

Cite as: Coşgun Solak, Melek. "New Media Theories in the Sociology of Religion: An Interpretation Through Bauman, Baudrillard and Habermas". *Amasya Social Sciences Research Journal*, 3/1, (30 March 2026): 92-107.

New Media Theories in the Sociology of Religion: An Interpretation Through Bauman, Baudrillard and Habermas*

Melek Coşgun Solak 

¹Lecturer, (PhD), Akdağmadeni Vocational School, Yozgat Bozok University, Yozgat, Türkiye, ORCID: 0000-0001-6249-5043

Abstract

Digitalization is profoundly transforming social institutions, including religion. This article sociologically examines the changing nature of religion in the digital age through new media theories. Using theoretical analysis, it draws on Zygmunt Bauman's 'liquid modernity', Jean Baudrillard's ideas of 'simulation' and 'hyperreality', and Jürgen Habermas's concepts of the 'public sphere' and 'communicative rationality'. The effects of new media on religious practices are analyzed in terms of form, content, meaning, and authority. The shift from traditional worship to virtual rituals, the move from face-to-face religious education to online settings, and the blending of religious discourse with popular culture on digital platforms are key indicators of this change. For Bauman, religious belonging has become individualized, fluid, and commodified. Baudrillard highlights a realm of 'hyperreality' where circulated religious images replace lived experience. From Habermas's view, the article questions whether new media can sustain a rational, participatory public sphere; current platforms largely foster emotional and polarized communication. The study shows that new media has both liberating and superficial impacts on religious life, and this dual effect can be interpreted through diverse theoretical lenses. Ultimately, religion in the digital age is shifting from fixed, collective forms toward more individualized, simulated, and performative experiences—a transformation likely to intensify with AI, virtual reality, and algorithmic culture.

Keywords: Sociology of Religion, New Media, Liquid Modernity, Simulation, Hyperreality

Type: Research Article

Article History

Received: 03.12.2025

Accepted: 20.01.2026

Published: 30.03.2026

**Corresponding Author

Melek Coşgun Solak

melek.cosgun@bozok.edu.tr



Copyright & License

(CC BY-NC 4.0)

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work.

Atıf: Coşgun Solak, Melek. "Din Sosyolojisinde Yeni Medya Teorileri: Bauman, Baudrillard ve Habermas Üzerinden Bir Okuma". *Amasya Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3/1, (30 Mart 2026): 92-107.

Din Sosyolojisinde Yeni Medya Teorileri: Bauman, Baudrillard ve Habermas Üzerinden Bir Okuma *

Melek Coşgun Solak 

¹Öğr. Gör. (Dr.), Akdağmadeni Meslek Yüksekokulu, Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat, Türkiye, ORCID: 0000-0001-6249-5043

Öz

Dijitalleşme, toplumsal kurumlar üzerinde köklü dönüşümlere yol açmaktadır ve bu dönüşümden etkilenen alanlardan biri de dindir. Bu makale, dijital çağda dinin dönüşen doğasını, yeni medya kuramları çerçevesinde sosyolojik olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Kuramsal bir çözümleme yöntemiyle hazırlanan çalışmada, Zygmunt Bauman'ın 'akışkan modernite', Jean Baudrillard'ın 'simülasyon' ve 'hipergerçeklik' ile Jürgen Habermas'ın 'kamusal alan' ve 'iletişimsel akıl' kuramları temel alınmıştır. Bu çalışmada, yeni medyanın dinî pratikler üzerindeki etkisi; biçim, içerik, anlam ve otorite boyutlarında incelenmiştir. Geleneksel ibadet biçimlerinin sanal ritüellere evrilmesi, yüz yüze dini öğrenimin çevrimiçi ortama taşınması ve dijital platformlarda üretilen dinî söylemlerin popüler kültür kodlarıyla harmanlanması bu dönüşümün başlıca göstergeleri olarak değerlendirilmiştir. Bauman'ın perspektifinden, dinî aidiyetin bireyselleştiği, geçicileştiği ve tüketime açıldığı saptanmıştır. Baudrillard'ın kuramı ise sosyal medyada dolaşan dinî imgelerin, gerçek deneyimlerin yerini aldığı bir 'hipergerçeklik' düzlemine işaret etmektedir. Habermas bağlamında ise yeni medya ortamlarının rasyonel ve eşit katılıma dayalı bir kamusal alan üretip üretemeyeceği sorgulanmış; mevcut dijital platformların çoğunlukla duygusal ve kutuplaştırıcı iletişim tarzlarına evrildiği görülmüştür. Çalışma, yeni medyanın dinî yaşam üzerinde hem özgürleştirici hem de yüzeyselleştirici etkiler yarattığını ortaya koymakta ve bu ikili etkinin kuramsal çeşitlilikle anlamlandırılabilirliğini göstermektedir. Sonuç olarak, dijital çağda din, sabit ve kolektif yapılardan uzaklaşarak daha bireysel, simülatif ve performatif bir deneyim alanına dönüşmektedir. Bu dönüşümün, özellikle yapay zekâ, sanal gerçeklik ve algoritmik kültür bağlamlarında daha da derinleşeceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Yeni Medya, Akışkan Modernite, Simülasyon, Hipergerçeklik

Tür: Araştırma Makalesi

Makale Geçmişi
Gönderim: 03.12.2025
Kabul: 20.01.2026
Yayınlanma: 30.03.2026

**Sorumlu Yazar
Melek Coşgun Solak
melek.cosgun@bozok.edu.tr



Telif Hakkı ve Lisans
(CC BY-NC 4.0)
Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler.

Giriş

Modern iletişim teknolojilerinin baş döndürücü gelişimi, toplumsal yapının hemen her katmanını etkilediği gibi dinî yaşantı, kurumlar ve söylemler üzerinde de köklü dönüşümlere yol açmıştır. Bu dönüşüm süreci yalnızca teknik bir evrim olarak değil; aynı zamanda anlamın, kimliğin ve toplumsal birlikteliğin yeniden üretildiği çok boyutlu bir sosyolojik değişim olarak ele alınmalıdır. Özellikle yeni medya araçlarının etkileşimli, çok-merkezli ve hız odaklı doğası, dinî söylemin hem üretim hem de dolaşım biçimlerini dönüştürerek dinin kamusal alandaki rolünü, bireysel dindarlık formlarını ve dinî otoritelerin konumunu yeniden tartışmaya açmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın temel problemi, yeni medyanın dinî yaşantıyı nasıl dönüştürdüğü, dinî söylemleri hangi mekanizmalarla yeniden ürettiği ve dinî kurumları ne ölçüde yeniden şekillendirdiği sorusunda yoğunlaşmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, dijitalleşme süreciyle birlikte dinî yaşamda ortaya çıkan dönüşümü sosyolojik bir bakış açısıyla analiz etmek ve bu analizi Zygmunt Bauman, Jean Baudrillard ve Jürgen Habermas'ın kuramsal yaklaşımları üzerinden yapılandırmaktır. Bu üç düşünürün birlikte ele alınmasının temel gerekçesi, yeni medya ile din arasındaki ilişkinin tek bir kuramsal çerçeveye açıklanamayacak ölçüde çok katmanlı bir yapıya sahip olmasıdır. Bauman'ın akışkan modernite yaklaşımı, geç modern toplumlarda aidiyet, kimlik ve anlam üretiminin süresiz ve belirsiz doğasına odaklanarak dijitalleşme sürecinde dinî kimliğin bireyselleşmesini ve seçmeci bir nitelik kazanmasını açıklamada işlevsel bir çerçeve sunmaktadır.¹ Bu perspektif, yeni medya ortamlarında dinin kurumsal ve kolektif bir yapıdan ziyade bireysel maneviyat pratikleri etrafında yeniden şekillenmesini anlamayı mümkün kılmaktadır.

