülmektedir. *"Eskiden bizim sosyal çevremiz daha küçükken, daha darken bu işler daha kolay oluyordu. Ama şimdi bazı şeyler çoğalmasına rağmen, artmasına rağmen, genişlemesine rağmen üzülererek söyleyelim ki çok kolay olmuyor."* şeklindeki söylemlerde hesap sahibinin her iki videosunda görüldüğü gibi, geçmiş ve modern dönem karşılaştırılmasında, modern dönem olumsuz açıdan yansıtılmıştır.

4.3.2. Mikro Yapı

4.3.2.1. Semantik Çözümleme

Videoların anlatım diline bakıldığında basit, açık, sade ve anlaşılır anlatım yapısının olduğu görülmektedir. Halk dilinden uzak ama teknik terimler kullanılmaktan da kaçınır bir biçimde, cümleleri sistematik şekilde maddeler halinde sıralayan, örnekler ile konuyu anlaşılır kılan didaktik yapıların olduğu dikkatleri çekmektedir. V5’te yer alan “*Tahrim suresinin son üç ayetinde, dört tane kadın tipi bizim nazarımıza verir*” cümlesi ile V6’da yer alan “*Gerçekten bu noktada birçok şey söylenebilir ama en fazla zorluklar beş alanda yaşanıyor*” cümleleri buna örnektir. Bu durum söylem içerisinde çelişkili ifadelerin ortaya çıkmasını engelleyerek dinleyicinin zihninde konunun dağılmasının önüne geçmiştir. “*İmtihan dünyasındayız ve imtihanlarımız zafiyetlerimizin üzerinden şekilleniyor*” ve “*Biz evlilik meselesinin zorluklarını görüyoruz, zorluklarına şahit oluyoruz*” şeklindeki ifadeler hesap sahibinin söylemlerine samimi bir üslup katmıştır. Videodaki söylemler vaaz tarzı bir üslupla ele alınmaktadır. Cümle yapılarının daha çok “*Aslında kadının ıslah olduğu bir toplum ıslah olur ve kadının ifsat olduğu bir toplumu da başka şeyler ıslah edemez*” şeklinde geniş zaman ve etken cümle yapısıyla çekimlenmiştir. Hesap sahibinin her iki videoda da kullandığı cümle yapılarına kendisini de dahil ederek “biz” söylemini oluşturmaya çalıştığı görülmektedir. “*O modernizmin rüzgârı bizi de bir yönüyle silkeliyor, bizi de bu yönde menfi anlamda etkiliyor.*” “*Biz evlilik meselesinin zorluklarını görüyoruz zorluklarına şahit oluyoruz.*” cümleleri bu duruma örnektir. Bu tarz bir söylemin konuşmaya samimi bir hava kattığı görülmektedir. HS3’ün ele aldığı konularda en dikkat çeken husus, örnek kişiler ve kavramlar üzerinden konuyu somutlaştırmaya çalışmasıdır. Annelik ve kadınlık arasındaki fark, peygamber eşlerinin örnekliliği üzerinden olumlu ve olumsuz kadın algısı bu duruma örnek gösterilebilir. Ayrıca doğrudan Kur’an ve hadislerden örnek verilmekle birlikte günlük yaşamdan örneklerin verilmesi ile muhatabın zihnine ve kalbine hitap edilmeye çalışılmıştır. “*Hepimizin yani evlenecek gençliğin de ailelerinde akrabalarında sosyal çevrelerimizin de biz bu işe ibadet nazarıyla baktığımız anda mesele farklılaşacak ve mesele başka bir değer kazanacak.*” cümlesi bu duruma örnek gösterilebilir. Emir ve tavsiye içeren cümlelerin ise yine her iki videoda yaygın kullanıldığı görülmektedir. “*Bu işin bidayetinde, bu işin azağının sevgi olduğunu unutmayın!*” “*Fırsat bulduğunuzda mealiyle beraber okuyun!*” şeklindeki söylemler buna örnektir.

