

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



DİNİN DİJİTAL KÜLTÜRDEKİ GÖRÜNÜMLERİ
ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR İNCELEME: YOUTUBE
ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

Danışman
Prof. Dr. Mustafa ARSLAN

Hazırlayan
Fatma ÇİÇEK

MALATYA-2023

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

DİNİN DİJİTAL KÜLTÜRDEKİ GÖRÜNÜMLERİ ÜZERİNE SOSYOLOJİK
BİR İNCELEME: YOUTUBE ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

Fatma ÇİÇEK

DANIŞMAN
Prof. Dr. Mustafa ARSLAN

MALATYA-2023

ONUR SÖZÜ

Doktora tezi olarak sunduğum ‘**Dinin Dijital Kültürdeki Görünümleri Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme: Youtube Örneği**’ adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Fatma ÇİÇEK



ÖNSÖZ

Dijital kültür uzamında pek çok şekilde temsil edilen din fenomenini anlama çabasında olan bu araştırma adım adım kurgulanmıştır. Bu anlamda araştırmanın temelini oluşturan ilk bölümünden spesifik bir gruba ele alan son bölümüne doğru bütünüyle genelden özele doğru bir yol tercih edilmiştir. Birinci bölümde araştırmanın üzerine bina edildiği dijital kültür sahasının doğası ve din fenomeninin dijital kültür ortamına uyum sağlama süreci, ikinci bölümde ise dijitalleşmenin ürünü olan görsel ağırlıklı YouTube platformunda din fenomeninin dramatik bir temsiliyet haline gelmesi ele alınmış ve bu iki bölüm bütünsel anlamda araştırmanın teorik temelini oluşturmuştur. Bu bölümler, birbirleriyle ilişkili olmasına rağmen aslında kendi içinde belirli bir bağımsızlığa sahiptir; bu nedenle arzu edilirse ayrı ayrı okunup değerlendirme yapılabilir. Ancak üçüncü bölüm, daha önce adım adım örülen teorinin Türkiye’deki dini bir grup üzerinde uygulamasını oluşturmakta ve önceki bölümlerin kendi içinde vardığı genel teorik sonuçları bu grup özelinde sentezlemektedir.

Bahsedilen sentezleme sürecinde bir yandan bilimsel çerçevenin içinde kalmak, diğer yandan değişken ve belirsiz bir dijital alanda yorumlayıcı-mikro bir analiz yapmak benim açımdan oldukça zorlayıcıydı. Kıymetli katkılarıyla bu zorlukları aşmama yardım eden tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma çok teşekkür etmek istiyorum. Bu anlamda öncelikle araştırmanın başından sonuna akademik birikimini benden esirgemeyen değerli danışmanım Prof. Dr. Mustafa ARSLAN’a, süreci takip ederek katkıda bulunan Prof. Dr. Ahmet Faruk SİNANOĞLU, Prof. Dr. Cemil ORUÇ, Doç. Dr. Sadık ÇALIŞKAN, Doç. Dr. Mustafa Derviş DERELİ ve Dr. Öğr. Üyesi Osman ÜLKER’e çok teşekkür ediyorum. Ayrıca dijital verilere dayanarak yaptığım analizleri teyit etmek amacıyla Huzme İlim ve Kültür Derneği’ne yaptığım ziyarette verdikleri değerli bilgiler için dernek başkanı Bükrenur AKTAŞ’a ve Huzme ekip üyelerine katkıları için teşekkür ediyorum. Son olarak bu süreci tamamlayabilmem için büyük fedakarlıklar yapan değerli ebeveynlerime, akademik ve manevi olarak beni destekleyen eşim Dr. Nevzat ÇİÇEK’e ve bu süreçte annelerini anlayışla karşılayan Adel ve Arel’e teşekkürlerimi sunuyorum.

Fatma ÇİÇEK
MALATYA, 2023

ÖZET

Dinin Dijital Kültürdeki Görünümleri Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme: YouTube Örneği

Dini gruplar, dijital ortamda yürütülen faaliyetlerde bu ortamın mantığına uyum sağlayarak dijital bir dini kültür biçimi üretmeye çalışmaktadır. Bu gruplar, bahsedilen uyum sürecine paralel bir şekilde YouTube platformunda faaliyetlerde bulunurken görselleşmenin etkisinde kalmakta ve din fenomenini dramatik bir temsiliyet nesnesine dönüştürmektedir. Burada kutsal olanın kutsal olmayan bir alan üzerinde tezahür etmesinden kaynaklanan bir gerilim ve değişim söz konusu olmaktadır. İşte bu araştırma; söz konusu dini gerilim ve değişim problemine odaklanarak problemin çoklu kaynaklarına ulaşmaya ve bu çerçevede din fenomenini dijitalleşme, dramaturji ve söylem sahalarının oluşturduğu üçgenin merkezinden okumaya çalışmaktadır. Bu anlamda araştırmanın temel amacı; din fenomeninin genelde dijital kültür uzamında, özelde ise görselliğin egemen olduğu YouTube platformunda yaşadığı söylemsel dönüşümü anlamaya çalışmaktır. Fakat dijital alanın genişliği ve verilerin anlık değişme potansiyeline sahip olması nedeniyle böylesi bir amaca bütünüyle ulaşmak mümkün değildir. Bu sebeple bahsedilen dini ve söylemsel dönüşüm YouTube platformunun temel eğilimlerini yansıtan tipik bir örnekle sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda araştırma, YouTube platformunda belirgin olduğu varsayılan 7 temayla ve bu temaların tipik bir görünümünü sunan Huzme İlim ve Kültür Derneği'nin YouTube kanalıyla sınırlandırılmıştır. Burada 20 Ağustos 2023 tarihinde yapılan son güncelleme verileri esas alınmış; bu tarihten itibaren üretilen içerikler, araştırmanın kapsamı dışında bırakılmış ve videoların değişen sayısal verileri dikkate alınmamıştır. Veriler, bu tarihte yapılan güncellemeyle birlikte Huzme kanalında tespit edilen 580 video arasından ölçüt örnekleme yöntemiyle seçilen 21 videodan gözlem ve doküman inceleme tekniğiyle toplanmış; ardından araştırmanın üzerine inşa edildiği dijital-dramaturjik temele dayanarak tarafımızca geliştirilen “Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli” çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu analizde Huzme'nin YouTube üzerinde bağımsız bir dini kimlik inşa etme çabasında olduğu; dini düşüncelerini gündelik hayat rutinlerine dair sepmatik görseller üzerinden sergilemeye çalıştığı; bu sergileme sürecinde

geleneksel dini mahremiyet normlarını belirli açılardan revize ettiği; grubu özel hissettirecek ve izleyicileri cezbedecek tüketim alışkanlıkları üzerinden var olmaya çalıştığı; nahif bir görüntü çizmesine rağmen aşamalı bir biçimde çatışmacı bir dil kullanmaya yöneldiği; bu anlamda izleyici üzerinde nahif bir otorite inşa ettiği ve tüm bunlar ışığında geleneksel dini söylem ile modern dini söylemi sentezlediği bulgulanmıştır. Sonuç olarak bu çalışmanın dijital kültür sahasında görünür olan dini söylem biçimlerini analiz etmesi ve bunu somut bir söylem analiz modeli üzerinden gerçekleştirmesi açısından alana katkı sunması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Kültür, Dijital Dini Kültür, YouTube, Dramaturji, Eleştirel Söylem Analizi



ABSTRACT

A Sociological Treatise on the Presentation of Religion in Digital Culture: The Case of YouTube

Religious groups are trying to produce a digital religious culture space by adapting to the logic of digital platforms in activities carried out in the digital environment. While these groups engage in activities on the YouTube platform in parallel with the mentioned adaptation process, they remain under the influence of visualization and turn the phenomenon of religion into an object of dramatic representation. Here, there is a tension and change arising from the hierophany on a non-sacred area. This research focuses on such a problem of religious tension and change, tries to reach the multiple sources of this problem and read the religious phenomenon from the center of the triangle formed by the fields of digitalization, dramaturgy and discourse. In this sense, the main purpose of the research is to try to understand the discursive transformation of the religious phenomenon in the digital culture space in general, and in the YouTube space dominated by visuality in particular. However, since the digital space is large and the data has the potential to change instantly, it is not possible to achieve such a goal completely in a single study. For this reason, the religious and discursive transformation mentioned is limited to a typical example that reflects the basic tendencies of the YouTube space. In this context, the research was limited to 7 themes that are assumed to be evident on the Huzme YouTube channel, which offers a typical view of these themes. The statistical data in this study was updated on 20 August 2023. Since this date, the content produced on the Huzme channel has been excluded from the scope of the research and changes in statistical data have not been taken into account. The data was collected by observation and document review techniques from 21 videos selected by criterion sampling method among 580 videos detected on the Huzme channel with the last update on this date. Then, it was analyzed with the "Critical Discourse Analysis Application Model" developed by me based on the digital-dramaturgical foundation on which the research was built. In this analysis, Huzme is trying to build an independent religious identity on YouTube; Huzme tries to display religious thoughts through sympathetic visuals of daily life

routines; In this presentation process, Huzme revised traditional religious privacy norms in certain aspects; Huzme tries to exist through consumption habits that will make the group feel special and attract the audience; Although presents a naive image, Huzme gradually turns to using confrontational language; In this sense, it has been found that Huzme builds a naive authority over the audience and finally Huzme synthesizes traditional religious discourse and modern religious discourse. As a result, it is hoped that this study will contribute to the field by proposing a concrete discourse analysis model to analyze religious discourse forms in digital culture and demonstrating the applicability of this model.

Keywords: Digital Culture, Digital Religious Culture, YouTube, Dramaturgy, Critical Discourse Analysis

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ.....	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xiii
GİRİŞ.....	1
1. Konu ve Problem.....	1
2. Amaç ve Önem.....	1
3. Metodoloji	3
4. Sınırlılıklar.....	5
5. Literatür.....	6

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR, DİJİTALLEŞME VE DİN

1.1. Dijitalleşmeye İlişkin Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve	11
1.1.1. Kültürel Bir Değişim Formu Olarak Dijital Kültür	11
1.1.2. İletişimin Yeni Biçimleri: Görsel Dil ve Görsel Metin	18
1.1.3. Dijitalleşme Süreciyle İlgili Güncel Kuramlar	23
1.2. Dinselliğin Dijital Kültüre Adaptasyonu	30
1.2.1. Dijitalleşme Sürecinde İnanç ve İbadetler	31
1.2.2. Dijital Toplumda Dini Kimlikler	39
1.2.3. Dijital Toplumda Dini Katılım ve Aktivizm	47
1.2.4. Dijital Ortamda Dini Sosyalleşme, Çatışma ve Bütünleşme	52
1.2.5. Dijital Çağda Dini Gösteri/ş ve Mahremiyet.....	59
1.2.6. Dijitalleşme Sürecinde Dini Grupların Otorite ve İşlevleri.....	66
1.2.7. Dijitalleşme Sürecinde Tüketim, Sekülerleşme ve Din İlişkisi.....	73
1.3. Değerlendirme	81

İKİNCİ BÖLÜM

DRAMATURJİ, YOUTUBE VE DİN

2.1. Ana Hatlarıyla Goffman'ın Dramaturji Kuramı	85
2.1.1. Mikrososyolojik Bir Kuram Olan Dramaturji'nin Entelektüel Kökleri	85
2.1.2. Dramaturji Kuramında Temel Kavramlar	91
2.2. Çokkipli (Multimodal) Bir Paylaşım Platformu: YouTube	104
2.2.1. Bloglardan Vloglara YouTube'un Tarihçesi	104
2.2.2. YouTube'da Özneleşme: "YouTuber" Olmak	112
2.3. Dinselliğin Sergilendiği Dijital Bir Ekoloji: YouTube Platformu	126
2.3.1. Dramatik Bir Sahne Olarak YouTube	126
2.3.2. Dramatik Bir Temsiliyet Olarak Dinsellik	140
2.4. Değerlendirme	151

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİNİN DİJİTAL KÜLTÜRDEKİ GÖRÜNÜMLERİ

3.1. Yöntem	153
3.1.1. Varsayımlar	153
3.1.2. Evren ve Örneklem	154
3.1.3. Verilerin Toplanması	162
3.1.4. Verilerin Analizi	165
3.1.5. Araştırma Sürecinin Tasarlanması	178
3.1.6. Araştırmanın Geçerlik, Güvenirlik ve Etik Çerçevesi	179
3.2. Bulgular	181
3.2.1. Bir Dini Özneleşme Sahası Olarak YouTube	181
3.2.1.1. Görsel Metin 1: Bu Yola Nasıl Çıktık?/Lisenize Geliyoruz/Sessiz Vlog	181
3.2.1.2. Görsel Metin 2: Huzme Nedir / Nasıl Tanıştık / Çok Merak Edilen Sorularınızı Cevaplıyoruz / Soru-Cevap / Sessiz Vlog	186
3.2.1.3. Görsel Metin 3: Uzaklar Yakın Olunca / Huzme The Vision S2B1	193
3.2.2. Din ve Gündelik Pratikleri Sentezleyen Bir Mecra Olarak YouTube	200

3.2.2.1. Görsel Metin 1: Huzme'de Sakin Bir Sabah / Sessiz Vlog	200
3.2.2.2. Görsel Metin 2: Müslüman Genç Kızın Bir Günü 2 / Sessiz Vlog // A Day in the Life of a Muslim Girl 2 / No Talking	204
3.2.2.3. Görsel Metin 3: Ramazan'da Bir Günüm Nasıl Geçiyor? / Sesli Vlog.....	210
3.2.3. Mahremiyeti İhlal Eden Bir Platform Olarak YouTube.....	216
3.2.3.1. Görsel Metin 1: Astronot Çift - Birlikte Mars'a Uçtuk! /Bizimkiler/Sessiz vlog	217
3.2.3.2. Görsel Metin 2: Tesettür Hakkında Tüm Eleştirilere Cevap! #tesettürmanifestosu	222
3.2.3.3. Görsel Metin 3: Kadın Hakkındaki Tüm Sorulara Cevap! / Feminizm	231
3.2.4. Mütebedeyin Kitlenin Tüketim Davranışlarını Besleyen Çevrimiçi Bir Ortam Olarak YouTube.....	240
3.2.4.1. Görsel Metin 1: Huzme'deki Ofisimizi Yaptık / Ikea Alışverişi / Office Makeover.....	240
3.2.4.2. Görsel Metin 2: Yeni Başlangıçlar / Sade Yaşam / Minimalizm – New Beginnings / Minimalism	248
3.2.4.3. Görsel Metin 3: Huzme İstanbul Buluşmasında Neler Oldu? / Özel Tekne Daveti!.....	254
3.2.5. Temassız Bir Çatışma Ortamı Olarak YouTube.....	261
3.2.5.1. Görsel Metin 1: 15 Temmuz Şehitlerine / Huzme.....	261
3.2.5.2. Görsel Metin 2: Bana İslam'ın Doğru Din Olduğunu İspatla!.....	266
3.2.5.3. Görsel Metin 3: Yobazsınız İddialarına Cevap!	274
3.2.6. Alternatif Yeni Dini Rol Modeller Üreten Bir Mecra Olarak YouTube	279
3.2.6.1. Görsel Metin 1: İtikafıyım / Yalnız Değilsin / Sessiz Vlog	280
3.2.6.2. Görsel Metin 2: Seni Harekete Geçirecek 5 madde ! Bükre AKTAŞ.....	284
3.2.6.3. Görsel Metin 3: Hadislere %100 Güvenebilir Miyiz?	292
3.2.7. Din Dilinin Medyatikleşmesi ve Melez Dini Söylemler	298