Baudrillard'ın simülasyon ve hipergerçeklik kuramı ise dijital medyada dolaşıma giren dinî imgelerin ve temsillerin, yaşantılanan gerçekliğin yerini alarak bağımsız bir anlam evreni üretmesini açıklamak açısından önem taşımaktadır. Baudrillard'a göre medya, gerçekliği yansıtan bir araç olmaktan çıkıp onu yeniden kurmakta; bu durum dinî içeriklerin de simülakrlar aracılığıyla sunulmasına yol açmaktadır.² Bu yaklaşım, yeni medyada dinî pratiklerin estetikleşmesi ve gösteri mantığına eklemlenmesini analiz etmeye olanak tanımaktadır.

Habermas ise kamusal alan ve iletişimsel akıl kavramları aracılığıyla, yeni medya ortamlarında dinî söylemin kamusal tartışmaya nasıl dâhil olduğunu ve bu ortamların rasyonel-müzakereci bir iletişim zemini üretip üretmediğini sorgulama imkânı sunmaktadır.³ Bu bağlamda Habermas'ın yaklaşımı, dijital platformların dinî söylemi demokratikleştirici bir kamusal alan mı yoksa duygusal ve kutuplaştırıcı bir iletişim alanı mı ürettiğini tartışmaya açmaktadır.

¹ Zygmunt Bauman, *Akışkan Modernite*, çev. Sinan Okan Çavuş (İstanbul: Can Yayınları, 2019), 1-3.

² Jean Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, çev. Oğuz Adanır, 6. Baskı (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011), 18.

³ Jürgen Habermas, *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, çev. Mithat Sancar (İstanbul: İletişim Yayınları, 2015), 45.

Bu makalede niteliksel yöntem benimsenmiş; literatür taraması, kuramsal analiz ve karşılaştırmalı değerlendirme tekniklerinden yararlanılmıştır. Kavramsal olarak “yeni medya”, dijital teknolojiler aracılığıyla içerik üretimi ve dağıtımının gerçekleştirildiği, kullanıcıların etkileşimli biçimde sürece katılabildiği platformlar olarak ele alınırken; “enformasyon toplumu”, bilginin ekonomik, siyasal ve kültürel gücün temel kaynağı hâline geldiği toplumsal yapı biçimi olarak değerlendirilmektedir.⁴

Bu makalede öncelikle din sosyolojisinin yeni medya bağlamındaki genel dönüşümü tartışılacak, ardından sırasıyla Bauman, Baudrillard ve Habermas’ın kuramsal perspektifleri çerçevesinde yeni medya–din ilişkisi analiz edilecektir. Son bölümden önce bu yaklaşımlar karşılaştırmalı biçimde değerlendirilecek ve kuramsal düzeyde bütüncül bir çözümleme sunulacaktır. Bu çalışma, ampirik bir saha araştırması sunmaktan ziyade, yeni medya ile din arasındaki ilişkinin kuramsal düzeyde nasıl kavramsallaştırılabileceğine odaklanmaktadır.

Din Sosyolojisinin Yeni Medya ile Etkileşimi

Yeni Medya Kavramının Evrimi ve Özellikleri

Yeni medya, yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil; bilgi üretimi, iletişim biçimleri ve toplumsal etkileşimin yeniden yapılandırıldığı bir paradigmaya işaret eder. Kavramın evrimi, internetin gelişim aşamalarıyla paralel bir seyir izler. Web 1.0 dönemi (1990’lar), bilgiye erişimin tek yönlü olduğu, kullanıcıların yalnızca içerik tüketicisi olduğu bir dönemdir. Bu dönemde web siteleri statik ve merkezîdir. Web 2.0 ile birlikte (2000’lerin ortasından itibaren) kullanıcılar içerik üreticisi hâline gelir; sosyal medya, bloglar ve paylaşım platformları yaygınlaşır. Etkileşim, katılım ve eşzamanlılık bu dönemin belirleyici özellikleridir.⁵ Günümüzde konuşulan Web 3.0 ya da ‘semantik web’ ise, yapay zekâ destekli, kişiselleştirilmiş, veriye dayalı iletişim biçimlerini ve merkeziyetsizleşmeyi temsil eder.⁶

Yeni medyanın öne çıkan özelliklerinden ilki etkileşimliliktir. Kullanıcılar sadece içerik tüketmekle kalmaz, aynı zamanda içerik üretir, yorumlar, paylaşır ve dönüştürür. Bu, geleneksel medya düzenindeki tek yönlü bilgi akışını kırar. Çoğulculuk, yani çok sayıda farklı görüşün aynı anda dolaşımda olması, yeni medyanın demokratikleşme potansiyelini artırır. Ancak bu potansiyel, aynı zamanda bilgi kirliliği, kutuplaşma ve dezenformasyon gibi riskleri de beraberinde getirir.⁷

Yeni medya, hız üzerine kurulu bir iletişim mantığına sahip olup; anlık paylaşım, hızlı tüketim ve güncellik baskısı aracılığıyla hem içerik üreticilerini hem de kullanıcıları sürekli olarak aktif olmaya zorlamaktadır. Bu hız, dinî içeriklerin de çok hızlı biçimde yayılmasına,

⁴ Manuel Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı - Ekonomi, Toplum ve Kültür*, Cilt 1, çev. Ebru Kılıç (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013), 42.

⁵ Lev Manovich, *Yeni Medyanın Dili*, çev. Akın Emre Pilgir (Ankara: AA Kitap, 2023), 112.

⁶ Tim Berners-Lee, *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web*. New York: HarperBusiness, 2000), 174.

⁷ Zeynep Tüfekçi, *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest* (New Haven: Yale University Press, 2017), 89.

ama aynı zamanda yüzeyselleşmesine neden olabilir. Ayrıca algoritmik kontrol - yani içeriklerin kullanıcı tercihlerine göre filtrelenmesi - dijital ekosistemde bilişsel 'yankı odaları'nın (echo chambers) oluşmasına yol açar.⁸

Yeni medyanın bir diğer özelliği ise gözetim ve veri izleme mekanizmalarıdır. Kullanıcı davranışlarının izlenmesi ve analiz edilmesi, reklam ve siyasi kampanyalardan ibadet alışkanlıklarına kadar geniş bir alanı etkileyebilir. Bu durum, bireyin dijital dindarlık pratiklerinin dahi takip edilebilir ve yönlendirilebilir hâle gelmesine zemin hazırlar.⁹

Geleneksel medya ile yeni medya arasındaki temel fark, iletişimin doğasında yatar. Geleneksel medya merkezi yapıda, profesyonel aktörlerce üretilen ve pasif kitleye iletilen içeriklerden oluşurken; yeni medya yatay ilişkili, kullanıcı merkezli ve sürekli güncellenen bir ortamdır. Bu değişim, dinî bilginin üretilmesi, yayılması ve tartışılması süreçlerini radikal biçimde dönüştürmüştür. Örneğin klasik vaaz geleneği yerini, izleyici yorumlarıyla şekillenen canlı yayınlara bırakmıştır.