4.3.2.2. Kelime Seçimi

Videolarda yer alan kelime seçimlerine bakıldığında V5’te özne olan “anne, kadın, Saliha kadın” rollerine dikkat çekmek amaçlı etken cümle yapıları dikkati çekerken, V6’da öznenen ziyade günümüzde evliliği zorlaştıran sebeplere dikkat çekmek amaçlı edilgen cümle yapılarının kullanıldığı görülmektedir. “*Kadın ya hayra yönlendirir ya şerre yönlendirir.*” “*Saliha kadın kocasının ahiretiyle ilgilenen kadındır.*” “*Uygun aday bulma noktasında çok ciddi zorluklar yaşanıyor.*” şeklindeki söylemler bu duruma örnek

gösterilebilir. V5'te en sık kullanılan kelimeler; kadın, anne, erkek, ev, eş, çocuk, peygamber, Allah resulü, kavram, imtihan şeklindedir. Söylemlerde özellikle terbiye verici yönü ele alındığında "anne", erkekle olan olumlu veya olumsuz ilişkisinde "kadın", hitap içerisinde ise "hanım" şeklinde farklı kullanım tarzları dikkat çekicidir. V6'da en sık kullanılan kelimeler ise evlilik, genç, zorluk, aday, maddi, erkek, kız, aile, ahlak, Allah, ibadet, içselleştirme şeklindedir.

4.3.2.3. Retorik

Videoların retorğinde muhatap kitleyi ikna etmeye yönelik olarak V5'te anlatılan konuların Kur'an ayetleri ve peygamber eşleri üzerinden örneklendirildiği görülmektedir. Özellikle de bu kadınlar üzerinden günümüz kadınlarının yaşadığı durum özdeşleştirilerek, davranışların da o kadınlar gibi olması önerilmektedir. *"Mesela siz bir sohbet hocasısınız. İnsanlar sizden ilim bekliyorlar. Siz Hatice'siniz ister bunu kabul edin ister etmeyin. Sizin rolünüz orada Hatice rolü oynamaktır. Böyle bir rolde değilseniz, vefa sizin azığınız olacak. Hiçbir zaman başka şeylere takılmadan Hatice olmanın gereğini yerine getireceksiniz."* V6'da ise muhatap kitleyi ikna etmeye yönelik olarak "hepimizin malumu" kelime grubunun sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Böylelikle izleyicinin zihninde o durumu tasvip etmek gerektiği yönünde bir algı oluşmaktadır. *"Mesela maddi alanın zorlukları, bu herkesin malumu zaten ekonominin geldiği nokta ortada."* "Gençlerimizin ciddi bir maddi zorluk yaşadığı hepimizin malumu." V6'nın retorğinde dikkat çeken bir diğer husus, anlatıcı tarafından onaylanmayan durumların "ne yazık ki" ifadesiyle ele alınmasıdır. Bu durum dinleyicinin zihninde "aslında öyle olmaması gerekir" şeklinde örtük bir imaj oluşturabilmektedir. *"Özellikle kız kardeşlerimiz, kızlarımız, evlatlarımız bu konuda, uygun eş bulma adına istenilen şeyi ne yazık ki yapamıyorlar."* "Birçok insan ne yazık ki bu evlilik ahlakı meselesini, evliliğin fikhını, evliliğe Allah'ın yüklediği mana ve değeri, Peygamber Aleyhisselam'ın bu müesseseye yüklediği değer ve kıymeti tam anlamıyla anlayamadıkları için tam anlamıyla da içselleştiremedikleri için böyle bir evlilik ahlakının mahrumiyetiyle bu işlere başlanıyor." şeklindeki ifadeler bu duruma örnektir.