3.2.7.1. Görsel Metin 1: Pomodoro Tekniği ile Çalışma / Tarihçe-i Hayat Kitabı İnceleme / Huzme Enstitü	298
3.2.7.2. Görsel Metin 2: Yaş 16 / Bu Kafayla Biraz Zor #zkuşağı	304
3.2.7.3. Görsel Metin 3: En Büyük Hayalimiz / The Vision S1B3	310
3.2.3. Değerlendirme.....	316
SONUÇ	332
KAYNAKÇA.....	337
EKLER	371



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Huzme Kanalındaki Videoların Kod-Tema Listesi	155
Tablo 2. Huzme Kanalındaki Videoların Temalara Göre Tasnifi.....	156
Tablo 3. Temalara Göre Analiz Edilen Videoların Listesi	166



KISALTMALAR

ASMR	: Autonomous Sensory Meridian Response
Bk.	: Bakınız
CDA	: Critical Discourse Analysis
DERBİS	: Dernek Bilgi Sistemi
DIY	: Do It Yourself
Ed.	: Editör
ESA	: Eleştirel Söylem Analizi
Haz.	: Hazırlayan
İHL	: İmam Hatip Lisesi
İİKV	: İstanbul İlim ve Kültür Vakfı
MIPSTERZ	: Muslim Hipsters
MUD	: Multi User Dungeon
s.	: Sayfa
TDK	: Türk Dil Kurumu
WELL	: Whole Earth ‘Lectronic Link

GİRİŞ

1. Konu ve Problem

Bu çalışma, esasında sosyoloji ve antropoloji bilimlerinin ortak ilgi alanı olan kültür konusu etrafında şekillenmiştir. Kültürün sözlü ve yazılı formlarına odaklanan önceki çalışmaların bir adım ilerisi olarak burada dini hayatın internet teknolojisi ile birlikte yaşadığı söylemsel dönüşümler; YouTube platformu özelinde ve Erving Goffman'ın dramaturji kuramı bağlamında eleştirel bir biçimde ele alınmıştır. Yani burada incelenen temel konu; fiziksel ilişkilerle şekillenen kültürün iletişim biçiminin doğasını temelde değiştiren teknik yeniliklerle birlikte dijitalleşmesi ve bu dijital ortamda dini hayatın görünür olma biçimleridir.

Dinselliğin genelde dijital kültür uzamında, özel olarak YouTube platformunda görünür hale gelmesini inceleyen bu çalışmanın temel araştırma sorusunu ise “Din, dijital kültür uzamında nasıl görünür hale gelmektedir?” şeklinde ifade etmek mümkündür. Bu temel soruyu yanıtlamak amacıyla aşağıdaki alt sorulardan hareketle dinsel olana dair söylemsel bir analiz yapılmıştır:

- Din dijital çağda nasıl bir dönüşüme uğramıştır?
- Dini söylem dijitalleşme sürecinden nasıl etkilenmektedir?
- Mütedeyyinler dijital ortama nasıl katılım göstermekte ve alanda nasıl var olmaktadır?
- Dijitalleşme süreci mütedeyyinlerin mahremiyet normlarını nasıl şekillendirmektedir?
- Dijitalleşme süreci mütedeyyinlerin tüketim pratiklerini nasıl şekillendirmektedir?
- Dijital çağda dini sosyalleşme, bütünleşme ve çatışma süreçleri nasıl deneyimlenmektedir?
- Dijitalleşme sürecinde dini otorite nasıl bir değişime uğramıştır?
- YouTube platformunda din nasıl temsil edilmektedir?

2. Amaç ve Önem

Bu araştırmanın temel amacı, görmenin ve göstermenin egemen olduğu dijital ortamda dramatize edilen dinsel performansları eleştirel bir gözle analiz etmek ve bu

bağlamda dinsel olanın geçirmekte olduğu söylemsel dönüşümü yorumlamaktır. Dinin bizzat kendisini değil, dine dair olanı yani *dinsel olanı* inceleyen sosyolojinin *mikro alan* ve *hermeneutik* ile etkileşen yeni sınırları bizlerde böyle bir amacın meşru ve de bilimsel olduğu düşüncesini oluşturmuştur.

Bu araştırmada diğer sosyal paylaşım platformlarına kıyasla daha fazla multimodal (çokkipli) özellik barındırdığı ve anonim bir izleyici kitlesi önünde birtakım performanslar gerçekleştirmeye uygun dramaturjik bir sahne olarak işlev gördüğü için YouTube platformu seçilmiştir. YouTube kuşatıcı bir biçimde herkese kendini ifade etme fırsatı sunan özgür bir platform izlenimi uyandırmakta; bir Google hesabına sahip olan herkese istediği videonun altına yorum yapabilme ve küçük birkaç adımla kendi kanalını oluşturabilme imkanını sunmaktadır. Bu yönüyle YouTube hem özgürlükçü hem de din, dil, ırk, kültür ya da ülke ayrımı gözetmeyen eşitlikçi bir profil çizmektedir. Ancak burada sunulan imaj ya da Goffman'ın tabiriyle *verilen izlenim*; sıradan, doğal ve özgürlükçü olmasına karşın gerçekten böyle midir? Türkiye özelinde ifade edilecek olursa uzun yıllar boyunca *merkezdeki* sekülerite tarafından *çevrede* bırakılmış muhafazakar camia için interaktif iletişim ve sosyal medya platformları; *var olduğunu* göstermek adına büyük bir fırsat olarak değerlendirilmiş ve bu bağlamda pek çok sosyal ağ eş zamanlı kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın amaçlarından biri; dindarın ya da dinsel olanın böylesi bir şekilde var olduğunu gösterme, “göz”ün küresel bazda egemen olduğu yeni bir dünya düzenine dahil olma ve oyunun içinde kalma çabasını eleştirel bir gözle okumaktır. Elbette bu çalışmada elde edilen sonuçlar tüm dindarları ya da tüm dinsellikleri kapsamadığından tümüne genellenebilecek sonuçlara ulaşmayı da hedeflememektedir. Burada, muazzam bir çeşitliliği bünyesinde barındıran yeni bir kültür ortamının (dijital kültür ortamının) mikro düzlemde ve yorumlayıcı bir çizgide analiz edildiğini, ayrıca analizin bu bağlamda farklı bir perspektif sunmaya çalıştığını belirtmekte fayda var.

Araştırmanın bir diğer amacı iletişim araçlarının mütedeyyinleri bireyselleştirerek kimlik, katılım, mahremiyet, tüketim, bütünleşme, çatışma ve otorite gibi çeşitli açılardan dini söylemi dönüştürdüğünü ortaya koymaktır. Yani burada mütedeyyinlerin dijital araçlara eklemlenmesi ve kendilerini konumlandırma-tanımlama biçimlerini analiz etmek amaçlanmaktadır. Nitekim iletişim dünyasının yeni değerleriyle etkileşen dini oluşumlar; özellikle YouTube gibi görselliğin belirgin olduğu dijital platformlarda

doğal, sade, şık ve mükemmel bir imaj kurgulayarak var olmaya ve bu yolla dini kimliklerin ötekileştirilmesine karşı koymaya çalışmaktadır. Burada bir taraftan dinsel-geleneksel emirler; mahremiyet sınırlarını muhafaza etme yönünde grubu baskılarken öte yandan dönüşen dünyayı yakalama ve oyuna dahil olma isteği çatışmaktadır. İşte YouTube'daki din temalı performanslar; burada söz konusu çatışma ve otorite inşa etme çabası üzerinden ele alınmaktadır.

Son olarak dijitalleşme sürecinde bir taraftan dini hayatın popülerleşmesinde dijital ortamın hızlandırıcı birtakım etkileri olmasına karşın öte yandan bu popülerleşmeye eşlik eden seçkin bir anlayış da bulunmaktadır. Çelişkili gibi görünse de dijitalleşme sürecinde popüler kültür unsurları seçkin kültür unsurlarıyla giderek daha fazla ve farklı şekillerde kombinasyonlar oluşturmaktadır. İşte bu çalışma; din ve dijital alanın etkileştiği genel bağlamda popüler ve seçkin söylemlerin sentezlendiği yeni bir dini melezleşme tecrübesine odaklanmakta ve bunun mahiyetini anlamaya çalışmaktadır.

Esasında dijitalleşme, sosyal medya ve YouTube gibi konular son yıllarda farklı pek çok açıdan incelenmektedir. Üstelik sayısı giderek artan bir oranda söz konusu alanların din ile ilgili boyutlarının incelendiği çalışmalar da literatüre kazandırılmaya devam etmekte ve sayısı bunlar kadar olmasa da Goffman'ın dramaturji kuramının dijital dünya kalıplarına uyarlanma çabalarının olduğu da görülmektedir. O halde bu çalışmayı özgün kılan noktanın ne olduğu sorulabilir. Bu araştırmayı tam olarak önemli kılan nokta; dijitalleşen dini kültürü dramaturjik zemin üzerinden söylemsel analize tabi tutması ve bu analizi disiplinlerarası bir perspektife dayanarak yapmasıdır. Yani bu çalışmanın önemi hem hegemonik bir biçimde toplumları ve kültürlerini kontrol eden dijitalleşmeyi hem de dijitalleşmenin imkanlarını sonuna kadar kullanarak gösteri toplumuna endekslenen muhafazakarların dramatize edilmiş eylemlerini eleştirel bir gözle okuma çabasından ileri gelmektedir. Bu çalışma ile alanda var olduğu düşünülen böylesi bir boşluğun doldurulması umulmaktadır.

3. Metodoloji

Dinin dijital ortamda çeşitli görünümeler altında sahnelendiği ve yeni dini kültür biçimlerinin üretildiğini ileri süren bu araştırmanın metodolojik üst şemsiyesini nitel araştırma paradigması oluşturmaktadır. Uzun yıllar boyunca pozitivist bakış açısının

egemen olduğu nitel araştırmalarda son yıllarda “yorumlama yeterliliği”¹, “sosyal-siyasal-kültürel bağlam”² ve “çoklu yöntem kullanımı”³ gibi alternatif yönelimler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu yeni süreçte ortaya çıkan çeşitli yöntemsel yeniliklerin belki en dikkat çekici olanlarından biri; bilimsel çalışmaların sıkı sıkıya bağlı olduğu planlamanın ve desenlemenin araştırma sürecine yayılması yönündeki değişikliktir. Creswell’in ifade ettiği üzere bu yeni desenleme biçiminde, bilimsel araştırma önceden belirlenen şablona göre katı bir biçimde yürütülmez.⁴ Yani araştırma sürecinin her bir aşamasının değiştirilebilmesine olanak sağlayan bu yeni nitel araştırma paradigması, esneyerek daha dinamik bir görünüm elde etmiştir. Benzer şekilde nitel araştırma yöntemleri üzerine yazdığı bilimsel kitapta kimi zaman görünür kıldığı kurgusal bir karakter olan Halcolm’un dilinden “Hiçbir zaman kanıtlama mecburiyeti yoktur. Sadece deneyimlenecek ve anlaşılacak dünya vardır. Deneyim yolculuğunun yükünü hafifletmek için kanıtlama mecburiyetinden kurtulun”⁵ ifadelerini aktaran Patton, yöntem konusunda (kalıpların kendisini düşünmeyi ihmal etmeden) kalıpların dışında yeni alternatifler önermektedir. Yeni yöntem paradigmalarına fikri yakınlık duyan bu araştırma, Patton’un ilham verdiği çizgide hem bir araştırma planına sahip olarak adım adım bir düzen içinde kurgulanmış hem de süreç içinde çeşitli dönüşümler yaşayarak tekrar tekrar gözden geçirilmiş ve yeniden dizayn edilmiştir.

Bahsedilen paradigma değişiminin spesifik örneklerini, sosyoloji sahasında da görmek mümkündür. Özellikle Mead’le başlayıp Blumer ve Goffman gibi mikrososyologlar tarafından sürdürülen bu yeni yorumlayıcı yöntem paradigmasında değişkenlik, yorumsallık ve keşfedicilik ön plana çıkmaktadır. Burada daima hareket halinde olan sosyal gerçekliğin analiz edilebilmesi için yakın bir mercekten bakmak ve bu dinamik alanı yapısal düzlemde kanıtlamak yerine etkileşimsel düzlemde keşfetmeye

¹ Norman K. Denzin - Yvonna S. Lincoln, *Collecting and Interpreting Qualitative Materials* (Los Angeles: SAGE, 2013), 398-399.

² Sharan B. Merriam, “How Context Shapes The Design and Implementation of A Qualitative Study”, *Qualitative Research in Practice: Examples For Discussion and Analysis*, ed. Sharan B. Merriam - Robin S. Grenie (San Francisco: Jossey-Bass, 2019), 54.

³ Birbirinden farklı çağdaş araştırma türleri ve yöntemlerine ilişkin kapsamlı bilgi için Bk. Catherine Marshall - Gretchen B. Rossman, *Designing Qualitative Research* (Los Angeles: SAGE, 2016), 61-92.

⁴ John W. Creswell, *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, çev. Mesut Bütün - Selçuk Beşir Demir (Ankara: Siyasal Kitabevi, 2013), 47-48.

⁵ Michael Quinn Patton, *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, çev. Mesut Bütün - Selçuk Beşir Demir (Ankara: Pegem Akademi, 2018), 2.

çalışmak önerilmektedir.⁶ İşte bu çalışmada Mead, Blumer ve Goffman'ın araştırmacıdan bağımsız bir gerçeklik algısının olmadığı; aksine sosyal gerçekliğin zamana, şartlara ve kişilere göre daimi bir yorum döngüsü içinde olduğu şeklinde ifade edilen metodolojik anlayışından hareketle, dijital kültür uzamında icra edilen dinselliğin yeniden bir okuması yapılmıştır.

4. Sınırlılıklar

Bu araştırma tüm dijital evreni ve bu evrendeki dinsel içeriklerin oluşturulma yasalarını ortaya koyma iddiasında değildir. Aksine bu araştırma yukarıda bahsedilen amaçlar doğrultusunda sınırsız dijital uzamın sadece belirli görünümelerini derinlemesine analiz etmektedir. Ancak analizin yapıldığı dijital zeminin değişken olması, dini söylemi analiz etmeyi belirli açılardan zorlaştırmaktadır. Bu durum hem söylemin doğasındaki belirsizlikten hem de dijital çağın anlık değişim etkisinden kaynaklanmaktadır. Nitekim dijital çağda kitlelerin özgürlüğü; “çek, kaydet, paylaş” mottosuna dayalı olarak sadece bir tıkla görünür hale geldiğinden bireyler içeriklerine anında müdahale edebilmekte ve kimi zaman paylaşımların popülaritesi arttığı hızla azalabilmektedir. Bu sınırlılığın aşılması için genelde dijital uzamda, özelde ise görselliğin egemen olduğu YouTube platformunda belirgin olan dini özneleşme, gündelik hayat, mahremiyet, tüketim, çatışma-bütünleşme, otorite ve melezleşme olmak üzere 7 tema belirlenmiş ve bu temaların tipik örneklerini sunan Huzme İlim ve Kültür Derneği'nin YouTube kanalındaki içerikler tercih edilmiştir.