Yeni Medya ve Dinin Dönüşen Rolü

Yeni medya, dinî pratiklerin biçim, içerik ve bağlam açısından dönüşmesine neden olarak dinin toplumsal rolünü yeniden yapılandırmaktadır. Bu dönüşüm en somut biçimde ibadet, tebliğ ve dinî eğitim alanlarında gözlemlenmektedir. Geleneksel olarak fiziksel mekânlara ve yüz yüze etkileşime dayanan ibadet pratikleri, pandemi sürecinde dijital platformlara taşınmış; canlı cuma hutbeleri, Zoom üzerinden sohbet halkaları ve Instagram'da yapılan dualar gibi örneklerle yeni formlar kazanmıştır.¹⁰ Bununla birlikte, ibadet pratiklerinin tamamının dijital ortama geçtiğini söylemek doğru değildir; mevcut durum daha çok geçici uyarlamalar ve hibrit biçimler üzerinden ilerlemektedir. Bu durum, zaman ve mekân sınırlamalarını ortadan kaldırarak, bireylerin dinî yaşantıya daha esnek ve kişisel bir biçimde katılmasına olanak tanımıştır.

Tebliğ faaliyetleri de benzer şekilde dönüşmüştür. Geleneksel yöntemlerle sınırlı kalan vaazlar ve dini sohbetler, artık YouTube kanalları, TikTok videoları veya Twitter dizileri şeklinde binlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir. Örneğin, bazı 'dijital vaiz' figürleri, YouTube'de yüz binlerce takipçiye hitap etmekte, kendi içeriklerini algoritmalar üzerinden yaygınlaştırmakta ve dinî mesajları popüler kültürle harmanlayarak sunmaktadır.¹¹ Bu durum, dinin geniş kitlelere ulaşmasını sağlarken; kullanıcı dikkatinin ekonomik bir değere dönüştüğü dijital medya ortamlarında, dinî içeriklerin rekabetçi, sadeleştirilmiş ve çoğu zaman yüzeyselleşmiş biçimlerde sunulmasına zemin hazırlayabilir.

Dinî eğitim de yeni medya sayesinde dijitalleşmiş, çevrimiçi medrese dersleri, sanal ilahiyat sınıfları ve podcast formatında yayınlanan tefsir-serileri aracılığıyla farklı hedef

⁸ Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You* (New York: Penguin Books, 2012), 9-12, 47-49, 57-60.

⁹ Shoshana Zuboff, *Gözetleme Kapitalizmi Çağı*, çev. Tolga Uzunçelebi (İstanbul: Okuyan Us Yayın, 2021), 143.

¹⁰ Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media* (London: Routledge, 2010), 76.

¹¹ Mia Lövhim, "Mediatization of Religion: A Critical Appraisal", *Culture and Religion*, 12(2) (Jun 2011); 153-166, 155.

kitlelere ulaşılır hâle gelmiştir. Bilgiye erişim demokratikleşmiş gibi görünse de, bu erişimin niceliksel artışı, niteliği tartışmaya açmaktadır.¹²

Yeni medyanın dinî alanı dönüştüren en çarpıcı etkilerinden biri de online dinî toplulukların ve sanal camilerin¹³ oluşumudur. Coğrafi olarak dağılmış bireyler, dijital platformlar aracılığıyla çevrimiçi dinî topluluklar oluşturarak ortak inanç ve pratiklerini sürdürmekte; hatta bazı uygulamalarda sanal imamlar aracılığıyla vaaz, sohbet ve cemaat etkileşimi gibi dinî faaliyetler eşgüdümlü biçimde gerçekleştirilebilmektedir. Bu yeni cemaat biçimleri, geleneksel dinî otorite yapılarının dönüşümüne zemin hazırlamakta; Weberyen anlamda karizmatik otoritenin yerini, görünürlük ve etkileşim temelli dijital popülaritenin almasına katkı sunmaktadır.¹⁴

Bununla birlikte, dinin bireyselleşmesi yeni medya ortamında belirginleşmektedir. Kullanıcılar kendi inançlarını, ibadet rutinlerini ve dini görüşlerini kişisel profilleri üzerinden yapılandırmakta; böylece kolektif bir dinî yapıdan ziyade bireysel maneviyat ön plana çıkmaktadır. Bu durum, dinin metalaşmasına da neden olabilir. Örneğin dinî sembollerin sosyal medya içeriklerinde estetik öge olarak kullanılması, ibadet anlarının kameraya alınarak paylaşılması, dinî deneyimin 'gösteri' hâline gelmesine yol açabilmektedir.¹⁵ Bu çerçevede, yeni medya hem fırsatlar hem de sorun alanları yaratmaktadır. Erişimi kolaylaştırması, dinî çoğulculuğu teşvik etmesi gibi olumlu yönlerinin yanında, dinî bilginin otoritesini zayıflatması, yüzeyselleşmeye yol açması ve maneviyatın 'beğeni' kültürüne indirgenmesi gibi riskleri de barındırmaktadır.

Bauman ve Dinin Akışkan Modernite İçindeki Temsili

Bauman'da Akışkan Modernite ve Belirsizlik

Zygmunt Bauman, modernliğin geçirdiği dönüşümü açıklamak için 'akışkan modernite' (liquid modernity) kavramını geliştirmiştir. Bu kavram, artık toplumun ve bireyin sabit yapılara değil, akışkan ve geçici ilişkilere dayandığı bir dönemi ifade eder. Akışkan modernite, bireylerin yaşamlarını sürekli yeniden tanımlamak zorunda kaldığı, belirsizliğin kalıcı hâle geldiği bir toplumsal formdur.¹⁶ Bu kapsamda modernlik artık bir düzen ve ilerleme vaadi sunmaz; tersine bireyi yalnızlaştıran, sürekli seçenekler arasında tercih yapmaya zorlayan bir ortam yaratır.

¹² Heidi A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, (London: Routledge, 2013), 3-10.