4.4. Hesap Sahibi 4'e Ait Videoların Söylem Analizi

4.4.1. Makro Yapı

4.4.1.1. Tematik Yapı

HS4'e ait "Ailemizin Sevgi Diline İhtiyacı Var" (V7) ve "Çevrenizi Güzelleştirin ki İçiniz de Güzelleşsin" (V8) adlı videolar tematik yapının temel bileşenleri bağlamında incelendiğinde, V7'nin başlığı ve içeriği birbiri ile uyumlu iken, V8'de bu uyum net olarak gözlenmemektedir. V7'de ev içerisinde hem eşler arası hem de anne-baba-çocuk ilişkisinde sevgi ortamını oluşturmak için özellikle modern dünyanın gerek yoğun iş hayatı gerekse de teknolojik ürünler karşısındaki olumsuzluklarına karşı ne şekilde tavır sergilememiz gerektiği konusu ele alınmıştır. V8'de ise başlığa bakıldığında sosyal çevremiz ve kendi iç

dünyamız arasındaki ilişkinin ele alınmasına dair bir algı oluşsa da içerik de çocukların iyi bir insan olarak yetişmesi için anne babanın örneklik sergilemesine değinilmiştir. Akabinde nasıl bir insan olduğumuzda içinde bulunduğumuz ortamın etkisi ve bu süreçte örnek almamız gereken karakterlerden bahsedilmektedir. V7’de tanım bilgisine yer verilemezken, V8’de çevre düzenimizin bizim iç dünyamızı yansıttığı, psikolojimizin bundan etkilenebileceği ve bulunduğumuz mekânların bizden izler taşıması gerektiğine dair bilgilendirmeye yer verilmiştir. Her iki videoda da etiket bilgisi yer almamaktadır.

4.4.1.2. Şematik Yapı

V7’de anlatıcı söylemine Hz. Peygambere ait bir sözle başlarken, V8’de dua cümlesi ve akabinde özlü sözle başlanmıştır. Her iki video da dua cümleleri ile sonlandırılmıştır.

V7 genel olarak incelendiğinde anne babanın ev içi sergileyeceği davranışların, çocukların gelecekteki hayatlarında bir fotoğraf sahnesi gibi kalacağı bu yüzden de rol modellığın, sevginin ve saygının ne kadar önemli olduğu ele alınmaktadır. Bunun için bilinçlenmenin, değişime önce kendimizden başlamanın ve çocukları belli bir hedef üzere yetiştirmenin önemi vurgulanarak söylemler sonlandırılmaktadır. Videonun ardalan ve bağlam bilgisine bakıldığında, özellikle de aile içinde kullanılan dilin önemine geniş vurgu yapıldığı görülmektedir. *“Yavrularım şu telefonlarınızı bir uçak moduna alın. Güzel hanımım, karıcığım sen de bir tanem telefonunu koy.” “Gözlerinin içine sevgiyle bakın. Canım benim deyin. Akıllı oğlum deyin. Becerikli kızım deyin. Geleceğin harika annesi, harika eşi olacağına ben yürekten inanıyorum. Sen ne kadar iyi bir kızsın deyin. Sana güveniyorum deyin.”* şeklindeki söylemler buna örnektir. İnsan karakterinin ev içinde ve ev dışında farklı davranışlar sergilediği ön plana çıkarılarak, asıl belirleyici olanın ev içinde sergilediğimiz davranışlar olduğu vurgulanmaktadır. Bundan dolayı videonun genelinde anne-baba veya eşlerin evdeki misyonuna odaklanan bir anlatım söz konusudur. HS4’ün söylemlerinde genel itibariyle cinsiyetçi ifadelerden uzak, eşitlikçi bir yaklaşımda olduğu görülmektedir. *“Erkeğin kadını, kadının da erkeği aşağılamaya hakkı yok.” “Önce kendinize düşeni yapın ve şartsız yapın.” “Erkeğin hakkını vermeliyiz. Babalığın, eşliğin hakkını vermeliyiz. Aynı zamanda kadınlığın, eşliğin, anneliğin hakkını vermeliyiz.”* şeklindeki söylemler buna örnektir. Ancak geleneksel erkek egemen söylemlere de yer yer vurgu yapılmıştır. *“Baba evin sorumlusu, baba evin reisi, lideri, kralı. Bir aile bir ülkeyse, baba onun kralı. Babanın bir duruşu vardır. Babanın bir imajı vardır. Baba geliyor deyince herkes böyle çekilir, çekilmeli, korkmamalı ama saymalı.”* şeklindeki söylemler buna örnektir. Bu düşünce yapısının aile içinde çocuklara da aktarılması gerektiğine yönelik yapılan tavsiye de anlatıcının ataerkil bir aile düzeninden yana olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Videonun genelinde sosyal medyanın aile içi iletişime yönelik etkisi olumsuz bir şekilde lanse edilmiştir. Ancak buna dair üretilen çözümün yeterince yapıcı olmadığı dikkatleri çekmektedir. *“Bunu yapmaya zaman yok ki çünkü telefonlarımız var, çünkü televizyonumuz var. Lütfen televizyonları atın, hiçbir işe yaramıyorlar.”* şeklindeki söylem