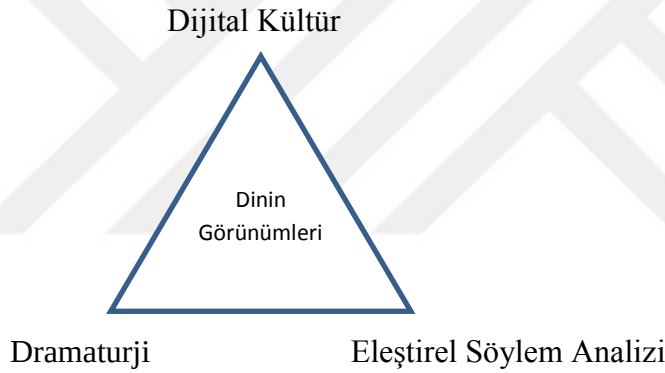
Araştırma ile ilgili bir başka sınırlılık ise Huzme grubunun içeriklerinin internet erişimine kapanması ya da grubun fiilen dağılması şeklinde ileri sürülebilir. Ancak araştırmanın tamamlanmasının ardından böylesi bir dijital grubun ortadan kalkması durumunda yapılan analizlerin ve bulguların işlevsizleşeceğini ifade etmek mümkün değildir. Çünkü böylesi bir tehlikenin sadece dijital gruplar için geçerli olduğu düşüncesi yanıltıcı olabilmektedir. Nitekim tarihsel kişiler, kurumlar ve devletler bugün yok olmalarına rağmen tarihsel süreçte birtakım etkilerde bulunmuş ve çeşitli roller üstlenmişlerdir. Tarih sahnesinden çekilmeleri onların bir dönem var olduklarını, eylemde bulunduklarını ve diğer insanlar, kurumlar ve gruplarla etkileştikleri gerçeğini

⁶ George Herbert Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, çev. Yeşim Erdem (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2021), 45-79; Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (California: University of California Press, 1986), 1-60; Erving Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, çev. Fahri Öz - Devrim Kılıçer (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2020), 93-116.

değiştirmemektedir. Bu nedenle önemli olan, araştırılan grubun varlığını sürdürmesi değil, süreç içerisinde dijital kültür uzamındaki dini bir görünümü temsil ederek birtakım roller üstlenmesidir. İşte tüm bu hızlı değişimlere rağmen dini hayatın dijital ortamdaki yansımaları; bu değişimleri kapsayan yeni kültür biçimlerini doğurması ve sosyal etkileşimlere kaynaklık etmesi nedeniyle bu araştırmada incelenmeye değer görülmüştür.

5. Literatür

Nitel bir araştırma sürecinde araştırma stratejisi belirlenirken, veri toplarken ya da verileri analiz ederken farklı yaklaşım ve metotların kullanılmasına üçgenleme (triangulation)⁷ denilmektedir. Bu araştırma da dijital kültür, dramaturji ve eleştirel söylem analizi sacayakları üzerine kurgulanarak üçgenlenmiş bir araştırma örneği olmaktadır:



Dijital Kültür, Dramaturji ve Eleştirel Söylem Analizi (ESA) temellerinden hareketle dinin görünüm biçimlerine odaklanan çalışmamız ile bütünüyle benzeyen bir çalışmaya literatür taraması yapılırken karşılaşılmamıştır. Ancak bu üçgenlemeyi oluşturan her bir sacayağı ile ilgili hem ulusal hem de uluslararası düzlemde konuyu farklı açılardan inceleyen çok sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bunlardan dijital kültüre ilişkin çoğunlukla iletişim bilimleri ve sosyoloji bünyesinde; dramaturji perspektifine ilişkin çoğunlukla sahne ve görüntü sanatları, edebiyat ve halkla ilişkiler alanında; söylem üzerine ise dilbilim, sosyoloji ve iletişim bilimleri alanında pek çok çalışma mevcuttur. Ayrıca bu araştırmanın gerçekleştirildiği ortam olan YouTube

⁷ Uwe Flick, "Triangulation", *The Sage Handbook of Qualitative Research*, ed. Norman K. Denzin - Yvonna S. Lincoln (Los Angeles: Sage, 2018), 780.

platformu üzerine 2017 tarihinden itibaren sadece Türkiye üniversitelerinde birbirinden farklı alanlarda yapılmış yüzlerce çalışma tespit edilmiştir.

Araştırma öncesinde tarandıkça azalan sabit bir küme olarak tasavvur ettiğim literatürün -beklentimin aksine- süreç içerisinde okudukça büyüyen bir okyanusa dönüştüğünü gördüğümde Becker'ın⁸ tabiriyle “dehşete düştüğümü” itiraf etmeliyim. Ne kadar çabalasam da bu alandaki bütün çalışmalara ulaşamayacağımı, bunun “en ileri zihinler için bile imkansız olduğunu”⁹ dile getiren Comte'un teskin edici ifadeleri sayesinde kabullendiğimde, araştırmanın öncelikleri doğrultusunda bir ayıklama yapmaya çabaladım. Bu kapsamda araştırmaya ilişkin literatürü; araştırmanın başlangıcında ilham verenler, dijitalleşmeyle ilgili olanlar, dramaturji perspektifine dayananlar ve eleştirel söylem analizini kullananlar olmak üzere belli bir düzenle ortaya koymak daha açıklayıcı olacaktır:

Öncelikle bu çalışma Wellman'ın “ağa bağlı bireyciliği”ne¹⁰, Castells'in “ağ toplumu”na¹¹, Toffler'ın “üçüncü dalga”sına¹², Hepp'in “medyatikleşen kültürler”ine¹³, Gere'in “dijital kültür”üne¹⁴, Vattimo'nun “şeffaf toplum”una¹⁵, Ong'un “ikinci sözlü kültür çağı”na¹⁶ çok şey borçludur. Çalışmamızın üzerine bina edildiği zemin; bu sosyolojik simaların yeni iletişim araçlarının doğurduğu yeni toplum biçimlerine dair literatüre kazandırdıkları paha biçilmez düşüncelerdir.

Bahsedilen temel eserlerden beslenen bu araştırma, süreç içerisinde doğrudan medya ve din ilişkisini konu edinen daha spesifik çalışmalardan da yararlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle medyanın din için bir fırsat olduğunu savunan Stewart Hoover¹⁷,

⁸ Howard S. Becker, *Sosyal Bilimcilerin Yazma Çilesi: Yazımın Sosyal Organizasyonu Kuramı*, çev. Şerife Geniş (Ankara: Heretik Yayınları, 2019), 175.

⁹ Auguste Comte, *Pozitif Felsefe Dersleri ve Pozitif Anlayış Üzerine Konuşma*, çev. Erkan Ataçay (Ankara: Bilgesu Yayıncılık, 2015), 53.

¹⁰ Lee Rainie - Barry Wellman, *Networked: The New Social Operating System* (Cambridge: MIT Press, 2012).

¹¹ Manuel Castells, *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt-1, Ağ Toplumunun Yükselişi*, çev. Ebru Kılıç (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008).

¹² Alvin Toffler, *Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı* (İstanbul: Koridor Yayıncılık, 2008).

¹³ Andreas Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, çev. Çiğdem Bozdağ - Elif Posos Devrani (Ankara: Dipnot Yayınları, 2015).

¹⁴ Charlie Gere, *Digital Culture* (London: Reaktion Books, 2008).

¹⁵ Gianni Vattimo, *Şeffaf Toplum*, çev. Ümit Hüsrev Yolsal (İstanbul: Say Yayınları, 2012).

¹⁶ Walter J. Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür*, çev. Sema Postacıoğlu Banon (İstanbul: Metis Yayınları, 2018).

¹⁷ Stewart M. Hoover, *Religion in the Media Age* (London: Routledge, 2006); Stewart Hoover, *The Third Spaces of Digital Religion* (Routledge, 2015).

Nabil Echchaibi¹⁸ ve Birgit Meyer¹⁹ gibi isimlere ait çalışmalar; ikincisi dinin medya uzamına dahil olduğunda büyük yapısal dönüşümleri deneyimlemeye açık hale geldiğini savunan Stig Hjarvard²⁰, Mia Lövheim²¹ ve Knut Lundby²² gibi isimlere ait daha eleştirel çalışmalar ve son olarak Heidi Campbell²³, Stephen Garner²⁴ ve Tim Hutchings²⁵ gibi isimler tarafından bu iki anlayışı sentezleyen çalışmalar olmak üzere medya ve din etkileşimine dair önemli eserlerden bahsetmek yararlı olacaktır. Bu çalışmalarda çok sayıda dini grup ve dijital platform özelinde inanç-ibadetlerin çevrimiçi ortama uyarlanması, çevrimiçi bir kimlik inşası, mahremiyet, otorite, ölüm sonrası varoluş, dijital anlatı inşası ve toplumsal cinsiyet ile din ilişkisi gibi bir dizi tema yer almaktadır. Tüm bu çalışmalar alanın teorik temelini inşa ederken çalışmamızın başucu kaynakları olsa da kendine has temalara, örnekleme ve yöntemle dayanan bu çalışma; dijitalleşen dinin incelenmeyen başka bir boyutuna odaklanarak seleflerinden ayrılmaktadır. Bununla beraber uluslararası literatürde medya din ilişkisini İslam ve Müslümanlar özelinde inceleyen Gary Bunt²⁶, Dale F. Eickelman²⁷, Talaat Pasha²⁸ ve

¹⁸ Deborah Justice, “Multi-site Mediated Worship: Why Simulcast Sermons Need Live Local Praise Bands”, *Media and Religion: The Global View*, ed. Stewart M. Hoover - Nabil Echchaibi (Berlin: De Gruyter, 2021), 63-81; Stewart M. Hoover - Nabil Echchaibi, “Introduction”, *Media and Religion: The Global View* (Berlin: De Gruyter, 2021).

¹⁹ Birgit Meyer, “Material Mediations and Religious Practices of World-Making”, *Religion Across Media: From Early Antiquity to Late Modernity*, ed. Knut Lundby (New York: Peter Lang, 2013), 1-19.

²⁰ Stig Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society* (London: Routledge, 2013); Stig Hjarvard, “From Mediation to Mediatization: The Institutionalization of New Media”, *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*, ed. Andreas Hepp - Friedrich Krotz (London: Palgrave Macmillan, 2014), 123-139.

²¹ Mia Lövheim, “Mediatization: Analyzing Transformations of Religion From a Gender Perspective”, *Media, Culture & Society* 38/1 (2016), 18-27; Mia Lövheim, “A Voice of Their Own. Young Muslim Women, Blogs and Religion”, *Mediatization and Religion: Nordic Perspective*, ed. Stig Hjarvard - Mia Lövheim (Göteborg: Nordicom, 2012), 129-145.

²² Knut Lundby, *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self-representations in New Media* (New York: Peter Lang Publishing, 2008); Meyer, “Material Mediations and Religious Practices of World-Making”.

²³ Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media* (London: Routledge, 2010); Heidi A. Campbell, *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority* (London: Routledge, 2021).

²⁴ Heidi A. Campbell - Stephen Garner, *Networked Theology: Negotiating Faith in Digital Culture* (Michigan: Baker Academic, 2016); Stephen Garner, “Theology and the New Media”, *Digital Religion: Understanding Religious Practise in Digital Media*, ed. Heidi A. Campbell - Ruth Tsuria (London: Routledge, 2022).

²⁵ Tim Hutchings, “Network Theology Christian Understandings of New Media”, *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 1/1 (2012).

²⁶ Gary R. Bunt, *Islam in the digital age: E-jihad, online fatwas and cyber Islamic environments* (London: Pluto Press, 2003); Gary R. Bunt, *Virtually Islamic: Computer-mediated communication and cyber Islamic environments* (Cardiff: University of Wales Press, 2000); Gary R. Bunt, *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2018).

²⁷ Dale F. Eickelman - Jon W. Anderson, *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (Bloomington: Indiana University Press, 2003).

Paul Baker²⁹ gibi isimlere ait çeşitli çalışmalar yöntem ve konu açısından araştırmamız ile yakınlık göstermekte; ancak bahsedilen medya-din etkileşimini Türk dünyası dışındaki İslami söylemlerin analizini yapması açısından araştırmamızdan farklılaşmaktadır. Son olarak medyadaki dini temsilleri üç büyük dinin inanç, ibadet ve cemaat yapıları üzerinden ele alan Haberli'nin³⁰ çalışması; siber uzamda dini kimliklerin akışkan hale geldiğini ve bu süreçte ortaya çıkan yeni uzamın “sanal” olarak adlandırılmayacağını belirten Dereli'nin³¹ çalışması; medya ve din ilişkisini görsel kültür üzerinden ele alan Eken'in³² çalışması ve “Hayalhanem” grubu özelinde Nurcu söylemini çözümleyen Sarı'nın³³ çalışmasından bahsetmek mümkündür. Bu çalışmaların her biriyle kısmi benzerlikler olmasına rağmen çalışmamız, dijitalleşme pratiklerini farklı bir örneklem üzerinden dramaturjik perspektife dayanarak analiz etmesi açısından onlardan büyük ölçüde ayrılmaktadır.

Medya ortamını dramaturji perspektifinden ele alması yönüyle çalışmamızla benzerlik gösteren Thumim³⁴, Çitil³⁵ ve Dalkılıç³⁶ gibi isimler tarafından yapılan bazı çalışmalar alanda tespit edilmiştir. Özellikle Thumim'in çalışması alandaki öncü çalışmalardan biri olması açısından büyük bir önem taşısa da anaakım medya araçları üzerinden; Çitil ve Dalkılıç'ın çalışması ise Instagram üzerinde dini olmayan benlik sunumlarına odaklanması açısından ve vardıkları bulgular noktasında çalışmamızdan tamamen farklılaşmaktadır.

Son olarak bu çalışma; yöntem açısından ESA'nın öncülerinden van Dijk³⁷, Wodak³⁸ ve Fairclough'ın³⁹ söylemi metin üzerinden analiz eden düşüncelerinden

²⁸ Talaat Pasha, *Islamists in The Headlines: Critical Discourse Analysis of The Representation of The Muslim Brotherhood in Egyptian Newspapers* (Salt Lake: University of Utah, Doctoral Dissertation, ts.).

²⁹ Paul Baker, *Discourse Analysis and Media Attitudes: The Representation of İslam in The British Press* (Cambridge: Cambridge University Press, 2013).

³⁰ Mehmet Haberli, *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din* (İstanbul: Açılım Kitap, 2014).

³¹ Mustafa Derviş Dereli, *Sanala Veda: Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık* (Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları, 2022).

³² Metin Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din: M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri Üzerine Bir İnceleme* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019).

³³ Hasan Sarı, *Söylemden Kadraja Yeni Bir Nurcu Oluşum Olarak “Hayalhanem”* (Ankara: Akademisyen Kitabevi, 2023).

³⁴ Nancy Thumim, *Self Representation and Digital Culture* (London: Palgrave Macmillan, 2012).

³⁵ Ebru Çitil, *Instagram'da Benlik Sunumu: Goffman'ın Dramaturjik Yaklaşımı* (İzmir: Ege Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020).

³⁶ Muhammed Mücahid Dalkılıç, *Gözetimin Dönüşümü ve Sosyal Medya'da Benliğin Sunumu: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma* (Konya: Selçuk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2023).