¹³ Sanal cami, fiziksel ibadet mekânlarının dijital ortamdaki karşılığı olarak; vaaz, dua, dinî sohbet ve eğitim gibi pratiklerin çevrimiçi platformlar üzerinden eşzamanlı ya da eşzamansız biçimde gerçekleştirildiği sanal ibadet ve cemaat alanlarını ifade etmektedir. Bu dijital mekânlar, mekânsal sınırlılıkları aşarak farklı coğrafyalarda bulunan bireylerin ortak bir dinî deneyim etrafında bir araya gelmesine imkân tanımaktadır. Detaylı bilgi için bkz. As, İmdat. "The Digital Mosque: A New Paradigm in Mosque Design". *Journal of Architectural Education* 60/1 (2006), 54-66. <https://doi.org/10.1111/j.1531-314X.2006.00067.x>

¹⁴ Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, 76-77.

¹⁵ Jean Baudrillard, *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, çev. Oğuz Adanır (İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009), 103.

¹⁶ Bauman, *Akışkan Modernite*, 8.

Bauman'a göre akışkan modernite, bireyin aidiyet duygusunu zayıflatır. Aile, cemaat, din gibi sabit ve geleneksel kimlik kaynakları, yerini geçici, konjonktürel ve çoğu zaman yüzeysel ilişkilere bırakır. Bireyler artık kimliklerini 'sabit' bir kimlik olarak değil, proje hâline getirilen bir süreç olarak yaşamaktadır.¹⁷ Bu durum, dinî kimliğin de sabit ve bütüncül bir yapı olmaktan çıkıp, modüler, seçmeci ve zaman zaman çelişkili unsurlar taşıyan bir forma evrilmesine neden olur.

Benzer biçimde, ahlakî normlar da akışkan modern toplumda dönüşüme uğramakta; sabit etik ilkeler yerine, bireysel tercihlere dayalı ve bağlama göre değişken değerler ön plana çıkmaktadır. Bauman, modern bireyin 'öteki'yle kurduğu ilişkinin, etik sorumluluk temelinde değil, çoğu zaman faydacı ya da duygusal tepki biçiminde gerçekleştiğini belirtir.¹⁸ Bu doğrultuda, toplumsal dayanışma zayıflarken, birey kendi içine kapanmakta, din gibi kolektif değer sistemleri bu kapanmada ya bir sığınak ya da tüketilecek bir seçenek hâline gelmektedir.

Bauman'a göre akışkan modernite, toplumsal yapıların kalıcılığını yitirerek sürekli çözülüp yeniden kurulduğu bir toplumsal duruma işaret etmektedir. Bu bağlamda Bauman, eğitim, ekonomi ve siyaset gibi temel toplumsal alanlarda olduğu gibi, dinî kurumların da bu akışkanlık karşısında sabit yapılar olarak varlığını sürdüremediğini ve değişen koşullara uyum sağlamak zorunda kaldığını vurgulamaktadır.¹⁹ Ancak Bauman'a göre bu süreçte kurumlar, sabitlik iddiasını yitirmekte; bireyler ise kurumsal yapılara karşı daha mesafeli, seçici ve şüpheli yaklaşmaktadır.²⁰

Bauman'ın kuramı, modern bireyin içinde yaşadığı varoluşsal belirsizlikleri anlamak açısından güçlü bir çerçeve sunar. Bu çerçeve, özellikle dinin dijital ortamda yeniden inşa edilmesi, bireysel dindarlığın çoğalması ve geleneksel cemaat yapılarının çözülmesi gibi süreçleri anlamak için önemlidir. Dinin, bu akışkan ortamda hem bir güvenlik kaynağı hem de bireysel projelerden biri olarak işlev gördüğü söylenebilir.

Bauman'ın Perspektifinden Yeni Medyada Din

Bauman'ın akışkan modernite kuramı, dijitalleşen dünyada dinî deneyimlerin geçiciliğini, bireyselleşmesini ve ticarileşmesini anlamak açısından önemli ipuçları sunar. Bauman'a göre modern birey, artık sabit aidiyetlerden ziyade geçici, esnek ve kişisel tercihlere dayalı kimlikler inşa etmektedir.²¹ Bu perspektiften bakıldığında, yeni medya ortamında dinî aidiyet, süreklilik arz eden bir bağlılık biçiminden çok, zaman zaman girilen bir deneyim alanına dönüşmektedir. Kullanıcılar, dijital platformlarda çeşitli inanç topluluklarına katılmakta, farklı mezheplerin içeriklerini aynı anda takip edebilmekte ve bireysel ihtiyaçlarına göre kendi 'dijital maneviyat paketlerini' oluşturmaktadır.

¹⁷ Zygmunt Bauman, *Bireyselleşmiş Toplum*, çev. Yavuz Alogan (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2024), 31.

¹⁸ Zygmunt Bauman, *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri*, çev. İsmail Türkmen (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2001), 47.

¹⁹ Bauman, *Akışkan Modernite*, 7-9.

²⁰ Zygmunt Bauman, *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*, çev. Abdullah. Yılmaz, 4. Baskı (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012), 93.

²¹ Bauman, *Bireyselleşmiş Toplum*, 19.

Bauman'ın kimlik üzerine çizdiği bu geçicilik ve çeşitlilik çerçevesi, çok kimliklilik fenomenini de beraberinde getirir. Yeni medya kullanıcıları hem Müslüman hem vegan hem minimalist hem de girişimci kimliklerini aynı sosyal medya profilinde bir arada sergileyebilir. Bu yapı, dinî kimliği artık mutlak bir çerçeve olmaktan çıkarıp, bireysel projelerin bir parçası hâline getirir. Din, bunun sonucunda bir kimlik unsuru olmaktan ziyade bir içerik kategorisine dönüşmektedir.²²

Dinin bireysel maneviyata indirgenmesi de Bauman'ın teorik çerçevesiyle uyumludur. Modern birey, kurumsal dinî yapılardan uzaklaşmakta ve kendi anlam arayışını bireysel olarak gerçekleştirmeye yönelmektedir. Bu, yeni medya ortamında kullanıcı odaklı dinî içeriklerin artmasına yol açar. Örneğin, Instagram'da estetik şekilde tasarlanmış ayet görselleri, TikTok'ta kısa dua videoları, Spotify'de ise 'maneviyat temalı çalma listeleri' gibi içerikler; kullanıcıların ruh hâline göre dinî deneyimi biçimlendirme imkânı sunar. Bu pratikler, maneviyatın içeriğini kişiselleştirerek, onu gündelik tüketim alışkanlıklarının bir parçası hâline getirir.²³

Bauman'ın modern bireyin duyduğu güvenlik açlığı ve varoluşsal korkular üzerindeki vurgusu, dijital dinî arayışları anlamak için önemli bir zemin sunar. Ona göre, modern birey geleneksel cemaatlerden ve sabit normlardan uzaklaştıkça, daha çok yalnızlaşmakta ve kendisini koruyacak anlam çerçevelerine ihtiyaç duymaktadır.²⁴ Yeni medya, bu anlamda hem bir çözüm hem de bir tehdit üretmektedir. YouTube'de yayınlanan dini meditasyon videoları ya da çevrimiçi zikir halkaları, bireyin ruhsal güvenlik arayışına cevap verirken; aynı zamanda bu deneyimleri yüzeyselleştirerek yalnızca duygusal doyum aracı hâline getirebilir.