buna örnektir. Ayrıca içinde yaşadığımız zaman "modern dünya" şeklinde tanımlanarak onun getirileri ise "haz" şeklinde tasvir edilmektedir. Modern dünyada nasıl Müslüman kalınır sorusuna cevap aramaktan ziyade, bütün bu getiriler ahlakın yozlaştırıcısı ve zaman alıcı unsurlar olarak sunulmuştur. Hazlara karşı ise var olanla yetinmeyi bilmek ve şükredebilmek tavsiye olarak öne sürülmüştür.

V8'e genel olarak bakıldığında çocukların yetiştirilmesinde önceliğin iyi bir insan ve iyi bir Müslüman anlayışına verilmesi gerektiği ele alınmaktadır. Bu süreçte anne babanın ev içi örneğinin ve sosyal hayatımızda yer alan insanların karakterinin hayatta hangi istikamet üzere gideceğimizdeki etkisine değinilmektedir. Sonuç olarak da örnek aldığımız kahramanların dini yönü güçlü karakterler olması vurgulanmaktadır. Videonun ardalan ve bağlam bilgisi bu çerçevede ele alındığında, modern dünyanın öne çıkan ve popülaritesi yüksek olan kesimlerine karşı bir eleştirinin olduğu söylenebilir. Söylemde yer alan tavsiyeler de bundan ötürü anne babalara bir uyarı niteliğindedir. Nitekim öncelikle anne babanın kendi örneği ön plana çıkarılmaktadır. *"Hayatın içinde çocuğun o söylediğimiz profildeki gibi şahsiyetli, sağlam karakterli bir insan olabilmesi için benim nasıl bir dilim var, nasıl bir çocukla kendilik algısı oluşturuyorum, nasıl bir söylemle kendisini nasıl hissettiriyorum."* şeklindeki tavsiyeler buna örnektir. Ardından sosyal hayatta kimlerle beraber olduğumuzun, şahsiyetimiz üzerindeki etkisi anlatılmaktadır. *"Hayatta aslolan nasıl bir insan olarak yaşadığımız, ne kadar kazandığınız değil. Hangi seviyelerde olduğumuz, hangi insanlarla birlikte, hani seviyesi yüksek veya düşük insanlarla birlikte olduğumuz değil. Mesele elinizde olanın sizi neye dönüştürdüğü, elinizde olanın, şu anda içinde bulunduğunuz ortamın, şartların siz nasıl bir insan yaptığı."* şeklindeki söylem bu duruma örnektir. Bu söylemde sosyal hayatta beraber olduğumuz insanları seçerken sahabenin hayatının örnek olarak alınması ve bu süreçte popüler olarak tanımlanan kesimin ise hayatımızda meydana getireceği olumsuzluklar vurgulanmaktadır. Bu durum *"Popüler insanların hayatları da bizi dibe batıracak hayatlardır. Çünkü onlar da dibe batıyorlar."* şeklindeki söylemle eleştirilmiştir.