³⁷ Teun A. van Dijk, *Discourse and Context. A Sociocognitive Approach* (Cambridge: Cambridge University Press, 2008).

beslenmekle birlikte daha çok görsellik, imaj ve metin bağlamında bir söylem analizi yapan göstergebilimci Leeuwen⁴⁰ ve Kress'le⁴¹ aynı çizgiyi sürdürmektedir. Leeuwen ve Kress'in görsel iletişimin doğasını ve ilkelerini ortaya koydukları ortak çalışmasında, yazılı metinlerden (written text) daha çok yüz ifadeleri, mimikler, resim ve müzik gibi unsurlardan oluşan sözlü metinlere (verbal text) odaklanılmaktadır.⁴² Leeuwen ve Kress'in bu çalışmasında sözlü metin olarak adlandırılan durum, görsel olanı daha çok vurgulayan çalışmamızda görsel metin (visual text) olarak ifade ettiğimiz kavramsallaştırmaya ilham vermesi açısından ayrıca önem taşımaktadır. Burada dilbilimci kökten gelen ilk söylem analistlerine ilaveten araştırmalarını büyük oranda multimodal söylem analizi üzerine kuran birkaç çalışmaya yer vermekte yarar vardır. Bunlardan Norris'in⁴³ eylem halindeki söylemi ele aldığı giriş niteliğindeki çalışması, Aiello&Parry'nin⁴⁴ medya kültürü çerçevesinde teori ve pratiği bütünleştirerek görsel iletişimin doğasını çözümleyen çalışması, ayrıca Benson'ın⁴⁵ YouTube'daki multimodal metinlerin söylem analizine tabi tutulabilme imkanını tartıştığı ve bu bağlamda YouTube'un küreselleşen söylemine etkileşim analizi için bir çerçeve oluşturduğu çalışması, dijital ortamı söylem çözümlemesine tabii tutmaları açısından çalışmamızla benzerlik göstermekte; ancak tüm bu çalışmalar içerik açısından çalışmamızdan bütünüyle farklılaşmaktadır. Bir kısmı yukarıda bahsedilen ve diğer büyük bir kısmına ise kaynakçada yer verilen bu kapsamlı literatür arasında çalışmamızı ayırt eden husus ise; dinin dijital kültürdeki bazı görünüm biçimlerini dramaturji temelinde inşa edilen bir tür eleştirel söylem analizine tabi tutmasıdır. Araştırmamız özellikle bu üç sacayağına dayanan yorumlayıcı çözümlemeleri açısından özgün olma iddiasını taşımaktadır.

³⁸ Ruth Wodak (ed.), *Language Power and Ideology: Studies in Political Discourse* (Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1989).

³⁹ Norman Fairclough, *Media Discourse* (London: Arnold, 1995).

⁴⁰ Theodoor van Leeuwen, *Discourse and Practice: New Tools For Critical Discourse Analysis* (New York: Oxford University Press, 2008).

⁴¹ Gunther Kress, *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication* (London: Routledge, 2010).

⁴² Gunther Kress - Theodoor van Leeuwen, *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (London: Routledge, 2006).

⁴³ Sigrid Norris - Rodney H. Jones, *Discourse in Action: Introducing Mediated Discourse Analysis* (London: Routledge, 2005).

⁴⁴ Giorgia Aiello - Katy Parry, *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture* (London: Sage, 2020).

⁴⁵ Phil Benson, *The Discourse Of YouTube: Multimodal Text In A Global Context* (New York: Routledge, 2017).

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR, DİJİTALLEŞME VE DİN

1.1. Dijitalleşmeye İlişkin Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

1.1.1. Kültürel Bir Değişim Formu Olarak Dijital Kültür

“Kültür” kavramı köken olarak pek çok Avrupa dilinde “cultus”, “cultura” ve “culture” gibi türevleriyle birlikte “bir yerde oturma, ikamet etme”, “toprağı ekip, sürme”, “bakım ve onarım”, “süsleme, tasarımda zarafet ve düzenlilik”, “birini yetiştirme, eğitim ve öğretim verme”, “ibadet ve dini ritüelleri yerine getirme”, “bir yaşama şekli”, “yeteneklerin geliştirilmesi” şeklinde birbirinden farklı anlam ve bağlamlarda kullanılmaktadır.⁴⁶ Kültür; 19. yüzyıldan önce etimolojik olarak “doğal büyümenin yönlendirilmesi” şeklinde hem gerçek anlamda hem de analogik bir biçimde “insanın yetiştirilme süreci”ni ifade etmekteydi. Önceleri herhangi bir şey ile ilintili olarak tanımlanan bu kültür düşüncesi, 19. yy sonrasında kendi başına bir anlam ifade eden özerk bir saha haline gelmiştir. Kültür bu yeni haliyle, “insan zihninin genel durumu”, toplumda zihinsel gelişmenin genel durumu”, “sanatların genel gövdesi” ve “maddi, manevi, bütünlüklü bir yaşam tarzı” şeklinde anlam farklılaşması geçirmiştir.⁴⁷

Antropologlar ve sosyologların ortak araştırma sahası olan kültür; Malinowski gibi insanı bir hayvan türü olarak gören antropologlar tarafından insanların biyolojik ve türev ihtiyaçlarından doğan işlevsel-kurumsal bir kültür teorisi düzleminde ele alınmıştır.⁴⁸ Bu teoriye göre kısmen özerk, kısmen bütün olarak ele alınan kurumlardan ve ihtiyaçlarını kendi başına giderebilecek sosyal organizasyonlardan oluşan kültür; insanların fizyolojik ihtiyaçlarının/dürtülerinin gelenekler tarafından yönetilmesinden doğmaktadır.⁴⁹ Ancak bu yapısalcı kültür tanımı, sosyoloji sahasında böylesi bir kesinlikle ifade edilmemektedir. Aksine sosyolojik bağlamda pek çok açıdan ele alınan

⁴⁶ Peter G. W. Glare (ed.), *Oxford Latin Dictionary* (Oxford: Clarendon Press, 1968).

⁴⁷ Raymond Williams, *Kültür ve Toplum (1780-1950)*, çev. Uygur Kocabaşoğlu (İstanbul: İletişim Yayınları, 2017), 29.

⁴⁸ Bronislaw Malinowski, *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, çev. Deniz Uludağ (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2016), 41-42 Türev ihtiyaçlar, biyolojik ihtiyaçlar gibi yaşamsal nitelikte olmasa da insanın toplumsal doğasını tamamlaması açısından hayli önemli birtakım ekonomik, kültürel, eğitsel ve politik zorunluluklardan doğan gereksinimleri ifade etmek üzere geliştirilmiş bir kavramdır.

⁴⁹ Malinowski, *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, 45,85.

kültür kavramı; alanın en değişken ve anlaşılması en zor kavramlarından biri olarak kabul edilmektedir.⁵⁰ Ancak bu muğlaklığı bir parça gidermek üzere kültürün “sosyal edimlerin toplamı olması nedeniyle amaçlı gruplara, yani topluma dayandığı”⁵¹ ve insan davranışlarının dışında/üstünde bağımsız bir varlığı olmadığı, aksine insan davranışlarıyla örülen ve şekillenen bir nitelik barındırdığı söylenebilir.⁵² Yani kültür; toplumu oluşturan çoğunluğun ortak bilgi, değer ölçüsü, genel eğilim, zihniyet ve davranış şeklini kapsayan ve onu diğer toplumlardan ayıran bir yaşam biçimidir.⁵³ Bu anlamda kültür, ortak yaşantılara yüklenen anlamlar ve bu yaşantıların türlü tanımlarının kaydı olduğundan, eylemler bağlamında değerlendirilmelidir. Çünkü kültüre ve kültürün unsurlarına yüklenen anlam zaman içerisinde değişiklik göstermektedir. Tekil düzlemde gerçekleşen herhangi türde bir değişim ise alışılmış diğer davranış kalıplarını ya da eylemleri dönüştürme gücüne sahiptir.⁵⁴ Görüldüğü gibi her ne kadar işlevselci kültür teorisi kendisine “genel geçer bir zemin”⁵⁵ bulma çabasında olsa da kültürün parçalı yapısı onun bütünlüklü bir teorik çerçevede analiz edilmesini zorlaştırmaktadır. Bu açıdan kültürü bir yamalı bohçaya benzeten Christopher Dawson’un yenilense de eski unsurlarını asla kaybetmeyen, bu unsurları farklı parçalarla bir araya getirmeyi sürdüren çok boyutlu ve dinamik bir kültür anlayışı daha isabetli görünmektedir.⁵⁶

Şayet yukarıdaki farklı perspektiflerden süzülen yalın bir tanım yapacak olursak, kültürü topluma şekil veren ve aynı zamanda toplum tarafından şekillenen dinamik sosyal eylemler bütünü olarak tanımlamak bağlama uygun düşecektir. Kültür, dönemin koşullarına göre dışarıdan etkilenme ya da içten gelen değişim ihtiyacı gibi nedenlerle türlü değişimlere maruz kalabilmektedir. Sorokin kültürel değişmeyi, sistemin doğasında bulunan içsel bir ilke perspektifinden ele almış ve değişenin mahiyeti, nasıl değiştiği ve niçin belli şekilde değiştiği olmak üzere üç temel soru etrafında

⁵⁰ Şerif Mardin, *Din ve İdeoloji* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2015), 50.

⁵¹ Christopher Dawson, “Kültür ve Din İlişkisi”, çev. Mehmet Ali Kirman, *Kültür ve Din*, ed. Mehmet Ali Kirman - Abdullah Özbolat (Adana: Karahan Kitabevi, 2014), 4.

⁵² Mardin, *Din ve İdeoloji*, 58-60.

⁵³ Mümtaz Turhan, *Kültür Değişimleri: Sosyal Psikoloji Bağlamından Bir Tetkik* (Ankara: Altınordu Yayınları, 2018), 36-37.

⁵⁴ Williams, *Kültür ve Toplum (1780-1950)*, 437.

⁵⁵ Malinowski, *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, 167.

⁵⁶ Dawson, “Kültür ve Din İlişkisi”, 9.

fluctuation/dalgalanma kavramı üzerinden ele almıştır.⁵⁷ Toplumsal değişimi düzensizlik ve çöküş bağlamında ele alan Eisenstadt, modernleşme tarihini çatışmacı bir perspektiften ele almakta, buna karşın değişimin her zaman başkaldırı ve düzensizlik ile paralel gitmediği durumları göz ardı etmektedir.⁵⁸ Eisenstadt'ın neo-evrimci değişim modelini, işlevselci değişim anlayışının modern bir yorumu olarak gördüğü için eleştiren Smith'e göre, hiçbir değişim modeli tüm değişim dinamiklerini tek başına açıklayabilecek durumda değildir. Bu nedenle iç-sistem değişim modelinin açıklayamadığı hususları dış-sistem modeli ile sentezleyen bir değişim modeli daha kapsamlı bir anlayış sunacaktır. Bu yeni modelde değişim; içsel, birikimli ve inişli çıkışlı durumlar ile dışsal zorlamalar ve koşullar altında şekillenen bir süreç olarak kabul edilir.⁵⁹ Şayet ihtiyaçların tatmin edilmesinde bir kültür; fertlerini yeterince doyuma ulaştıramaz ve başka kültürlerin doğrudan/dolaylı bir şekilde kültürel saldırılarına maruz kalırsa, bünyesinde dış kaynaklı değişiklikler yaşar. Bunun yanı sıra kültürel unsurların kendilerini ileriye taşımak için yaşadıkları doğal ve içsel değişimler de gerçekleşmektedir. Yani her toplumda aynı kültürün farklı unsurlarının değişim hızı ve biçimi farklı olsa da daima bir hareket halinde olduğu görülmektedir.⁶⁰

Kültür; bir yandan dini, siyasi, sosyal, ekonomik ve teknolojik olmak üzere pek çok dışsal etken tarafından belirgin değişim süreçleri deneyimlemekte diğer yandan ise kültürel süreçler bu değişken koşulları eğip bükerek kendine uyarlamaktadır. Tüm faktörlerin birbiriyle yakın teması olmasına rağmen burada kültürün teknolojiyle etkileşim kurarak deneyimlediği değişimlere odaklanılacaktır. Öncelikle her yeni teknolojik buluş, daha önce var olan örgütlü davranış sistemlerine yani kültürel uzama bütünüyle yeni bir biçim kazandırır. Kültürel sürecin teknik yenilikleri benimsemesi ise, toplumsal ihtiyaçların birer ürünü olmalarından kaynaklanmaktadır.⁶¹ Bu toplumsal ihtiyaçlar yeni teknolojilerin benimsenmesine, “yeni teknolojiler ise bir kültürün

⁵⁷ Pitirim Sorokin, *Social and Cultural Dynamics* (Boston: Porter Sargent Publisher, 1970), 630 Sorokin, bu çalışmada sosyo-kültürel dinamikleri “change” kavramından daha çok “fluctuation” ifadesi üzerinden irdelemektedir.

⁵⁸ Shmuel Noah Eisenstadt, *Modernleşme: Başkaldırı ve Değişim*, çev. Ufuk Coşkun (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2014), 35-36.

⁵⁹ Anthony D. Smith, *Toplumsal Değişme Anlayışı* (İstanbul: Gündoğan Yayınları, 2011), 237.

⁶⁰ Turhan, *Kültür Değişimleri*, 37.

⁶¹ Malinowski, *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, 46.

dünyayı algılayış biçimini belirleyen, ta içimize işlemiş bulunan düşünce alışkanlıklarını değiştirmeye”⁶² neden olur.

Kültür, kendisini ileten teknik araca göre şekillenen esnek bir mekanizmadır. Bu durumda söze dayalı toplumların kültürü ile bir teknoloji olarak kabul edilen yazıya dayalı toplumların kültürleri, dayandıkları teknik itibarıyla birbirlerinden farklılık gösterecektir.⁶³ Sözü egemen olduğu kültürler dar bir alanı ve sınırlı bir çevreyi etkilerken; yazının egemen olduğu kültür, daha geniş bir alanda çok daha uzun süreyle etkili olabilmektedir.⁶⁴ Sanayi devrimi ile birlikte kitap basım tekniklerinin gelişmesi yazının geneline yayılan yüzeysel bir dilin hızla yaygınlaşmasına ve sözlü kültüre dayalı kısa, çok anlamlı ve ağıdalı bir dile dayanan düşünme biçimlerinin dönüşümüne neden olmuştur.⁶⁵ Goody, yazının sözlü kültür üzerindeki bu dönüştürücü etkisini ifade etmek amacıyla “lecto-oral” tabirini kullanmaktadır. Bu ifade sözlüden yazılıya bir kültür değişimi yaşansa da sözün yazıyı besleyen asıl kaynak olma özelliğini sürdürdüğüne dikkat çekmektedir.⁶⁶

Kentleşme ve modernleşmeyle özdeşleşen yazılı kültür sürecinde bilgi; kentler arasında daha hızlı dolaşarak coğrafi sınırları aşmaya başladığında hem metinlerin üretim şeklini hem de insanların inançları ve hayata bakış açılarını dönüştürmüştür. Postman’ın gayet yerinde bir şekilde ifade ettiği üzere, teknolojik değişim kültürel toplama tek bir şey eklemek ya da çıkarmak değil, bütünü değiştirmektir. Nasıl ki matbaanın icadından sonraki sosyal gerçeklik Avrupa artı matbaa değil, bambaşka bir Avrupa idiyse; benzer şekilde televizyonla birlikte karşı karşıya olunan şey Amerika artı televizyon değil, daha fazlasıydı.⁶⁷ Üstelik Batı medeniyetindeki bu değişim, coğrafi sınırlarını hızla aşarak McLuhan’ın tabiriyle ifade edilecek olursa hızla tüm küreye yayılmaya başlamıştır.⁶⁸

İlk bilgisayarların üretilmesinden soğuk savaş dönemine geçildiğinde, teknolojik ihtiyaçlardan doğan dijital ağlar bilgiyi işlemeye imkan vermiş ve gelecekte ortaya

⁶² Neil Postman, *Teknopoli: Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*, çev. Mustafa Yılmaz (Bursa: Sentez Yayınları, 2016), 17.