Bauman'a göre modern birey tüketim toplumunun bir parçasıdır ve bu bağlamda din de tıpkı diğer ürünler gibi tüketilebilecek bir anlam nesnesine dönüşmektedir.²⁵ Sosyal medyada takipçi sayısıyla değerlendirilen vaizler, sponsorlu dini içerikler ve algoritmalarla öne çıkarılan manevi mesajlar, bu ticarileşmenin dijital yansımalarıdır. Din, burada yalnızca içeriğiyle değil, sunum biçimiyle de dikkat çekmek zorundadır. Bu durum, dinî anlatının sadeleşmesine, hızlanmasına ve çoğu zaman estetikleştirilerek sunulmasına neden olur. Bu estetikleşme, bir yandan dini mesajların görsel ve duygusal boyutlarla desteklenerek geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmakta; diğer yandan ise dini bilginin hızla tüketilen içeriklere indirgenmesine, derinlikten yoksun bir maneviyat algısının yaygınlaşmasına ve dini otoritenin popülerlik ölçütleri üzerinden yeniden tanımlanmasına zemin hazırlamaktadır.

Sonuç olarak, Bauman'ın akışkan modernite perspektifi bu çalışmada, dijital çağda dinin dönüşümünü açıklamak için analitik bir çıkış noktası olarak ele alınmıştır. Ancak bu makalenin ortaya koyduğu temel argüman, söz konusu dönüşümün yalnızca modernliğin yapısal akışkanlığıyla sınırlı olmadığı; yeni medya ortamlarının bu akışkanlığı hızlandırarak dinî deneyimi daha bireysel, geçici ve tüketilebilir bir forma dönüştürdüğüdür. Bu bağlamda

²² Zygmunt Bauman, *Modernlik ve Müphemlik*, çev. İsmail Türkmen (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2003), 64.

²³ Bauman, *Akışkan Modernite*, 82-86.

²⁴ Bauman, *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*, 38.

²⁵ Zygmunt Bauman, *Tüketici Hayat*, çev. Kübra Oğuz, (Ankara: Tellekt, 2023), 52.

din, kurumsal ve kolektif bir yapıdan ziyade, bireyin gündelik dijital pratikleri içinde yeniden kurulan esnek bir anlam alanı hâline gelmektedir. Dolayısıyla Bauman'ın kavramsallaştırması, bu çalışmada dijital medyanın dinî kimlik ve deneyim üzerindeki dönüştürücü etkilerini görünür kılan bir teorik araç olarak yeniden yorumlanmaktadır.

Baudrillard ve Dinin Simülakrlar Arasında Erimesi

Simülakr ve Simülasyon Teorisi

Jean Baudrillard, çağdaş medyayı anlamak için geliştirdiği simülakr ve simülasyon kavramlarıyla, postmodern toplumda gerçeklik ile temsili arasındaki ilişkinin radikal bir dönüşüm geçirdiğini ileri sürer. Baudrillard'a göre, modern öncesi toplumda temsil (örneğin bir resim ya da ikon), gerçekliğin bir yansımasıydı. Modern çağda ise bu temsil, gerçekliğin yerini almaya başlamış ve zamanla 'hipergerçeklik' denilen, gerçek ile temsili ayırt etmenin mümkün olmadığı bir düzeye ulaşmıştır.²⁶

Baudrillard, bu süreci açıklamak için simülasyonun dört evresini tanımlar:

1. Gerçekliğin sadık bir yansıması olan temsil,
2. Gerçekliği çarpıtan bir sahte imge,
3. Gerçeklikle hiçbir bağı kalmayan bir kurgu,
4. Gerçeğin yokluğunda yalnızca simülakrın kaldığı evre.²⁷

Günümüz yeni medya düzeni, özellikle dördüncü evreye karşılık gelir. Sosyal medya, televizyon, dijital reklamcılık gibi alanlarda gerçeklik, temsillerin üretimiyle şekillenmekte, hatta çoğu zaman temsillerin gerçeğin önüne geçmesiyle 'gerçek'in kendisi görünmez hâle gelmektedir. Baudrillard bu durumu hipergerçeklik (hyperreality) kavramıyla açıklar. Hipergerçeklik, gerçeğin simülakrlarla yer değiştirerek görünmez hâle gelmesidir. Böylelikle medya, yalnızca gerçeği temsil etmekle kalmaz; onun yerini alır, onu kurar ve hatta dönüştürür.²⁸

Bu teori özellikle dijital medya bağlamında daha da anlam kazanmaktadır. Sosyal medyada sergilenen hayatlar, estetikleştirilmiş içerikler ve dikkat çekme amacıyla üretilen görseller, çoğu zaman gerçekliğin kendisinden daha gerçek görünmektedir. Bu yeni görsellik rejimi, gerçek ile temsili arasındaki farkı silerek anlamın yerini biçimin, içeriğin yerini gösterinin aldığı bir düzene neden olur.

Baudrillard'ın simülasyon teorisi, medyayı bir yansıtıcı ayna olarak değil, bir anlam üretim makinesi olarak konumlandırır. Bu makine, gerçekliğe değil; görüntüye, imaja ve ilizyona dayanır. Bu nedenle medya, modern anlamda bilgi veren değil; postmodern anlamda anlamı yeniden kuran bir yapıdır. Nitekim Baudrillard'a göre, simülakr gerçektir.²⁹

²⁶ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, 19.

²⁷ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, 22.

²⁸ Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde: Toplumsalın Sonu*, çev. Oğuz Adanır (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2021), 41.

²⁹ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, 160.

Bu çerçevede, dinî içeriklerin medyatik temsili de artık geleneksel bağlamından kopmuş, hipergerçek bir boyut kazanmıştır. Ancak bu konu bir sonraki alt başlıkta detaylı olarak ele alınacaktır.

Baudrillard'ın simülakr yaklaşımı, özellikle dinî sembollerin ve ritüellerin dijital platformlarda nasıl yeniden üretildiğini, temsilin gerçeğin yerini nasıl aldığına dair güçlü teorik açıklamalar sunar.

Dinin Yeni Medyada Hipergerçekleşmesi

Jean Baudrillard'ın 'hipergerçeklik' kavramı, yeni medya ortamında dinin temsil biçimlerini anlamak açısından güçlü bir analitik çerçeve sunar. Baudrillard'a göre hipergerçeklik, gerçeğin yerini alan temsillerin artık kendi başına bir gerçeklik üretmesiyle oluşur.³⁰ Böylelikle sosyal medya platformlarında karşılaşılan dinî içerikler, çoğu zaman 'gerçek' dinî deneyimi temsil etmekten ziyade, onun yerine geçerek yeni bir dijital dinî gerçeklik yaratır.