4.4.2. Mikro yapı

4.4.2.1. Semantik Çözümleme

Videonun anlatım dilinin açık, sade ve yalın olduğu görülmektedir. Metin içerisinde yer verilen örnekler konunun daha anlaşılır olmasını sağlamıştır. *"Bir insanın eşi olur da nasıl sevgisiz olabilir? Bir insanın eşi olur da nasıl değersiz olabilir? Bir insanın eşi olur da o nasıl onunla paylaşımsız olabilir? Bu nasıl olabilir?"* şeklindeki ifadelerle muhatabın konuya dikkatinin canlı tutulması sağlanmıştır. Anlatıcı kendi yaptığı aile danışmanlığı deneyimlerinde *"Dün bir beyefendi kardeşimle konuşuyorum danışmanlık almak için eşiyile birlikte gelmişler..."* şeklinde örnekler vererek hem konu ile ilgili tavsiyelerde bulunmuş hem de konunun daha anlaşılır olmasını sağlamıştır. Özellikle V7'nin uzun bir söyleşi olması sebebiyle konudan farklı alanlara kaymalar yaşanmıştır. Videoda yer alan söylemler sohbet

tarzında ele alınmıştır. Cümle yapıları daha çok geniş zamanda çekimlenmiştir. *"Allah rızası için birazcık okuyalım, birazcık düşünelim, birazcık maneviyatımızı derinleştirelim."* *"Biz çocuklarımızın nasıl bir insan olacaklarına yatırım yapmıyoruz."* şeklindeki cümleler bu duruma örnektir. HS4'ün her iki videoda dikkat çeken bir anlatım tarzı vardır. Bunlardan en dikkat çeken, söylemlerinde özlü sözlere sıklıkla yer vermesidir. *"Güzel bir söz var. Deniyor ki; ne kadar paylaşırsanız o kadar varsınız."* *"Özlü söz var. Deniyor ki; nereye gideceğini bilen bir kaplumbağa, nereye gideceğini bilmeyen bir tavşandan daha hızlı hedefine ulaşır."* şeklindeki cümleler bu duruma örnektir. Videolarda dikkati çeken bir diğer söylem, cümle yapılarının "biz" ile oluşturularak muhatap kitle ile yakınlık kurulmaya ve ortak noktaların vurgulanmaya çalışılmasıdır. *"Gerçek halimiz evde ortaya çıkacağı için, evde nasılsak kalitemiz odur. Evde kaliteli olmaya çalışalım. Evde iyi olmaya çalışalım."* *"Osmanlı'da da nice güzel kahramanlar var. Doğru yönlerini örnek alırız. Güzel beceriler ediniriz. Kalanını kendimiz hayatımızı organize ederek tamamlayabiliriz."* cümleleri bu duruma örnektir. Bu tarz bir söylemin muhatapla konuşmacı arasında yakınlık hissinin oluşmasına neden olabileceği düşünülmektedir. Söylemlerde tavsiye niteliğinde cümle yapıları sıkça kullanılmıştır. *"Evde güzel konuşalım, evde kibar olalım, evde saygılı olalım."* *"Kahramanlarınız olsun. Benzemek istediğimiz insanlar olsun ve bu benzemek istediğiniz insanlar sağlam ahlaklı insanlardan oluşsun."* şeklindeki cümleler bu duruma örnektir. Ancak bu tavsiyelere anlatıcının kendini de dahil etmesi, konuşmaya daha samimi bir katkıdır.

4.4.2.2. Kelime Seçimi

Videolarda kelime seçimleri incelendiğinde, çoğunlukla olayın öznesi olan "biz anne babaları" ön plana çıkarmak amaçlı etken cümle yapılarının kullanıldığı görülmektedir. Böylelikle muhatap kitle olan anne babaların eylemleri aktif yapılar ile vurgulanmak istenmektedir. Öznenen ziyade konunun ön plana çıkarıldığı durumlarda da yer yer edilgen ve pasif yapıların tercih edildiği görülmektedir. *"Evde nasılsak kalitemiz odur. Evde kaliteli olmaya çalışalım, evde iyi olmaya çalışalım."* *"Biz çocuklarımızın nasıl bir insan olacaklarına yatırım yapmıyoruz."* şeklindeki cümleler bu duruma örnektir. V7'de en sık kullanılan kelimeler; sevgi, saygı, eş, çocuk, baba, anne, kadın, erkek, adam, şükür, ev, Allah ve kardeşlerim olurken, V8'de en sık kullanılan kelimeler kahraman, insan, çocuk, anne baba, hayat, Allah şeklindedir.