⁶³ Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür*, 101.

⁶⁴ M. Emin İlhan, *Kültürel Bellek: Sözlü Kültürden Yazılı Kültüre Hatırlama* (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2018), 108.

⁶⁵ Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür*, 55-56.

⁶⁶ Jack Goody, *Mit, Ritüel ve Söz*, çev. Damla Sezgi (İstanbul: Küre Yayınları, 2018), 54-55.

⁶⁷ Postman, *Teknopoli*, 22-23.

⁶⁸ Marshall McLuhan - Bruce R. Powers, *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*, çev. Bahar Öcal Düzgören (İstanbul: Scala Yayıncılık, 1988).

çıkacak dijital bir kültürün gelişmesine tarihsel zemin olmuştur.⁶⁹ Şayet daha önceki kültür değişiminin sebebi olarak öne sürülen “yazılı ve sözlü bilgi yapıları arasında süregelen bir çatışma”⁷⁰ düşüncesini bir adım ileri taşırsak benzer bir çatışmanın yazılı ve dijital bilgi yapıları arasında yaşandığını ileri sürebiliriz. Zaman içerisinde yazının sözle savaşıma sürecini, büyük bir gürültüyle televizyonun kitapla mücadelesi, şimdilerde ise YouTube’un televizyon otoritesiyle olan çatışması takip etti. Postman’ın de belirttiği gibi “Teknolojik araçların birbirleriyle savaşması aslında arkalarındaki dünya görüşlerinin çatışmasıdır.”⁷¹ Süreç içerisinde bu teknoloji tabanlı değişim durumlarını koşulsuz bir biçimde kabul edenlerden ona temkinli yaklaşanlara ya da Luddçu⁷² bir çizgide amansız düşmanlığına uzanan birbirinden farklı perspektifleri okumak mümkündür. Bunlardan biri olan Williams, tekniğin kendisi ile onun kullanılma biçimlerini birbirinden ayırarak tekniği en kötü ihtimalle nötr olarak değerlendirmektedir.⁷³ Williams’a benzer bir anlayışla teknolojiye olumlu perspektiften bakan Özdemir, bu dijitalleşmenin kültürün erişim havzasını genişlettiğini, bu açıdan milli kültüre güç kazandırdığını ileri sürmektedir.⁷⁴ Teknik-kültür ilişkisini diyalektik bir biçimde inceleyen Postman ise, çizginin temkinliler cephesini tutarak teknolojinin ahlaki temelden yoksun bir kültür biçimi doğurduğunu ileri sürmekte ve kültürün bu biçimine karşı uyanık olmaya davet etmektedir.⁷⁵

Kültürel evrimin tecrübe edilen son biçimini anlamak ve açıklamak üzere birbirinden farklı perspektiflere dayalı çeşitli teoriler ve kavramsallaştırmalar mevcuttur. Bunlardan biri olan “dijital kültür” kavramı, tıpkı önceki dönemlerde elektrik ve matbaanın yaptığı gibi dijital teknolojilerin gündelik hayatı farklı açılardan dönüştürmesine odaklanmaktadır. Bu dönüşümü açıklamadan önce dijitalleşme kavramına odaklanmak yararlı olacaktır. Türkçeye “sayısal” olarak tercüme edilen

⁶⁹ Gere, *Digital Culture*, 78.

⁷⁰ Marshall McLuhan, *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*, çev. Gül Çağalı Güven (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2001), 360.

⁷¹ Postman, *Teknopoli*, 21

⁷² 18. Yüzyılda dokuma tezgahlarından birini kazara -kimi kaynaklarda öfke nöbeti sırasında- kıran Ned Ludd karakteri; 19. Yüzyılın başlarında grev yapan Luddites/makine kırıcılar işçi hareketine ilham olmuş sembolik ve biraz da kurgusal bir figürdür. Günümüzde Luddite hareketi ve eylemlerine benzediği ileri sürülen teknoloji karşıtı organizasyonları alaylı bir dille ifade etmek için sıklıkla Luddite/Luddçu yakıştırması yapılmaktadır. Bk. Peter Linebaugh, *Ned Ludd ve Queen Mab*, çev. Deniz Esen (İstanbul: Otonom Yayıncılık, 2014).

⁷³ Williams, *Kültür ve Toplum*, 445.

⁷⁴ Mehmet Özdemir, “Kültürün Dönüşümü veya Dijitalleşme”, *Dijital Kültür: Tradijital-Medya-İnternet-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*, ed. Mehmet Özdemir (Artvin: Arı Sanat Yayınevi, 2019), 29.

⁷⁵ Postman, *Teknopoli*, 8.

“dijital” sözcüğünün kökeni Latince’de “parmak”, “parmakla saymak”, “parmakla işaret etmek” ve “parmak uzunluğunu gösteren doğrusal bir ölçü birimi” anlamına gelen “digitus”, “digitatus” ve “digitalis” sözcüklerine dayanmaktadır.⁷⁶ Dijital; terim olarak ise analog gösterge ve kodların süreklilik arz eden, yani teorik olarak sınırsızca bölünebilir karakterinin aksine tıpkı nümerik gösterge ve kodlarda olduğu gibi süreksiz, kesikli ve ayrı birimlerden oluşan sayısal karakter anlamına gelmektedir.⁷⁷ Bu durumda basınç, ısı, ağırlık, elektrik gibi analog birimler teorik olarak sınırsız sayısal değerlerle ifade edilebilirken; mikroişlemci, bilgisayar ve tablet gibi dijital makineler ise 0 ve 1’den oluşan ikili (binary) kodlama sistemini, yani digitleri kullanarak analog sistemlere kıyasla iletilerini bozmadan gönderebilmektedir.⁷⁸ Bugün için sanal gerçeklikten yapay zekaya, ağa bağlı akıllı nesnelerden (nesnelerin internetinden) dijital paraya, üç boyutlu tasarlanan sanal nesnelerin üretiminden, metaverse’e dek dijital dönüşüm sürecine etki eden pek çok teknik imkandan bahsetmek mümkündür. Sosyolojik anlamda daha da önemlisi bu teknik altyapı temelinde yükselen dönüşüm sürecinin bilgi, toplumsal yapı ve işleyişi hızla dijitalleştirerek toplumun anlama, yorumlama ve çalışma biçimini köklü değişikliklere uğratmakta, yani kültür alanının dijitalleşmesine neden olmaktadır.

Dijital kültür kavramı; “siberkültür”, “enformasyon toplumu” ve “yeni medya” kavramlarıyla yakın ilişkide olmasına rağmen kültür boyutuna daha çok vurgu yapması yönüyle söz konusu kavramlardan farklılaşmaktadır.⁷⁹ Bunların yanı sıra literatürde yer edinen “televizyon kültürü”⁸⁰ kavramsallaştırması, televizyon yayıncılığının özellikle kadınlara hitap eden pembe diziler üzerinden ürettiği yeni kültür formunu ifade etmek üzere geliştirilmiştir.⁸¹ Keza bir postmodernist kuramcı olan Fredric Jameson; oldukça tartışmalı olan postmodernizm kavramını, içinde yaşadığımız toplumu tüketici ve post-endüstriyel niteliklerinin yanı sıra medya ve gösteri nitelikleriyle öne çıkaran bir dönemselleştirme ifadesi olarak tanımlamaktadır.⁸² Benzer çizgiyi sürdüren Debord, gösteri toplumunda daha önce dolaysızca yaşanan her şeyin yerini temsillere, imajlara

⁷⁶ Glare, *Oxford Latin Dictionary*, 541.

⁷⁷ Daniel Chandler - Rod Munday, *Medya ve İletişim Sözlüğü*, çev. Babacan Taşdemir (İstanbul: İletişim Yayınları, 2018), 92.

⁷⁸ Oğuz Karayemiş, “Dijitalleşme ve Öznelliğin Üretimi: Aşırı-İletişim Çağının Bir Ön Panoraması”, *Doğu Batı Dergisi: Dijital Çağ* 86/1 (2018), 56.

⁷⁹ Thumim, *Self Representation and Digital Culture*, 10.

⁸⁰ John Fiske, *Television Culture* (London: Routledge, 2001).

⁸¹ Janet Thumim, *Inventing Television Culture: Men, Women and the Box* (New York: Oxford University Press, 2004).

⁸² Fredric Jameson, *Postmodernism or The Culture Logic of Late Capitalism* (Durham: Duke University Press, 1997), 9-10.

ve yansımaları bırakarak benliğin bir çeşit seyirlik nesneye dönüştüğünü ifade etmektedir.⁸³ Kültürel dönüşümü dijital teknoloji-kültür etkileşimi bağlamında ele alan halihazırda içinde yaşadığımız “dijital kültür” formu ise, tam olarak dijital çağın içine doğan yeni habitusun, başka bir tabirle “dijital yerliler”⁸⁴ veya “elektronik kuşakların”⁸⁵ farklı kültürel pratikleri sentezleyerek geleceğe taşıdığı kültür biçimini ifade etmektedir. Dijital kültürün üreticileri ve taşıyıcıları, seleflerine kıyasla farklı kültürel deneyimleri harmanlamayı daha çok tercih eden, yeniliklere açık ve esnek bir nitelik barındırmaktadır.

Dijital kültür kavramsallaştırmasının öncülerinden Gere’e göre teknolojiyle olan yakın temasının yanı sıra dijital kültürün kökleri felsefe, “avangard”⁸⁶ sanat pratiği, karşı-kültürel ütopycılık, eleştirel teori ve hatta Punk gibi alt-kültür oluşumlarında aranmalıdır. Çünkü bu birbirinden farklı unsurlar dijital kültürle ilintili olan soyutlama, kodlama, öz düzenleme ve programlama gibi bir dizi paradigmanın ürünüdür.⁸⁷ Bir başka açıdan ele alınan dijital kültür, benlik sunumuyla sıkı bir şekilde bağlantılı bir dizi kültürel, sosyal ve politik süreci ifade etmekte, gündelik hayatın her alanına işlemiş bulunan bir benlik sunumu düşüncesi, dijital kültür kavramına kuramsal bir çerçeve oluşturmaktadır.⁸⁸ Deleuze ise, makinelerin teknik boyutundan daha çok sosyal niteliklerine vurgu yapmıştır. Çünkü kullanılan teknikleri seçen ve atayan bir sosyal mekanizma daima vardır.⁸⁹ Kültürün bu yeni formları teknik tarafından dikte edilmez, aksine sosyal aktörler tarafından teknik formlara adapte edilir. Sözgelimi geleneksel dönemde şairlerin kullandığı mahlasların yerini kültürün dijitalleşme sürecinde “nickname” ve “avatar”lar aldı.⁹⁰ Yine daha geniş bir tüketim pazarı oluşturmak adına mobilyalar ve çeşitli porselen eşyalar üzerine dijital yöntemlerle geleneksel motifler

⁸³ Guy Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, çev. Ayşen Ekmekçi - Okşan Taşkent (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996), 13.

⁸⁴ Mark Prenski, “Digital Natives, Digital Immigrants”, *On the Horizon* 9/5 (ts.), 1-6.

⁸⁵ Alan Prout, *The Future of Childhood: Towards the Interdisciplinary Study of Children* (London: Routledge, 2005), 14.

⁸⁶ Kavram olarak öncü anlamına gelen avangard, aynı zamanda 20. yy’da kültür ve sanat alanına radikal eleştiriler yönelten bir sanat akımını ifade etmektedir. Bu anlayış, sanatın toplumsal bir etki yaratması için hayatla iç içe olması gerektiğini ileri sürmete, bu anlamda sanatın özerkliğine ve kurumsal bir sanat anlayışının bizzat kendisine şiddetle karşı çıkmaktadır. Bk. Peter Bürger, *Theory of the Avant-Garde*, çev. Michael Shaw (Manchester: Manchester University Press, 1984).

⁸⁷ Gere, *Digital Culture*, 18.

⁸⁸ Nancy Thumim, *Self-Representation and Digital Culture*, 13.

⁸⁹ Gilles Deleuze - Claire Parnet, *Dialogues II* (New York: Columbia University Press, 2007), 70.

⁹⁰ Tanol Türkoğlu, *Digito Ergo Sum: Dijitalim Öyleyse Varım* (İstanbul: Beyaz Yayınları, 2017), 176-177.

işlenebilmekte; benzer şekilde giysi ve aksesuarlarda nostaljik bir stil, dijital baskılama tekniğiyle sunulabilmektedir.⁹¹ Ayrıca sanal kız isteme geleneklerinden dijital ortamda oynanan geleneksel oyunlara, atasözlerinin dijital bir dille yeniden üretiminden geleneksel sanatları sürdüren çevrimiçi usta ve çıraklara kadar bir dizi dijital kültür pratiğinden bahsetmek mümkündür.⁹² Bu girişimler, dijital çağda geleneksel unsurların dijital araçlarla giderek daha fazla ve farklı biçimlerde kombinasyonlar oluşturduğunu belgeleyen örneklerdir. Yani dijitalleşme sürecinde “merkez-çevre”⁹³ ayrımı, ekonomik anlamda geçerliliğini sürdürse de bu sınırların kültürel anlamda belirsizleştiği ve birbirine karıştığı durumlarla giderek daha fazla karşılaşılmaktadır.

Özetle bugün zihin dünyalarımızın matbaa tarafından değişikliğe uğratıldığını ifade eden “Gutenberg Galaksisi”nde⁹⁴ neyin söylendiğinden ziyade nasıl söylendiğinin önemli olduğunu vurgulayan “araç mesajdır”⁹⁵ anlayışı hızla değişmektedir. Bunların yerini artık teknolojik ağlar tarafından kuşatılmış yeni bir “İnternet Galaksisi” ve burada toplumu birbirine bağlayan düğümleri öne çıkaran “ağ mesajdır” anlayışı almaktadır.⁹⁶ Yani bugün Negroponte’un deyişiyle “dijitalleşen bir dünyada yaşıyoruz.”⁹⁷ Ancak bahsedilen bu dijitalleşme süreci tüm toplumlarda eşit hızda seyretmez. Başka bir deyişle internet erişimine sahip olanlar ve olmayanlar arasında var olan bir çeşit “dijital bölünme”⁹⁸, teknik imkanları ilk benimseyen öncü kullanıcıların kültürel bir elitizmle geri kalanları şekillendirmesi sonucuna neden olmaktadır.

1.1.2. İletişimin Yeni Biçimleri: Görsel Dil ve Görsel Metin

İletişim araçlarının değişmesi, iletişim kurma biçimi başta olmak üzere onunla bağlantılı olarak kolektif hafızayı etkilemektedir. Kolektif hafıza, ilk aşamada bireylerin zihinlerine dayalı sözlü ve canlı bir hafızaydı. İkinci aşamada, verilerin kağıda dökülmesiyle birlikte pasif ve statik bir biçim kazandı. Nihayet üçüncü aşamaya gelindiğinde bilgisayarlar kolektif hafızanın kapasitesini artırarak onu harekete

⁹¹ Özdemir, “Kültürün Dönüşümü veya Dijitalleşme”, 25.