Geleneksel olarak yüz yüze yaşanan ibadet, dua, vaaz gibi dinî eylemler, artık TikTok, Instagram ve YouTube gibi platformlarda izlenebilir, beğenilebilir ve paylaşılabılır içeriklere dönüşmektedir. Bu içerikler görsel estetik, ritmik kurgu ve kısa süreli dikkat çekicilik ilkelerine göre üretilmektedir. Örneğin, TikTok'ta kısa sureler okuyan genç imamlar, Instagram'da dramatize edilmiş manevi uyanış hikâyeleri ve YouTube'de popüler vaizlerin fetvaları, yalnızca dini öğretmekle kalmamakta; aynı zamanda bir izlenim, bir etki ve duygusal tepki yaratma amacı taşımaktadır.³¹ Bu figürler, Baudrillard'ın simülakr olarak tanımladığı, gerçek dinî otorite figürlerinin dijital kopyaları hâline gelmektedir.

Bu hipergerçek temsil biçimleri, zamanla geleneksel dinî deneyimin yerini almaktadır. Birey, camideki vaazı dinlemek yerine YouTube üzerinden sevdiği vaizi izlemekte, imamla birebir iletişim kurmak yerine Instagram üzerinden özel mesaj yoluyla fetva talep etmektedir. Böylece dinî deneyim fiziksel mekândan ve kurumsal yapıdan kopmakta; kişiselleştirilmiş, zaman ve mekândan bağımsız bir izleme pratiğine dönüşmektedir.³²

Medya temsillerinin bu şekilde dinî alanı dönüştürmesi, geleneksel dinî otoriteler üzerinde ciddi etkiler yaratmaktadır. Geleneksel ulemâ yapısı; ilmî hiyerarşi, senet zinciri ve kurumsal bağlam üzerinden meşruiyet kazanırken; dijital ortamda görünürlük, takipçi sayısı ve içerik performansı gibi ölçütler öne çıkmaktadır.³³ Bu durum, 'popüler dinî otorite' kavramını gündeme getirmekte ve dinî bilginin üretiminde yeni güç dengeleri oluşturmaktadır.

Ayrıca hipergerçek dinî temsiller, Baudrillard'ın da işaret ettiği üzere, anlamın yerini biçime bıraktığı bir düzene işaret eder. Yani, içeriklerin teolojik doğruluğu değil; ne kadar etkileyici olduğu önem kazanır. Bu da dinî iletişimin özünü, duygu temelli ve

³⁰ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, 20.

³¹ Lövheim, "Mediatization of Religion: A Critical Appraisal", 161.

³² Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, 44.

³³ Pauline Hope Cheong, "Authority", In Heidi A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. (New York: Routledge, 2013), 76-78.

estetikleştirilmiş bir gösteriye dönüştürür. Örneğin bir dua videosunun arka planına duygusal müzik eklenmesi, bir vaazın dramatik sahne ışıklarıyla sunulması ya da dini mesajların sosyal medya trendlerine uydurulması gibi pratikler, dinî içeriği bir performans hâline getirir.³⁴

Sonuç olarak, bu çalışma yeni medyanın dinî içerik üretimini yalnızca teknik olarak kolaylaştıran bir araç olmadığını; aksine bu içerikleri yeniden kurgulayan, estetikleştiren ve çoğu zaman yaşantılanan dinî deneyimin yerine geçen bir temsil düzeni ürettiğini ortaya koymaktadır. Baudrillard'ın simülasyon kuramı, bu dönüşüm sürecini açıklamak için önemli bir teorik arka plan sunsa da, makalenin temel argümanı yeni medya ortamlarında dinin, simgesel yoğunluğu yüksek fakat deneyimsel derinliği zayıflamış bir forma büründüğüdür. Bu bağlamda dinî içerikler, hakikatin yansıması olmaktan ziyade, dolaşıma sokulan ve tüketilen dijital göstergeler hâline gelmektedir.

Habermas ve Kamusal Alanda Din

Habermas'ta Kamusal Alan ve İletişimsel Akıl

Jürgen Habermas, modern toplumu anlamak için geliştirdiği kavramsal çerçevede kamusal alan, müzakereci demokrasi ve iletişimsel akıl gibi kilit kavramlara yer verir. Bu kavramlar, bireylerin özgürce fikir alışverişinde bulunabildiği, karşılıklı anlayışa dayalı bir toplumsal düzenin imkânlarını sorgular. Habermas'a göre kamusal alan, devlet ile özel alan arasında yer alan; bireylerin ortak meseleleri tartıştığı, fikirlerini dile getirdiği ve eleştirel akli kullandığı toplumsal bir zemindir.³⁵

Bu alanın temel dinamiği iletişimsel eylemdir. Habermas, bireylerin yalnızca stratejik ya da çıkar temelli değil; karşılıklı anlayış ve rasyonel tartışmaya dayalı biçimde iletişim kurmalarını esas alır. İletişimsel akıl, bireylerin ön kabuller, güç ilişkileri veya dogmalardan bağımsız olarak ortak bir anlam zemininde buluşma çabasını ifade eder.³⁶ Bu yaklaşım, demokratik toplumların karar alma süreçlerinde katılımcılığın ve şeffaflığın temelini oluşturur.

Habermas'ın bir diğer katkısı, müzakereci demokrasi anlayışıdır. Bu modelde bireyler sadece oy kullanmakla yetinmez; aynı zamanda kamu politikalarını ve toplumsal değerleri belirleme süreçlerine katılır. Müzakere, rasyonel temellere dayanmalı ve tüm katılımcılar eşit söz hakkına sahip olmalıdır. Bu noktada Habermas, toplumu sadece bir güçler dengesi olarak değil; ortak anlam ve değer üretiminin gerçekleştiği bir iletişim ağı olarak görür.³⁷

Modern toplumda dinî söylemin kamusal alandaki yeri ise Habermas için karmaşık bir meseledir. Laikleşme teorisinin aksine, Habermas dinî düşüncenin kamusal akla katkıda bulunabileceğini savunur. Ona göre din, ahlakî kaynaklar ve anlam dünyaları sunarak

³⁴ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, 44-48.

³⁵ Habermas, *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, 89.

³⁶ Jürgen Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı*, çev. Mustafa Tüzel (İstanbul: Alfa Yayınları, 2019), 73.

³⁷ Jürgen Habermas, "Three Normative Models of Democracy", *Constellations*, 1(1) (December 1994); 1-10, 7.

bireylerin toplumsal sorunlara yönelik duyarlılıklarını artırabilir.³⁸ Ancak bu katkının gerçekleşebilmesi için dinî söylemlerin kamusal dile çevrilebilir, yani tüm bireylerce erişilebilir ve tartışılabilir olması gerekir.

Habermas, postseküler toplumlara özgü bir 'karşılıklı çeviri' modelinden bahseder. Buna göre dindar bireyler, dinî düşüncelerini kamusal akla hitap edebilecek şekilde formüle etmeli; seküler bireyler ise dinî argümanları anlamaya açık olmalıdır.³⁹ Böylece toplumsal uzlaşma, ortak akıl yürütme ve eleştirel iletişim yoluyla tesis edilebilir. Bu perspektif, yeni medya ortamında dinî söylemin taşıdığı potansiyel ve riskleri değerlendirmede de işlevsel bir teorik temel sağlar.