4.4.2.3. Retorik

Videoların retorikine bakıldığında, muhatap kitleyi ikna etmeye yönelik olarak Hz. Peygamberden örneklerin verilmesi, hesap sahibinin yaptığı danışmanlıktan örnek olaylarla konuları desteklemesi ve özlü sözlere atıfların yapılması dikkatleri çekmektedir. Bu durum muhatap kitlede yaşanan sorunlara karşı yalnız olmadığı ve bu sorunlara herkes gibi çözümler üretebileceği izlenimi yaratmaktadır. *"Peygamber efendimiz (sav) buyuruyorlar ki, çocuklarınıza asil insan muamelesi yapınız."* *"Dün bir beyefendi kardeşimle konuşuyorum, danışmanlık almak için eşyle birlikte gelmişler..."* şeklindeki ifadeler bu

duruma örnektir. Ayrıca konuşma aralarında sık sık dua ifadelerinin yer alması da anlatılan konuyu dini açıdan destekleme amacı taşımaktadır. Hesap sahibinin her iki videoda da "meli, malı" şeklinde kurduğu cümle yapıları muhatap kitle üzerinde olması "gereken bu" anlayışına neden olabilmektedir. "Bugün ne yiyeceğimizden daha çok derdimiz olmalı." "Bu kadar yemeye düşkünlük olmamalı." "Model alacağımız insan arıyorsak eğer sahabenin hayatına bakmalıyız." şeklindeki söylemler bu duruma örnektir

Sonuç

Bu çalışmada yaygın din eğitimi bağlamında YouTube'da yayınlanan dini perspektifli dört hesap sahibinin aile içerikli söylemleri Teun Adrian van Dijk'in kuramı doğrultusunda makro ve mikro açıdan incelenmiştir. Söylemlerde genel itibariyle aile kurumunun yapısındaki işleyişten ziyade değerler ve yaşam tarzı bağlamında aileyi oluşturan ilişkiler ağında işlevsel açıdan bir değişim ve dönüşüm olduğu paradigması ön plana çıkmaktadır. Evlilik ve aile kompozisyonunun daha çok çocuk yetiştirme tarzı üzerinden ele alınması da bu ilişki bütünlüğünün kaybolmasını engellemek amaçlı olduğu görülebilir. Özellikle dijital kültürün ürünü olan sosyal medya ve internet, aile kurumundaki çözümlerde, bireylerin tutum ve beklentilerini olumsuz etkilemede ciddi bir sebep olarak görülmüştür. Söylemlerde modern toplum, İslami yaşantının karşıtı olacak biçimde tasvir edilmiştir. "Biz" şeklinde tanımlanan İslam toplumunun olumlu yönleri ön plana çıkarılırken, "onlar" şeklinde tasvir edilen modern toplum ve onun getirileri olumsuz biçimde yansıtılmıştır. Ortaya çıkan bu durum, hesap sahiplerinin aileye ilişkin söylemlerindeki amaçlarının, bağlamın ve teorik yönelimin onların perspektiflerini etkilediğini göstermektedir. Hesap sahiplerinin söylemlerinde sık sık Kur'an'dan, hadisten ve sahabe hayatından verdikleri örnekler de bu çözümlere dini yoldan çözüm arama çabasıdır. Ancak onların içinde buldukları dini bağlam göz önünde bulundurulduğunda, bu çabaların bazı durumlarda indirgemecilikle sonuçlanacağı söylenebilir. Bunun için İslam'ın aile yapısına yönelik çizdiği formal bir çerçeve yerine, onu oluşturan yapılarıdaki değersel işleyiş göz önünde bulundurulmalıdır. Bir diğer ifadeyle aileye dair söylemleri yalnızca mevcut din algısının sunduğu perspektiften yorumlamak yerine tarih, ekonomi, kültür, teknoloji, politika ve toplumsal gelişmelerin sunduğu bakış açısını hep birlikte incelemek ve bunların birbirleriyle nasıl bağlantılı olduklarını açıklamak yeni görme tarzları için daha iyi olabilir.