⁹² Özdemir Yücel, “Dijital Ortamın Folklorik İletişimi: Kültürel Melezleşme”, *Dijital Kültür-2; Yeni Medya-Küreyerleşme-Hibritleşme-Dil-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*, ed. Fatih Balcı (Kayseri: Arı Sanat Yayınevi, 2020), 79-84.

⁹³ Immanuel Wallerstein, *World-Systems Analysis: An Introduction* (Durham: Duke University Press, ts.).

⁹⁴ McLuhan, *Gutenberg Galaksisi*, 14,29.

⁹⁵ Marshall McLuhan - Quentin Fiore, *Medium is the Massage* (Berkeley: Gingko Press, 2005), 10,26.

⁹⁶ Manuel Castells, *İnternet Galaksisi: İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler*, çev. Tuğba Asrak Hasdemir (Ankara: Phoenix Yayınevi, 2020), 29-31.

⁹⁷ Nicholas Negroponte, *Being Digital* (Alfred A. Knopf, 1995), 14.

⁹⁸ Castells, *İnternet Galaksisi*, 326.

geçirmiştir. Söz konusu teknik yenilenme, beraberinde dilin doğasında birtakım değişiklikler meydana getirmiştir. Dil fenomeninin geçirmekte olduğu değişim; pek çok ortak noktayı içeren “dijital dil”⁹⁹ “siber metin”¹⁰⁰, “hiper-metin”¹⁰¹, “elektronik metin”¹⁰² gibi pek çok farklı şekillerde adlandırılmasına rağmen, dilde görselleşmeye yönelik bir eğilimin öne çıkmasından dolayı burada özellikle “görsel dil” ve bu dili oluşturan “görsel metin” isimlendirmesi tercih edilmiştir. Görsel dil, tıpkı ardışık-yapılandırılmış seslerin konuşulan dili oluşturması ve ardışık-yapılandırılmış beden hareketlerinin işaret dilini doğurması gibi ardışık-yapılandırılmış görüntülerden doğan bir dili ifade etmektedir.¹⁰³ Yani belli bir anlam içeriğiyle yapılandırılmış ve peş peşe sıralanmış görüntüler sistemine görsel dil denebilir. Tıpkı farklı kültürlerde konuşulan dillerin çeşitlilik göstermesi gibi, görsel diller de çeşitlilik gösterir ve tek bir form sergilemezler. Örneğin Japon görsel dili ve Amerikan görsel dili, tıpkı Japonca ve İngilizce gibi, bu dili konuşan habitusa kullanmaları için gereken kavramlardan oluşan oldukça geniş bir sistem sunar.¹⁰⁴ Benzer şekilde Leeuwen ve Kress de görsel dilin evrensel bir gramere sahip olduğu iddiasına karşı çıkmakta ve görsel dili sadece kültürel anlamda şeffaf ve kendine münhasır özel bir tür olarak kabul etmektedir.¹⁰⁵ Bu durumda görsel dil, konuşulan dile kıyasla evrensel anlamda daha anlaşılır düzeyde olmasına rağmen içine doğduğu kültürel yapıya bağlı olarak özelleşmektedir.

Esasında görüntü, resim ya da imajlar üzerinden iletişim kurmak yeni bir durum değildir. Resim ve heykellerden optik yansımalara, rüya ve anılardan düşünce ve fantezilere, duysal veriler ve dış görünüş biçiminden sözlü metaforlara kadar oldukça geniş bir yelpazede değerlendirilebilecek görsellere dayalı iletişimin tarihini, Mısır hiyerogliflerine dek götürmek mümkündür.¹⁰⁶ Benzer şekilde daha yakın bir tarih olan 1920’lerin Rusya’sında Bakhtin, Voloshinov, Malcovich, El Lissitzky gibi düşünürler tarafından devrimci fikirleri görsel olarak iletebilen görsel bir dil geliştirilmeye çalışıldı.

⁹⁹ Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi*, 38-39.

¹⁰⁰ Espen J. Aarseth, *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature* (Baltimore: John Hopkins University Press, 1997).

¹⁰¹ Theodor Holm Nelson, *Literary Machine* (Chicago: Mindful Press, 1982).

¹⁰² Andrew Dillon, *Designing Usable Electronic Text* (Boca Raton: CRC Press, 2004).

¹⁰³ Neil Cohn, *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images* (London: Bloomsbury Academic, 2013), 3.

¹⁰⁴ Cohn, *The Visual Language of Comics*, 4.

¹⁰⁵ G. Kress - V. Leeuwen, *Reading Images*, 4.

¹⁰⁶ W. J. Thomas Mitchell, *Iconology: Image, Text, Ideology* (Chicago: University of Chicago Press, 1986), 10,190.

O dönemde görsel dil; hiyerogliflerle birlikte konuşulmakta olan dil ve “kabuki”¹⁰⁷ tiyatrosunun stilize edilmiş maskeleri ile kıyaslanmıştır. Burada renk ve şekillerin kitleleri harekete geçirecek semiyotik olmayan bir kapasiteye sahip olduğu ileri sürülüyordu. Ancak daha sonra bu görsel iletişim biçimi, sanat alanından kaldırılıp endüstriyel üretim, tasarım ve mimarinin kamusal alanının bir parçası haline geldi.¹⁰⁸

İletişimsel evrimin son aşaması olan günümüzde ise insanların bilgisayarla olan etkileşim sürecinde kullandığı kelimeler giderek azalmakta ve tamamlanmamış cümlelere dayalı iletişim biçimleri giderek artmaktadır. Burada bilgisayara dayalı oluşturulan teknik jargon değil, daha çok sosyal hayatta kullanılan dilin geçirdiği bir dönüşüm süreci ifade edilmektedir.¹⁰⁹ Mevcut dil dönüşümünü Ellul’un tabiriyle ifade edecek olursak sözün adım adım düşüşüne karşı imajların egemen olması, insanların dile (konuşulan dile) dayanma güçlerini zayıflatmıştır.¹¹⁰ Çünkü sözün kendisi doğrudan aktif bir eylem olmadığından, imajın bizzat eylemi oluşturan ana hareket ettirici doğasına bu yönüyle karşı koyamamaktadır. Metin ve görüntü kavramlarının analizi üzerinden tartışmaya dahil olan Bateman ise ne bütünüyle birbirinden ayrı ve ilişkisiz ne de birbirinin aynısı olan bu kavramların zannedildiği kadar açık olmadığına dikkat çeker.¹¹¹ Ona göre toplumun neredeyse her alanında görselliğin egemen olduğu düşüncesi doğrudur. Ancak yine de görsele çokça vurgu yapanlar tarafından iddia edildiği gibi görüntü sözcüğe galip gelmemiş; yazının eski egemenliği kırılmamış ve yazı yok olmamıştır. Aksine bağımsız alanlar olan metin ve görüntü arasında çeşitli zengin bir kombinasyon oluşumu devam etmiştir.¹¹² Burada yazıyı dışlayan bir dil değil, yazıyla görüntünün kombine edildiği yeni bir form önerilmektedir. Aslında dilin görselleşme yönündeki değişimine vurgu yapanlar tarafından da konuşulan dilin ortadan kalktığı yönünde bir iddia ortaya atılmamıştır. Aksine imajların bir çeşit dil olduğu

¹⁰⁷ Kabuki, 17. yüzyıl başlarında Japonya’da doğmuş, abartılı kostüm ve maskelerin kullanıldığı bir halk tiyatrosu türüdür. İlk örnekleri bir Şinto tapınağında dini unsurlarla sergilenmişken, zaman içerisinde din etkisinden sıyrılarak tahrik edici danslar ve konuşmaları bünyesine katmıştır. Bk. Samuel L. Leiter, *A Kabuki Reader: History and Performance* (New York: M.E. Sharpe, 2002).

¹⁰⁸ G. Kress - V. Leeuwen, *Reading Images*, 29-30.

¹⁰⁹ Jan A. G. M. van Dijk, *The Network Society: Social Aspects of New Media* (London: Sage Publications Ltd, 2006), 234-235.

¹¹⁰ Jacques Ellul, *Sözün Düşüşü*, çev. Hüsamettin Arslan (İstanbul: Paradigma Yayıncılık, 2012), 192-193.

¹¹¹ John A. Bateman, *Text and Image: A Critical Introduction to the Visual/Verbal Divide* (London: Routledge, 2014), 5.

¹¹² Bateman, *Text and Image: A Critical Introduction to the Visual/Verbal Divide*, 11.

belirtilmiş ve bunun linguistik nitelikleri olmayan bir dil olduğu özellikle vurgulanmıştır.¹¹³

Görsel dil olgusunu ele alan araştırmacıların ele aldığı bir diğer kavram ise “görsel metin”dir. Görsel metin; harfleri grafiksel unsurlarla düzenleyen ve görsel efekt oluşturmak için kullanan metin türü olarak tanımlanmaktadır.¹¹⁴ Bateman hem yazılı hem de konuşulan metinlerin var olduğunu, söz gelimi matbu ya da ekrandan okunan metinler olduğu gibi, aynı metinlerin başkasından dinlenebilmesi durumunda metin özelliğini sürdüreceğini ifade eder.¹¹⁵ Görüldüğü gibi Bateman yazılı ve işitilebilir metinleri kabul etmesine rağmen, görsellik ve metinselliği aynılaştırdığı gerekçesiyle görsel metinlerin mevcudiyetini reddetmektedir. Onun aksine, görsel metinleri ve onların görsel okumalarını kabul eden Schirato ve Webb’in görsel metinlerin ikonografik kurallardan ziyade dilsel kurallara dayandığını ve bu nedenle görsellerin tıpkı bir roman ya da başka yazılı bir metin gibi incelenmesi gerektiği yönündeki düşüncesi daha isabetli görünmektedir.¹¹⁶ Yani görselleri, bir metin gibi okumak sanıldığı gibi görsel ile metni aynılaştırmak değil, görsel metnin yazılı metinden daha başka bir biçimde aktardığı anlatıyı farklı bir açıdan *okumaktır*. Bu durumda sadece basılı materyalleri ifade eden bir metin kavramdan ziyade işitilebilen ve görülebilen metinlerin varlığından bahsetmek mümkün olmaktadır.

Dijital literatürde statik basılı metinden farklı olan bazı metin türlerinden bahsedilmektedir. Bunlardan biri olan “elektronik metin”; etkileşim, geri bildirim ve metni yeniden düzenleme imkanı veren, oldukça esnek bir metin türüdür. Elektronik metinselliği hiper-metin ve görsel/kinetik metin olarak iki formda ele alan Glazier’e göre elektronik yazı, standart yazının maddi doğasını değiştirmektedir.¹¹⁷ Ancak burada görsel metinlerin elektronik metnin bir alt kategorisi olarak değerlendirilmesi pek uygun görünmemektedir. Çünkü yukarıda ifade edildiği üzere görsellik, elektronik ortamla her ne kadar yoğun ilişki içinde olsa bile elektronik ortamdan daha geniş bir alana sahiptir.

Bir diğeri ise Nelson&Engelbart’ın 1960’larda literatüre kazandırdığı ve günlük konuşmaları bilgisayar dilinde ifade etmeyi mümkün kılan kısaltılmış teknik bir internet

¹¹³ Roland Barthes, *Image, Music, Text* (London: Fortana Press, 1977), 38-39.

¹¹⁴ Loss Pequeño Glazier, *Digital Poetics: The Making of E- Poetries* (Tuscaloosa: The University of Alabama Press, 2002), 199.

¹¹⁵ Bateman, *Text and Image*, 13-14, 24.

¹¹⁶ Tony Schirato - Jen Webb, *Reading the Visual* (Sydney: Allen&Unwin, 2004), 63,98.

¹¹⁷ Glazier, *Digital Poetics*, 138.

dili olarak tanımlanan “hiper-metin”dir.¹¹⁸ Hiper metin, standart metinden ayrı olarak bilgisayar ekranı veya elektronik araçlarda sunulan birtakım görsel, işitsel ve matematiksel tablo gibi içeriklerden oluşan gelişmiş belgelerdir. Hiper metin, bu yönüyle geleneksel yazının tek bir seçenek sunmasının aksine okuyucuya mevcut bütün seçenekleri sunabilmektedir.¹¹⁹ Hiper-metnin akışkan, çokkipli, çok merkezli, ağa bağlı, hiyerarşik olmayan nitelikleri okuyucuyu aktif kılmakta; ancak edebi, felsefi ve dini olmak üzere tüm metin türlerini birer dataya indirgemesinden dolayı, dijital sakinlerin sözlü kültürlerde var olan esnekliğe kıyasla bilgisayarın ara yüzüne hapsolme ihtimali daha yüksek görülmektedir.¹²⁰

Görsel metin, hiper metin ve elektronik metin gibi kavramların yanı sıra, üretiminde matematiksel hesaplama gerektiren bir metin türü olarak tanımlanan bir diğer kavram ise “siber metin”dir. Siber metin, literatüre yeni giren “ergodik edebiyat”ın¹²¹ bir alt dalını oluşturmaktadır. Kavramı literatüre kazandıran Aarseth; siber metni, yazarın dinamik metinlerin iletişimsel stratejilerini keşfetmek ve tanımlamak amacıyla kullandığı bir bakış açısı olarak nitelendirmektedir.¹²² Siber metin, okunduğunda ulaşılmayan patikalar ve işitilmeyen seslerle donanmış ifade üreten bir mekanizma olduğundan, bu metin türü kazanmanın da kaybetmenin de mümkün olduğu adeta bir oyun, okuyucusu da bir oyuncu ve kumarbaz gibi olmaktadır. Bu nedenle böylesi bir metni anlamaya çalışmak başarıyı da başarısızlığı da mümkün kılan kişisel bir doğaçlama çabası olarak görülebilir.¹²³

Siber, hiper, elektronik ya da görsel, hangi şekilde adlandırılırsa adlandırılsın, bu araçsal-teknik yenilenmeyi öznelere aktif olduğu kültürel bir dinamizm takip

¹¹⁸ Howard Rheingold, *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* (Boston: Addison-Wesley Publishing, 1993), 97-98.

¹¹⁹ Nelson, *Literary Machine*, 43.

¹²⁰ Nazife Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak* (İstanbul: İnsan Yayınları, 2019), 44.

¹²¹ Ergodik edebiyat, okuyucunun okuma yaparken önemsiz sayılamayacak bir çaba göstermesini gerektiren hem basılı hem de siber metin türlerini barındırmaktadır. Burada metnin patikalarında gezinen okuyucunun bizatihi kendisinin anlam inşa etmesi için göstermesi gereken bir çaba kastedilmektedir. Ergodik metinlerde anlam, doğrusal olmayan bir kurguyla tasarlandığından okuyucu tarafından daima inşa edilmekte; doğrusal bir biçimde tasarlanan ve bu nedenle anlamı okuyucunun zihnine doğrudan aktaran geleneksel metinlerden ise bu yönüyle ayrılmaktadır. Danielewski’nin *House of Leaves* adlı çalışması kurgu ve biçim olarak basılı türdeki ergodik metinlere dikkat çekici bir örnektir. Ayrıca “Bu kitabı tamamlamayı okurun kendisine bırakıyoruz.” ifadesiyle başlayan J. Berger’in *Görme Biçimleri*’nin bütününe sinmiş genel hava, basılı türde ergodik bir kitap izlenimi vermektedir. F. Benenson ‘ın *Emoji Dick* kitabı gibi emoji diliyle yazılanlar ise geleneksel metin türünün radikal bir dönüşümünü temsil ederek ergodik edebiyatın sibermetin türündeki çalışmalar kapsamında değerlendirilebilir.