Yeni Medyada Kamusal Dinî Söylemler

Yeni medya, bilgiye erişimi demokratikleştirdiği gibi, bireylerin kamusal meseleleri tartışabildiği yeni dijital mecralar da yaratmıştır. Forumlar, sosyal medya platformları ve yorum bölümleri, dinî konuların da bu yeni kamusal alanlarda ele alınmasına imkân tanımaktadır. Ancak bu dijital tartışma ortamlarının Habermas'ın tanımladığı iletişimsel akıl ve müzakereci kamusal alan ilkeleriyle ne derece örtüştüğü tartışmalıdır.

Habermas'ın kamusal alan tanımı, rasyonel, karşılıklı anlayışa dayalı, eşit katılıma açık ve güçten arınmış bir tartışma ortamını gerektirir.⁴⁰ Oysa yeni medyada dinî tartışmalar, çoğu zaman duygusal, polemikçi, kutuplaştırıcı ve kimlik temelli savunmalara sahne olmaktadır. Twitter'da bir ayet paylaşımının altına gelen yorumlar, Facebook gruplarındaki mezhep tartışmaları ya da YouTube videolarına yapılan sert tepkiler, çoğu zaman karşılıklı anlamaya değil, düşmanlaştırmaya dayalıdır. Bu yönüyle, yeni medya ortamları Habermasçı anlamda bir müzakere zemini üretmekte zorlanmaktadır.⁴¹

Dahası, popüler dinî içeriklerin üretim ve dolaşım biçimi, kamusal alanı dönüştürmekte; nitelikli tartışmanın yerini etkileyici performanslara bırakmaktadır. YouTube'deki vaaz videolarının başlıklarında kullanılan 'şok olacaksınız!', 'bunu ilk defa duyacaksınız!' gibi ifadeler, içeriği bilgi değil, merak ve heyecan duygusu üzerinden pazarlamaktadır. Bu tarz içerikler, iletişimsel akıl yerine duygusal kitle söylemine dayalı bir iletişim tarzını teşvik eder.⁴² Etkileşim sayısı, izlenme oranı ve beğeni sayısı gibi metrikler, mesajın doğruluğundan çok, yayılma gücünü belirlemektedir. Bu durum, dinî söylemin bilgiye değil, etkiye ve 'viral' olmaya odaklandığı yeni bir düzene işaret eder.

Bununla birlikte, yeni medyada belirli platformların, Habermasçı tartışma formatına daha yakın deneyimler sunduğu da göz ardı edilmemelidir. Örneğin bazı podcast serileri ya da uzun süreli forum tartışmaları, farklı görüşlerin gerekçeleriyle sunulduğu, kaynakların referans verildiği ve belirli bir usule uygun olarak yürütüldüğü ortamlar yaratabilir.⁴³ Ancak

³⁸ Jürgen Habermas, "Religion in the Public Sphere", *European Journal of Philosophy*, 14(1) (March 2006); 1-25, 8.

³⁹ Habermas, "Religion in the Public Sphere", 10-14.

⁴⁰ Habermas, *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, 90.

⁴¹ Jose Van Dijck, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (New York: Oxford University Press, 2013), 124.

⁴² Tüfekçi, *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, 103.

⁴³ Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, 62.

bu tür içerikler, popüler dinî içeriklere kıyasla genellikle daha az görünürlük elde etmekte ve daha sınırlı bir kullanıcı kitlesiyle etkileşmektedir.

Habermas'a göre, dinî söylemlerin kamusal akla katkı sunabilmesi için kamusal dilde ifade edilmesi ve seküler bireylerce de anlaşılabilir olması gerekir.⁴⁴ Fakat dijital ortamda üretilen içeriklerin çoğu, kendi cemaatini pekiştirmeye yönelik, dışlayıcı ve dogmatik üsluplarla şekillenmektedir. Bu tarz, kamusal alanda dinin dönüştürücü potansiyelini sınırlar; zira fikir alışverişi yerine kimlik mücadelesi öne çıkar.

Sonuç olarak, yeni medya dinî söylemin kamusal alandaki görünürlüğünü artırmış olsa da, bu görünürlük çoğu zaman iletişimsel rasyonalite yerine duygu, kimlik ve performansa dayalı bir anlatım tarzına yönelmektedir. Bu durum, Habermas'ın çizdiği ideal kamusal alan modelinden önemli ölçüde sapmakta; dijital çağın dinî söylemini çoğu zaman yüzeysel, kutuplaştırıcı ve tek yönlü hâle getirmektedir.

Kuramsal Yaklaşımların Karşılaştırmalı Değerlendirmesi

Bauman, Baudrillard ve Habermas'ın yaklaşımları, yeni medya çağında dinin dönüşümünü farklı sosyolojik düzlemlerden ele almaktadır. Bauman, akışkan modernite kavramsallaştırmasıyla, dijitalleşme sürecinde dinî aidiyetin sürekliliğini yitirmesine, bireysel maneviyatın öne çıkmasına ve kurumsal dinî yapıların çözülmesine odaklanmaktadır. Bu perspektif, dinin dijital ortamda bireysel tercihlere dayalı, geçici ve seçmeci bir deneyim alanına dönüşmesini açıklamak açısından işlevseldir.

Baudrillard ise simülasyon ve hipergerçeklik kavramları üzerinden, yeni medyada dinî temsillerin yaşantılanan deneyimin yerini alarak estetikleştirilmiş ve dolaşıma sokulan imgeler hâline gelmesini vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, dijital platformlarda dinin çoğu zaman gösteri mantığı içinde yeniden üretildiğini ve görselliğin anlamın önüne geçtiğini ortaya koymaktadır.

Habermas'ın yaklaşımı ise dinî söylemin yeni medya ortamlarında nasıl bir kamusal tartışma nesnesine dönüştüğünü ve bu ortamların ne ölçüde rasyonel müzakereye imkân tanıdığını sorgulamaktadır. Dijital platformlar katılımı artırmakla birlikte, tartışmaların çoğu zaman duygusal, kutuplaştırıcı ve performatif bir zeminde gerçekleşmesi, Habermas'ın ideal kamusal alan modelinin sınırlarını görünür kılmaktadır.

Bu üç kuramsal perspektif birlikte değerlendirildiğinde, yeni medya ile din arasındaki ilişkinin tek boyutlu bir dönüşüm olmadığı; bireysel deneyim, temsil rejimleri ve kamusal iletişim düzeylerinde eş zamanlı ve çoğu zaman çelişkili süreçler içerdiği görülmektedir. Dolayısıyla Bauman, Baudrillard ve Habermas'ın yaklaşımları, birbirini tekrar eden değil; farklı sosyolojik düzlemlerde açıklama gücüne sahip, tamamlayıcı analitik çerçeveler sunmaktadır.

Bu karşılaştırma, yeni medya-din ilişkisinin yalnızca betimlenmesini değil, aynı zamanda kuramsal düzeyde eleştirel bir tartışmasını mümkün kılmaktadır.

⁴⁴ Habermas, "Religion in the Public Sphere", 10-12.