Yapılan analizlerde söylemlerin genel ahlaki bir norm biçiminde, her toplumda aynıymış gibi geçmişe bağlı ve gelenekle sınırlı bir yapıda sunulduğu dikkati çekmiştir. Peygamber ve sahabe döneminin yaşayışları günümüz toplumu için ışık tutacak nitelikte olsa da farklı toplumların farklı karakteristik özelliklerinin olacağını unutmamak gerekir. Dolayısıyla hesap sahiplerinin aileye ilişkin söylemlerini günümüz koşullarını göz önüne alan, aile yapımızı, toplumsal duyarlılıklarımızı ve kültürel değerlerimizi yansıtır nitelikte çözümler üretmeleri dogmatik bir yaklaşıma neden olmamak açısından önemlidir.

Hesap sahiplerinin aileye ilişkin söylemlerinde neyi ele aldıklarından öte konuyu nasıl sundukları ile söylemlerin içerdiği ve aktardığı duygu yükünü incelemek gerektiğinde ise slogan benzeri ifadelerin oldukça yoğun olduğu görülmektedir. Özellikle de popülizm ve reyting gayesinin somut analizler ve politik çözümler üretmek yerine bu tarz bir söylemin ikame edilme gerekçesi olarak düşünülmektedir. Mevcut çalışma kapsamında yer yer toplumun aile yapısına ayna tutacak türden objektif ifadelerin yer aldığı görülmekle birlikte kendi düşünce tarzlarına uygun aile yapısına doğru muhatap kitlesini yönlendirme ve şekillendirme çabalarının olduğu söylenebilir. Hesap sahiplerinin söylemlerine yönelik kıyaslama yapmak gerektiğinde ise HS-4’ün söylemlerinin genel itibarıyla kadınları merkeze alan bir pencereden oluştuğunu, yaşanan sorunların psikolojik çözümlere dayanılarak ele alındığını, modern söylemlere yer verildiğini ve muhatabın aklına ve mantığına hitap edilmeye çalışıldığını görebilmek mümkündür. Diğer hesap sahiplerinin ise genel ilkeleri örneklendiren, sorunlara sosyolojik dini yaklaşımlara uygun çözümler üreten, daha erkek egemen söylemlerde bulunan ve muhatap kitlenin hislerine hitap etmeye çalışan bir yaklaşımda oldukları söylenebilir. Bu durum iletilen mesajdan ziyade kullanılan dilin düşünce yapısını ve kuramsal perspektifleri işlemedeki rolünü ön plana çıkarmak açısından önemlidir.

Sonuç olarak dini perspektifli hesap sahiplerinin aileye ilişkin söylemlerinde pozitif yönlü ve disiplinler üstü bir ifadenin kullanılması gerektiği önerilmektedir. Bu durumun ailenin mevcut yapısal ve işlevsel değişim ve dönüşümden kaynaklı problemlerine daha dinamik, güçlü ve radikal çözümler üreterek yeni şartlara dengeli bir biçimde uyum sağlanması açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Hesap sahiplerini dinleyen veya izleyen kesimin ise bilgilerini tek bir kaynaktan almak yerine eleştirel bir tavırla bu kaynakları çeşitlendirmeleri uygun görülmektedir.

Çalışmanın sınırlılıklarından yola çıkarak YouTube’da aile ile ilgili birçok video yer almasına rağmen amaçlı örneklem dâhilinde sadece belirlenen çalışma grubu incelemeye alınmıştır. Bu sebeple yapılan bu araştırmanın bir ön çalışma mahiyetinde değerlendirilip özellikle yaygın din eğitimi açısından bu tür sosyal medya söylemlerinin genel kitleyi ne yönde etkileyip nasıl yönlendireceğine dair bu kanalları takip eden kesimlerle araştırmaların yapılması tavsiye edilmektedir.

References/Kaynakça

- Akgün, Eda. “Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi”. *Yeni Medya* 4 (01 Eylül 2018), 29-49.
- Aydın, Mustafa. “Ailenin Geleceği”. *Umran Dergisi* 201 (2011), 30-35.
- Bauman, Zygmunt. *Kimlik*. çev. Mesut Hazır. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2017.