¹²² Aarseth, *Cybertext*, 5-21.

¹²³ Aarseth, *Cybertext*, 1-4.

etmektedir. Toplumsal anlamda diğer kavramlardan daha genel ve yaygın bir alanı etkilediği için burada özellikle “görsel” boyuta odaklanılmıştır. Küçük bir dikkatle etrafa bakındığımızda, görsel kültür olarak adlandırılan bu yeni kültür formunun hayatımızın sadece bir kısmını değil, gündelik yaşantımızın tamamını kuşatmış olduğunu görebiliriz. Aslında görsel kültür sadece imajları, görüntüleri ve şekilleri sunmakla kalmaz; bunlara ilaveten bir anlatı da sunmaktadır. Bu nedenle görsel kültür unsurlarına yapılacak görsel okuma, dış görünüşün yanı sıra anlatının içerdiği bilgi bütününe yönelmeyi gerektirmektedir.¹²⁴ Hepp bu kültürel dinamizmin anlaşılması için çocukların önceleri yüz yüze anlatımla eriştiği hikayelere, artık ‘kasetçalar’ üzerinden ulaşmaları örneğini verir.¹²⁵ Aynı örnekten hareket edilirse, şimdilerde masal ‘dinleyen’ çocukluğun, YouTube’da masal ‘izleyen’ bir çocukluğa doğru hızla dönüştüğü ve metinlerde bir çeşit görselleşme sürecinin yükselişe geçtiği rahatlıkla söylenebilir. Hem halk hem de yüksek kültür yapıları tarafından kullanılan görsel dil, günümüzde aynı zamanda kitle iletişim araçlarının küresel egemenliği tarafından kontrol edilmeye uygun bir dildir.¹²⁶ Bu yönüyle görsel dil, sadece bireyleri aktif öznelere haline getirmemekte; güç odakları ve sermaye sahiplerine de eş zamanlı olarak aynı imkanı vermektedir. Bu nedenle tıpkı konuşulan dilin ideolojik niteliklerle yönlendirme ve kontrol amaçlı kullanıldığı gibi, görsel dilin de aynı amaçlar doğrultusunda kullanılabildiği göz önünde tutulmalı ve söze kıyasla daha büyük bir etkileme gücüne sahip olduğu için görsel dille sunulan bilginin hakikat iddiası karşısında temkinli olunmalıdır.

1.1.3. Dijitalleşme Süreciyle İlgili Güncel Kuramlar

Kuramlar güçlerini bilgiyi basitleştirme, düzenleme, tartma ve dışlama işlevlerinden almaktadır. Kuramların zayıflığı ise basitleştirmeye çalıştıkları yeni bilgilerin saldırılarına maruz kalabilmeleri ve kuram haline getirilebilecek çok fazla bilginin olduğu durumlarda bilginin anlamsızlaşabilme tehlikesidir.¹²⁷ Bu nedenle dijitalleşme sürecine dair çok parçalı kuramsal bağlamı doğru anlamak adına süreci ortak bir çerçevede içinde sunmak yararlı olacaktır.

Dijitalleşme sürecine ilişkin kuramsal bağlam, 70’lerden itibaren görünür olmaya başlayıp söz konusu sürecin kitleselleştiği 90’lara kadar uzamaktadır. Bu başlıkta önce

¹²⁴ Schirato - Webb, *Reading the Visual*, 81.

¹²⁵ Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, 12.

¹²⁶ Kress - Leeuwen, *Reading Images*, 5.

¹²⁷ Postman, *Teknopoli*, 78.

askeri, daha sonra sivil akademi için kullanılan internet tabanlı iletişimin 90'lardan itibaren kitleselleşme sürecini ele alan sosyal kuramsal bağlam ele alınmıştır. Bunlar arasında Hollandalı sosyolog ve iletişim bilimci J. van Dijk'ın 91'de yeni medya çalışmalarına giriş niteliği taşıyan çalışmasıyla literatüre kazandırdığı; 96'da ise Castells'in enformasyon çağını kapsamlı bir biçimde ele aldığı üç ciltlik çalışmasının ilk cildini ayırdığı "Ağ Toplumu" kuramı; dijitalleşme sürecinin başlangıcını, hızlı gelişimini ve muhtemel geleceğini ortaya koyan ilk kuramdır. Ağları "toplumun sinir sistemi" olarak adlandıran J. van Dijk; bugünden başlayarak avcı-toplayıcı kabilelerin birbirleriyle olan etkileşim ve iletişim biçimlerine uzanan bir ağ tanımı yapmaktadır.¹²⁸ J. van Dijk; ağların yükselişe geçtiği son dönemin tek tipçi bir kitle toplumu oluşturmadığını, kitle toplumunun ağ toplumundan hemen evvelki bir ara dönem olduğunu ileri sürmektedir.¹²⁹ Castells ise ağları ekonomik, siyasi ve kültürel tüm alanları birbirine bağlayan düğümler dizisi, yani yeni sosyal sistemin morfolojisi olarak ele almaktadır.¹³⁰

Ağ toplumu bir aşırı iletişim ve aşırı bilgi yükleme toplumdur. Ağ toplumunun ürettiği dijital kültür bu nedenle, niteliğe dayalı derin deneyimin aksine bit ve baytlara indirgenen nicel enformasyonu teşvik eder.¹³¹ Castells elektronik kulübelerimizde gündelik hayatın nasıl olduğunu ve olası dönüşümleri ele alırken bir fütürist kadar kesin ifadeler kullanmaz. O daha çok bir sosyolog temkiniyle değerlendirmelerde bulunur. Nitekim elektronik çağda sağlık, ekonomi ve eğitim alanlarında çevrimiçi uygulamaların artmasına rağmen bu artışın eski kurumsal yapıyı tümünden değiştiremeyeceğini ve sosyal kurumların ancak çevrimiçi süreçlerle harmanlanmış yüz yüze kurumlar olarak varlıklarını sürdürme eğiliminde olacaklarını ifade eder.¹³² İletişim ağları etrafında şekillenen bu yeni toplumsal yapı; birtakım fırsatları ve zorlukları eşzamanlı olarak barındıran geleceği belirsiz bir toplum olarak görülmektedir.¹³³ Şayet bu toplum yeni bir eğitim paradigmasına, siyasi bir duruşa, ekolojik duyarlılığa, tekellilikten uzak bir özgürlüğe ve ağlara eşit erişim imkanına sahip olursa söz konusu belirsizliği aşabilir. Diğer bir deyişle ağ toplumu sakinleri yüz

¹²⁸ J. van Dijk, *The Network Society*, 19.

¹²⁹ J. van Dijk, *The Network Society*, 32.

¹³⁰ Castells, *Ağ Toplumu'nun Yükselişi*, 621.

¹³¹ J. van Dijk, *The Network Society*, 200-202.

¹³² Castells, *Ağ Toplumu'nun Yükselişi*, 526-532.

¹³³ Castells, *İnternet Galaksisi*, 357.

yüze ve aracılanmış iletişim biçimlerini bütünleştirmek zorundadır. Aksi takdirde parçalanmış deneyimler içinde trajik kimliklere dönüşeceklerdir.¹³⁴

Dijitalleşme alanına yapılan bir diğer katkı Rheingold tarafından literatüre kazandırılan “sanal gerçeklik”¹³⁵ ve “sanal cemaat”¹³⁶ kavramlarıdır. Bu kavramlar, çevrimiçi ortamda bazı ortak amaçlar doğrultusunda bir araya gelen yeni bir toplum türü doğduğuna işaret ederek tartışmayı başka bir boyuta taşımıştır. Bu kavramları ileri süren Rheingold, San Francisco’da 80’lerde kurulup bugün hala aktif ilk bilgisayar ağlarından biri olan WELL’in öncü üyesi olarak bu yeni toplumsal organizasyon biçimini ilk elden deneyimlemiş bir figürdür. Rheingold işte bu kişisel tecrübelerinden hareketle internet ortamında kurulan cemaatlerin mekânsal birlikteliğe, aile etkinliklerine ve duygudaşlığa dönüşebileceğini ileri sürmektedir.¹³⁷ Ona göre ekranda beliren sözcükler, en az yüz yüze olanlar kadar insanların canını acıtabilir; ancak yine de çevrimiçi bir konuşma tıpkı bir telefon konuşması gibi geçici ve gayri resmi hisleri uyandırır da bir yayının erişimi ve kalıcılığa sahip olmasından ötürü ondan farklılaşabilir.¹³⁸

Bahsedilen iki toplum yapısı arasındaki benzerlik ve farklılıklara değinen Wellman, sanal cemaatlerin *fiziksel cemaatlere* (Real-Life Communities) karşıt olmadığını ve gerçek hayatın kötü bir kopyası olarak düşünülmemesi gerektiğini ileri sürmektedir. Wellman; teknolojinin egemen olduğu ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada *Kişisel Cemaat* (Personal Community) olarak adlandırdığı yeni bir toplum yapısı yükselişe geçtiğini ifade etmektedir. İster kişisel düzlemde isterse topluluk düzleminde olsun, tüm toplumsal organizasyonların internet üzerinde yürütüldüğünü ifade eden bu anlayışa göre, bir taraftan bizzat sosyal ağlar cemaatlerin yerini almaya; öte yandan yerel cemaatler sosyal bir ağ oluşturarak alternatifler üretmeye başlamıştır.¹³⁹

Sanal gerçekliğin yukarıda bahsedilen başlangıç deneyimlerini geleceğe taşıyan Kurzweil ise “2030’lu yıllara girerken insan ile makine arasında *gerçek gerçeklik* ile

¹³⁴ J. Van Dijk, *The Network Society*, 263.

¹³⁵ Howard Rheingold, *Virtual Reality* (California: Blackbirch Press, 2003).

¹³⁶ Rheingold, *The Virtual Community*, 3.

¹³⁷ Rheingold’un WELL’de oturum açarak başlayan bu yeni sanal ilişki biçimine ve gerçek hayat üzerindeki etkilerine dair deneyimleri için bk. Rheingold, *The Virtual Community*, 18-21.

¹³⁸ Rheingold, *Virtual Community*, 37.

¹³⁹ Wellman, diğer herhangi bir topluluk tipine indirgemeksizin, internet topluluklarını kendi özel dinamikleri bağlamında ele almak gerektiğini “The Net is the Net” şeklinde basitçe ifade etmektedir. Bk. Barry Wellman - Milena Gulia, “Net-Surfers Don’t Ride Alone: Virtual Communities as Communities”, *Networks in the Global Village: Life in Contemporary Communities*, ed. Barry Wellman (Boulder: Westview Press, 1999), 353-355.

sanal gerçeklik arasında ya da çalışma ile oyun arasında belirgin farklar kalmamıştır.”¹⁴⁰ şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere eski dünyaya ait gerçeklik, iş, oyun ve çalışma gibi kavramlar arasındaki ayrımın giderek kaybolduğunu ve bu kavramların dijital uzamda iç içe geçerek yeni toplumsallaşma biçimlerine yol açtığını ileri sürmektedir. Ona göre genetik, nanorobot ve robotik devrimleri sayesinde, nihayetinde dayanıksız 1.0 sürüm insan bedenleri, yerini dayanıklı 2.0 sürüm bedenlere bırakacaktır.¹⁴¹ Burada, insanın tinsel boyutu nedeniyle özel olduğunu ileri süren binlerce yıllık inancın sarsıldığı ve insanların artık insan olarak adlandırılmayacak kadar daha fazla sağlık, mutluluk ve güç için gönüllü olarak insani özelliklerini tek tek değiştirecekleri yönünde yeni bir düşüncenin egemen olduğu/olacağı ileri sürülmüştür.¹⁴² Nihayet insanın bu ontolojik dönüşümü ile birlikte, insan gücüne ihtiyaç duyan sanayi devriminin ürettiği hümanizme alternatif yeni felsefe, düşünce ve toplumsallaşma biçimlerinin doğacağı öngörülmektedir. Görüldüğü gibi Kurzweil, teknolojinin yol açtığı dönüşümü kabul etme noktasında en az Rheingold kadar coşkulu görünmektedir.

Bahsedilen fütüristik anlayışların yanı sıra dijital ağların oluşturduğu toplum biçimlerini daha çok kültürel bir perspektiften ele alan kuramcılar da bulunmaktadır. Bunlardan biri olan Gere; dijital kültür, enformasyon teknolojisi ve internetle ilişkili olarak inşa edilen bu kültürün sanıldığı gibi yeni bir kültürel form olmadığını, köklerinin 18. yüzyıla kadar gittiğini ve daha önemlisi teknoloji tarafından “belirlenen” bir kültür biçiminden ziyade teknolojiyi “belirleyen” bir kültür biçimi olduğunu ifade etmektedir.¹⁴³ Yani burada teknolojik unsurlar; onları yaratan ve onların kullanılmasını sağlayan kültürden daha az önemli görülmektedir. Gere; bu sebeple dijital olgusunu özellikle tekno müzik, video oyunları, internet tabanlı sosyal platformlar, hacker kültürü, siberpunk örneği kitaplar ve filmlerden oluşan pek çok örnekten hareketle ele

¹⁴⁰ Kurzweil burada “real reality” ve “virtual reality” ifadelerini birbirinin karşısına konumlandırarak kullanmıştır. Ayrıca metindeki vurgular bize aittir. Bk. Ray Kurzweil, *The Singularity Is Near: When Humans Transcend Biology* (New York: Penguin Group, 2005), 229.

¹⁴¹ Ray Kurzweil, *İnsanlık 2.0*, çev. Mine Şengel (İstanbul: Alfa Yayınları, 2020), 448.

¹⁴² Yuval Noah Harari, *Homo Deus: Yarının Kısa Bir Tarihi*, çev. Poyzan Nur Taneli (İstanbul: Kolektif Kitap, 2016), 61.

¹⁴³ Gere, *Digital Culture Çalışmanın 2002’de yayınlanan ilk baskısında 19.yy ve 20.yy ortamındaki dijital kültür formları ele alınmakta, 2008’de çıkan ikinci baskısında ise dijital kültürün 21.yy’daki serüveni ilave edilerek dijitalleşmenin çağdaş ve popüler bir fenomen olmaktan çok avangard bir kökene dayandığı gösterilmektedir.*

almıştır.¹⁴⁴ Gere burada sanat ve siberetik arasında meydana gelen etkileşimlerden doğan siberpunk, postmodern eleştirel teori ve postyapısalcılık gibi çeşitli düşünsel akımların dijitalleşmeye karşı geliştirilen direnişten doğduğunu iddia etmektedir.¹⁴⁵ Yani, ona göre bir kültür biçimi ötekine direnç gösterse bile sosyal ve kültürel etkileşim halinde bulunan karşıt kültürlerin birbirini beslemesi kaçınılmaz görülmektedir. Tüm bunları bir arada değerlendirdikten sonra nihayetinde Gere; dijitalin kendine ait bir doğası olduğunu, internet aracılığıyla oluşan kültürel üretim biçimlerinin önceki kültürel materyallerin basit bir yorumu ya da geliştirilmiş hali olmadığını, aksine medyanın yeni teknolojiler tarafından dönüştürülmesiyle birlikte kültürü üreten kendi benliklerimiz hakkındaki düşünme biçimimizin de dönüştüğünü ifade eder.¹⁴⁶ Böylece Gere’in bakış açısına göre benzer düşüncelere ve zevklere sahip olanları bir araya getiren ağlarda tüketicilerin kontrol edebildiği yeni bir kültürel alan doğmuş olmaktadır.