Sonuç

Bu çalışma, yeni medya ile din arasındaki ilişkinin tek yönlü ve homojen bir dönüşüm süreci olmadığını; kimlik, anlam ve otorite düzeylerinde eş zamanlı olarak işleyen, çoğu zaman birbirini besleyen ancak yer yer de gerilim üreten çok boyutlu dinamikler barındırdığını ortaya koymaktadır. Dijital ortamlar, bir yandan dinî bilgiye erişimi kolaylaştırmakta, bireysel maneviyat alanını genişletmekte ve farklı dinî ifade biçimlerine görünürlük kazandırmakta; diğer yandan dinî otoritenin parçalanmasına, anlam üretim süreçlerinin hız, görsellik ve popülerlik ölçütlerine daha bağımlı hâle gelmesine zemin hazırlamaktadır.

Bu bağlamda din, dijital çağda artık yalnızca kurumsal yapılar ve geleneksel otoriteler üzerinden tanımlanan sabit bir olgu olmaktan ziyade, bireyin gündelik medya pratikleri içerisinde yeniden kurulan, esnek ve bağlamsal bir deneyim alanı olarak görünmektedir. Çevrimiçi vaazlar, sosyal medya üzerinden öne çıkan dinî figürler, algoritmik yönlendirmeler ve platform mantıkları, dinî söylemin dolaşım biçimlerini dönüştürerek hem yeni imkânlar hem de yeni kırılma alanları üretmektedir. Bu süreç, dinin kamusal görünürlüğünü artırırken, aynı zamanda yüzeyselleşme, gösterileşme ve dinî otoritenin meşruiyetinin popülerlik kriterleri üzerinden yeniden tanımlanması gibi riskleri de beraberinde getirmektedir.

Çalışmada ele alınan kuramsal yaklaşımlar karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde, Bauman'ın bireysel deneyim ve kimlik düzeyinde yaşanan akışkanlaşmayı, Baudrillard'ın temsil, görsellik ve anlam üretimi düzeyindeki kırılmaları, Habermas'ın ise kamusal tartışma, iletişim ve müzakere pratiklerinin dönüşümünü açıklamak açısından tamamlayıcı açıklama imkânları sunduğu görülmektedir. Bu üç yaklaşım, yeni medya-din ilişkisini tek bir açıklama modeliyle sınırlandırmak yerine, farklı sosyolojik analiz düzlemlerinde eş zamanlı olarak kavramaya imkân tanımaktadır.

Çalışma, kuramsal bir çerçeveye dayanması nedeniyle ampirik verilerle desteklenmemiştir ve bu durum araştırmanın temel sınırlılıklarından biridir. Bununla birlikte sunulan kavramsal analizler, yeni medya ile din arasındaki etkileşimin nasıl çözümlenebileceğine dair tutarlı bir teorik zemin ortaya koymakta ve gelecekte yapılacak saha araştırmaları, dijital etnografiler ve içerik analizleri için analitik bir referans çerçevesi oluşturmaktadır. Bu yönüyle makale, yeni medya çağında dinî yaşamın dönüşümünü anlamaya yönelik tartışmalara eleştirel, bütüncül ve kuramsal bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Bu yönüyle çalışma, yeni medya-din ilişkisini tekil kuramsal açıklamalarla sınırlamak yerine, farklı sosyolojik analiz düzlemlerini ilişkilendirerek bütüncül ve eleştirel bir kuramsal çerçeve önermektedir.

Kaynakça

- Baudrillard, Jean. *Gösterge Ekonomi Polisiği Hakkında Bir Eleştiri*. çev. Oğuz Adanır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009.
- Baudrillard, Jean. *Simülakrlar ve Simülasyon*. çev. Oğuz Adanır. 6. baskı. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011.
- Baudrillard, Jean. *Sessiz Yığıııların Gölgesinde: Toplumsalın Sonu*. çev. Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2021.
- Bauman, Zygmunt. *Akışkan Modernite*. çev. Sinan Okan Çavuş. İstanbul: Can Yayınları, 2019.
- Bauman, Zygmunt. *Bireyselleşmiş Toplum*. çev. Yavuz Alogan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2024.
- Bauman, Zygmunt. *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*. çev. Abdullah. Yılmaz. 4. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Bauman, Zygmunt. *Modernlik ve Müphemlik*. çev. İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2003.
- Bauman, Zygmunt. *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlâk Denemeleri*. çev. İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2001.
- Bauman, Zygmunt. *Tüketici Hayat*. çev. Kübra Oğuz. Ankara: Tellekt, 2023.
- Berners-Lee, Tim. *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web*. New York: HarperBusiness, 2000.
- Campbell, Heidi A. *When Religion Meets New Media*. London: Routledge, 2010.
- Campbell, Heidi A. (Ed.). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London: Routledge, 2013.
- Castells, Manuel. *Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı - Ekonomi, Toplum ve Kültür*. Cilt 1, çev. Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Cheong, Pauline Hope. "Authority". In Heidi A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (pp. 76-78). New York: Routledge, 2013.
- Van Dijck, Jose. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press, 2013.
- Habermas, Jürgen. *İletişimsel Eylem Kuramı*. çev. Mustafa Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları, 2019.
- Habermas, Jürgen. *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. çev. Mithat Sancar. İstanbul: İletişim Yayınları, 2015.

- Habermas, Jürgen. "Religion in the Public Sphere". *European Journal of Philosophy*, 14(1) (March 2006), 1-25. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0378.2006.00241.x>
- Habermas, Jürgen. "Three Normative Models of Democracy". *Constellations*, 1(1) (December 1994), 1-10. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8675.1994.tb00001.x>
- Lövheim, Mia. "Mediatization of Religion: A Critical Appraisal". *Culture and Religion*, 12(2) (Jun 2011), 153-166. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579738>
- Manovich, Lev. *Yeni Medyanın Dili*. çev. Akın Emre Pilgir. Ankara: AA Kitap, 2023.
- Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Books, 2012.
- Tüfekçi, Zeynep. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press, 2017.
- Zuboff, Shoshana. *Gözetleme Kapitalizmi Çağı*. çev. Tolga Uzunçelebi. İstanbul: Okuyan Us Yayın, 2021.

ARAŞTIRMANIN ETİK İZNİ

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI

Araştırmacıların her birinin mevcut araştırmaya katkısını yüzde biçiminde belirtiniz. Örneğin iki yazar varsa 1. yazarın araştırmaya katkı oranı %60, 2. yazarın araştırmaya katkı oranı %40'dır. Bunun yanı sıra hangi araştırmacı araştırmanın hangi aşamalarına katkıda bulunduysa bunu açık bir şekilde ifade ediniz. Örneğin;

Yazar 1: Araştırmanın tasarlanması, veri analizi, raporlaştırma.

Yazar 2: Yöntemin belirlenmesi, danışmanlık, geçerlik ve güvenirlik çalışmaları.

ÇATIŞMA BEYANI

Araştırmada herhangi bir kişi ya da kurum ile finansal ya da kişisel yönden bağlantı var ise buna ilişkin ifadeye yer verilmelidir. Araştırmacılar böyle bir durumu açıklamakla yükümlüdür. Araştırmada çıkar çatışmasının bulunmadığı vurgulanmalıdır.