- Boyd, Danah M. - Ellison, Nicole B. "Social network sites: Definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication* 13/1 (2007), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Campbell, Heidi A. - Tsuria, Ruth. *Dijital Din Dijital Medyada Dinî Pratikleri Anlamak*. çev. Kemal Ataman vd. İstanbul: İz Yayıncılık, 2023.
- Çelik, Hilal - Ekşi, Halil. "Söylem Analizi". *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 27/27 (20 Aralık 2013), 99-117.
- Dijk, Teun A. van. *News as Discourse*. New Jersey: L. Erlbaum Associates, 1988.
- Dijk, Teun van. "Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach". In *Methods for Critical Discourse Analysis*. ed. Ruth Wodak, Michael Meyer. 62-86. London: Sage, 2009. <https://doi.org/10.1075/z.184.79dij>
- Dondurucu, Zeynep - Ayşe Pınar, Uluçay. "Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi". *International Journal of Social Sciences and Education Research* 1/3 (2015), 1057-1091.
- Erkan, Erol. "Postmodern Dönemde Ontolojik Anlam Aracı Olarak Dinî Kimlik". *Journal of Turkish Studies* 8/8 (01 Ocak 2013), 1825-1825. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.5191>
- Fairclough, Norman. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1998.
- Furat, Ayşe Zişan. "Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından İmkan mı, Tehdit mi?" *Dijitalleşen Din Medya ve Din 2*. ed. Mete Çamdereli vd. İstanbul: Köprü Kitap, 2015.
- Gül, Songül Sallan- Nizam, Özlem Kahya. "Sosyal Bilimlerde İçerik ve Söylem Analizi". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 42 (16 Şubat 2021), 181-198. <https://doi.org/10.30794/pausbed.803182>
- Güneş, Abdurrahman. "Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 28/1 (31 Ocak 2018), 203-216. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.387896>
- Haberli, Mehmet. "I. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı". *Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme*. 640-648, 2018. https://www.academia.edu/38041920/Sosyal_Medyada_Dini_%C4%B0nan%C3%99

A7_ve_Ahlaki_De%C4%9Ferlerin_Dejenerasyonu_%C3%9Czerine_Bir_De%C4%9F
erlendirme

İnce, Adem. *Eğitim Sosyolojisi*. İstanbul: Bir Yayıncılık, 2021.

Jenkins, Henry - Carpentier, Nico. “Theorizing participatory intensities A conversation about participation and politics”. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 19/3 (01 Ağustos 2013), 265-286.
<https://doi.org/10.1177/1354856513482090>

Klobas, Jane vd. “Problematic and extensive YouTube use: first hand reports”. *Online Information Review* 43/4 (06 Eylül 2018). <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2018-0032>

Mcintyre, Lee. *Hakikat Sonrası*. çev. Mehmet Fahrettin Biçici. İstanbul: Tellekt, 2019.

Nazıroğlu, Bayramali. “Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı”. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2 (2015), 191-220.

Oruç, Cemil. “Çocuk Medyalarında Dinin Sunuluşu”. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi* 6/12 (18 Aralık 2021). <https://doi.org/10.47646/CMD.2021.260>

Sözen, Edibe. *Söylem Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*. İstanbul: Profil Kitap, 2017.

Şişman, Nazife. *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*. İstanbul: İnsan Yayınları, 2022.

Temel, Mustafa. “İnternet Üzerinden Dini Bilgi Edinme Süreci ve Eleştirel Yeterlilikler: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Ampirik Br Değerlendirme”. *Journal of International Social Research* 11/59 (25 Ekim 2018), 1121-1130. <https://doi.org/10.17719/jisr.2018.2721>

Yeniyol, Abdülaziz - Karakaya, Handan. “Postmodern Dönemde Sosyal Medya Alanları Üzerinde Din”. *Diyanet İlmî Dergi* 58/4 (20 Aralık 2022), 1467-1490.