Bir başka kuramcı ise sıradan insanların dijital kültür uzamında gerçekleştirdiği benlik sunumunu Goffman’ci bir perspektiften inceleyen Thumim’dir. O, bugün için isabetli analizlerin yapılabilmesi adına benliğin tarihsel izini sürerek çalışmasına başlamaktadır.¹⁴⁷ Tüm dijital temsilleri içeren toptan açıklamalar yerine, her bir temsil durumunun kendi bağlamında incelenmesi gerektiğini ifade eden Thumim; dijital kültürde gerçekleştirilen benlik sunumunu “kurumsal”, “metinsel” ve “kültürel” dolayımınma çerçevesinde ve tv yayıncılığı, müzeler ve çevrimiçi platformlar üzerinden durum çalışması olarak incelemiştir.¹⁴⁸ Thumim’e göre kişinin dolayımınmış benliğin hangi kısımlarını sunacağına karar vermek zorunda olması, kültürel benlik sunumunu yani çevrimiçi platformlarda benliği sergileme sürecini karmaşıktırır.¹⁴⁹ Tıpkı Thumim gibi toplumun sinematik ve dramatik bir üretim olduğuna dikkat çeken bir başka isim Denzin’dir. Ona göre postmodern kuram görsel toplum ve onun

¹⁴⁴ Örneğin “Androidler Elektrikli Koyun Düşler Mi?” kitabı ve “Matrix” filmi üzerinden analizler yapmaktadır.

¹⁴⁵ Gere, *Digital Culture*, 154.

¹⁴⁶ Gere, *Digital Culture*, 213-215.

¹⁴⁷ N.Thumim, *Self Representation and Digital Culture*, 19-46.

¹⁴⁸ N.Thumim’in “Kurumsal Dolayımınma” (Institutional Mediated) kapsamında yaptığı durum çalışması olan *Capture Wales*, BBC’nin sıradan insanlara yönelik gerçekleştirdiği bir kişisel hikaye yaratıcılığı projesidir. “Metinsel Dolayımınma” (Textual Mediated) kapsamındaki bir durum çalışması olan *London’s Voice* ise Londra müzesi tarafından, genç Londralıları kendi yaşamlarını kaydedip halka açık alanda sergilemeye davet eden bir projedir. Thumim Üçüncü durum çalışmasında ise, “Kültürel Dolayımınma” (Cultural Mediated) kapsamında *Facebook* üzerine gerçekleştirilen benlik sunumlarını, bir çeşit online sosyalleşme biçimi olarak değerlendirmektedir.

¹⁴⁹ N.Thumim, *Self Representation and Digital Culture*, 146-147.

temsilleriyle meşgul olmakta; kamera, video ve görsel kültürün dokunduğu tüm toplumlarda gerçeğin temsilleri, yaşanmış deneyimlerin yerini alarak içinde bulundukları toplumları dönüştürmektedir. Çevrimiçi ortamdaki benliğin geçirdiği dönüşümü Goffman'ci perspektiften ele alan bir başka isim ise Robinson'dur. Robinson MUD'lar¹⁵⁰ özelinde yaptığı çalışmasında dijital ortamdaki siber maskelerin oyunculara tek bir şey değil, çok şey olma imkanı vermesinden dolayı oyuncuların çevrimiçi dünyayı çevrimdışı dünyadan daha gerçek olarak gördüğünü ifade etmektedir.¹⁵¹ Bu simaların tümünün vardığı ortak nokta ise dijital araçlar üzerinden sürdürülen benlik sunumlarının durumsal, karmaşık ve kişisel deneyimlerle şekillendirilmiştir.

Kültürü medyatikleşme boyutunda ele alan isimlerden biri olan Hepp; bu kültür formunu her zaman ve zeminde bulunabilmesine rağmen bir kitle kültürü olmayan, teknolojiyle iç içe ama bir siber kültür olarak nitelenemeyen, iletişim araçlarından etkilenmiş ama onların güdümünde olmayan niteliklerle tanımlamaktadır.¹⁵² Medyatikleşme ifadesi; burada iletişimsel dönüşümün sosyokültürel dönüşümü işaret etmesi anlamında dolayım lanma sürecinden daha fazlasını ifade eden, içinde kırılmaları ve çelişkileri barındıran bir meta-süreç olarak kullanılmaktadır.¹⁵³ Hepp; medya tarafından anlamlandırılan ve şekillendirilen kültürü; içe dönük ve organik nitelikli yerel/bölgesel kültürlerin aksine sürekli değişen kimlikleri barındıran, açıklama gerektiren karmaşık bir yapı ve melezleşme nitelikleriyle ön plana çıkan yerel-ötesi (bölgesiz) bir kültür olarak kabul etmektedir.¹⁵⁴ Kültürel medyatikleşme kuramı; merkezsizleşen bu kültür kalıplarının güçle olan ilişkilerini çok yönlü eleştiriye tabi tutarak onlardan doğan orantısız güç ilişkilerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu yönüyle kuram; popüler, siyasi, dini, ulusal ve diaspora olmak üzere tüm kültür biçimlerinin tek tip bir formda açıklanamayacak kadar karmaşık olduğunu ifade etmektedir.¹⁵⁵ Bu nedenle kendisini kültürel dönüşümü açıklayan tamamlanmış bir

¹⁵⁰ "Çok Oyunculu Zindan Oyunu" olarak çevrilen "Multi User Dungeon", internet üzerinden metin mesajları yazmak suretiyle oynanan fantezi rol oyunlarını ifade etmektedir.

¹⁵¹ Laura Robinson, "The Cyberself: the Self-ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in the Digital Age", *New Media & Society* 9/1 (2007), 98.

¹⁵² Andreas Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, 36-56.

¹⁵³ Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, 115-117.

¹⁵⁴ Medyatize olan kültürlerin nitelikleri ifade edilirken yerel, yerel-ötesi, bölgesel, bölgesizleşmiş ve merkezsizleşme kavramları sıklıkla kullanılmaktadır. Medya araçlarının dönüştürdüğü kültürler daha çok yerel-ötesi, bölgesizleşmiş ve merkezsizleşmiş kültürler olarak tanımlanmaktadır. Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, 121, 160-169.

¹⁵⁵ Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, 211-214.

kuram olarak değil, aksine bu kültürel dönüşümü ampirik veriye dayanarak çözümleyen sürekli ve dinamik bir kuramsal model olarak görmek daha uygun görünmektedir.

Son olarak dijitalleşme olgusunu teknoloji-kimlik etkileşimi üzerinde ele alan Turkle'dan bahsetmek mümkündür. Turkle'a göre milyonlarca insanı birbirine bağlayan internet uzamı toplulukların ve kimliklerin düşünme biçiminden cinselliğin doğasına dek sosyal yaşamın her alanında köklü değişikliklere yol açmaktadır.¹⁵⁶ Bu teknolojik yaklaşım; teknolojik araçların, insan ilişkilerini güçlendirme vaadiyle yola çıkmasına rağmen modern yaşamlarımızı giderek daha fazla simülasyon dünyasına bağladığını ve diğer insanlarla olan gerçek bağları kopardığını ifade etmektedir.¹⁵⁷

Turkle'ın bahsettiği kimlik ifşaatını özel hayatın gizliliği, yasal sistem ve özgürlük bağlamında ele alan hukukçu Solove; dijital bireylerin internette gezinirken arkalarında kişisel bilgilerin kaydedildiği “dijital dosyalar” (digital dossier) bıraktığına dikkatleri çeker. Bu dosyalarda toplanan kişisel veriler; geçmişi araştırma, kredileri kontrol etme, ürün pazarlama ve hayatımızla ilgili kararların alınmasını gerektiren önemli durumlarda her türlü karar alıcı merciye bir tercih profili sunmaktadır.¹⁵⁸ Solove durumun ciddiyetine dikkat çekmekle birlikte, ifade özgürlüğü ve özel hayat arasında kurulacak bir denge sayesinde internet ortamında özgürlüğü korumanın mümkün olduğunu ileri sürerek bütünüyle karamsar bir tablo çizmemektedir.¹⁵⁹ Benzer bir şekilde, teknolojinin yarattığı bu kırılgan şeffaf toplumda tehdit altında olan bireylerin kendilerini güvende tutmalarını sağlayacak birtakım alternatif yolların imkanı üzerinde duran Brin; “karşılıklı şeffaflık” (reciprocal transparency) ilkesi sayesinde, teknoloji elitlerinin ya da hükümetlerin kitleleri kontrol altına almak üzere uyguladıkları gözetim mekanizmasını tersine çevirmeyi önermektedir.¹⁶⁰ Teknolojiye bütünüyle teslim olmanın getireceği muhtemel olumsuzluklara karşı uyarı levhası taşıyan bu düşünceler,

¹⁵⁶ Sherry Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet* (New York: Simon & Schuster, 1995), 9.

¹⁵⁷ Sherry Turkle, *Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other* (Basic Books, 2010), 172.

¹⁵⁸ Daniel Solove, *The Digital Person: Technology And Privacy In The Information Age* (New York: New York University Press, 2004), 3.

¹⁵⁹ Daniel Solove, *The Future of Reputation: Gossip, Rumor and Privacy on the Internet* (New Haven: Yale University Press, 2007), 132.

¹⁶⁰ David Brin, *The Transparent Society: Will Thecnology Force Us to Choose Between Privacy and Freedom* (New York: Basic Books, 1998), 45.

Thamus'un¹⁶¹ endişelerini yeniden dile getiren Postman'da çok daha fazla belirginleşir: "Teknoloji kime daha fazla özgürlük ve güç sağlayacak? Ve kimin gücü ve özgürlüğü azalacak?"¹⁶² şeklinde dile getilen bu septik söylem, teknolojiye teslim olmayı güzelleyen diğer perspektifleri dengeleyerek bir çeşit kuramsal fren işlevi görmekte, alana bu yönüyle önemli bir katkı sunmaktadır. Görüldüğü üzere dijitalleşme tecrübesi birbirinden farklı perspektiflerden ele alınmış; bu anlamda dijital kültür alanının meşru bir zemine oturduğu yönünde güçlü bir literatür oluşmuştur.

1.2. Dinselliğin Dijital Kültüre Adaptasyonu

Bu kısımda inanç-ibadet, kimlik, katılım, sosyalleşme-çatışma-bütünleşme, mahremiyet, otorite ve tüketim-sekülerleşmegibi alt başlıklar üzerinden her ne kadar genel anlamda din fenomeninin dijital dünyaya adapte oluşu ele alınsa da örnekler daha çok İslam dini özelinden verilecektir. Fiziksel olarak içinde bulunduğumuz kültürel ortam vesilesiyle hem gözlemlenmesi kolay olduğu hem de dijitalleşme ile olan ilişkisinde "geç kalanlar"¹⁶³ kategorisinde değerlendirilebildiği için dinselliğe dair yapılan çıkarımlarda öncelikle islami çevreler göz önünde bulundurulmuştur. Örneklerin ekseriyetle İslam özelliğinde verilmesi bu araştırmanın bir zaafiyeti olarak değil, dijitalleşme-din ilişkisini ele alan Campbell'ın tıpkı örneklerini ekseriyetle Hıristiyanlık özelinde vermesi gibi araştırmacının bir tercihi olarak görülmelidir.

Teknoloji elitleri çoğunlukla yaparak öğrendiği için teknoloji uygulamalarını ve paradigmaları değiştirebilme gücünü elinde bulundurur. Buna karşılık çoğu insan kullanarak öğrendiği için, teknolojinin paketlenildiği sınırlamalara tabi olmaktadır.¹⁶⁴ Teknolojik üretimin neredeyse tamamen dışında yer alan Müslüman çevreler ise genelde teknolojiyi ilk benimseyen çevreler olarak değil, teknolojinin karşı konulamaz cazibesi karşısında kalesi düşmüş bir mağlup konumunda görülmektedir. Bu konuda

¹⁶¹ Platon'un anlattığı hikayeye göre mucit tanrı Theut'un yazı hakkındaki güzellemesine, hafızayı zayıflatmış gerekçesiyle muhalefet eden Mısır kralıdır. Bk. Platon, *Phaidros*, çev. Ari Çokona (İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2019), 64-65.

¹⁶² Postman, *Teknopoli*, 16.

¹⁶³ Burada "geç kalanlar" ifadesi; yeni olanın üretim ve benimsenmesinde kabaca bir tasnifle ifade edilecek olursa "üretenler" ve "tüketenler" sınıflarının yanında, bu yeniliği kerhen kabul eden kesimleri ifade etmek üzere Rogers tarafından kullanılmaktadır. "Yeniliğin yayılması kuramı" olarak da bilinen Rogers'ın bu kuramına göre yenilikleri benimseyenler 5 ideal tip olarak tasnif edilmektedir. Buna göre maceraperest bir çekirdek grup yenilikleri üretmekte, onu takiben sırayla erken benimseyen seçkin bir grup, planlı bir şekilde erken benimseyen çoğunluk, geç benimseyen şüpheci bir çoğunluk ve son olarak zamanın ruhunu yakalamada geciken gelenekçiler zümresi gelmektedir. Bk. Everett Rogers, *Diffusion of Innovations* (New York: The Free Press, 1983), 247-250.

¹⁶⁴ Castells, *Ağ Toplumu'nun Yükselişi*, 46.

özellikle “Radikal Müslümanların 21. Yüzyılı tam anlayamadıkları, bu nedenle liberalizme gerçek bir tehdit oluşturmadığı ve teknolojinin getirdiği/getireceği korkunç tehlikeler ya da fırsatlar hakkında kayda değer bir fikre sahip olamadığı”¹⁶⁵ şeklindeki düşünceler sıklıkla dile getirilmektedir. Bizler de bu çalışmada seküler diji-bireylerden etkilendiği için zamanla daha fazla görünür olmaya çalışan diji-müslümanların kayda değer yaşam pratiklerine merceğimizi çevirmekteyiz. Elbette teknolojiyle üreticilikten ziyade tüketici düzeyinde etkileşim kuran her yapı gibi Müslüman dünyanın da bu alanda özneleşmesi ve süreci yönlendirmesi için teknoloji alanında yürümesi gereken uzun bir yol olduğunu da kabul etmekteyiz.

Son olarak aşağıdaki alt başlıkların inceleme sürecinde yapısal bir düzenlilik olması için önce kavramların analog bağlamdaki mahiyetleri, ardından dijital uzamdaki görünüşleri ve son olarak dinle olan ilişkileri sırasıyla incelenmiştir.

1.2.1. Dijitalleşme Sürecinde İnanç ve İbadetler

Genel anlamda din fenomeni iki temel unsur üzerine inşa edilmektedir. İlki dinlerin asli unsurunu oluşturan tasavvurlar ve inançlar, ikincisi ise bu içsel durumun maddi ve dışsal boyutunu oluşturan ritüellerdir.¹⁶⁶ Dinlerin özelliğine göre inanç ve ibadetin mahiyeti değişse de bu iki unsurun birbirine daima geri bildirimde bulunduğunu söylemek mümkündür. Yani bir yandan inanç biçimleri-tasavvurlar, pratikleri-ritüelleri şekillendirmekte; diğer yandan şartlar değiştikçe ve kültürler karşılaştıkça pratikler-ritüeller yenilenerek dinin inanç sisteminde yeniden kazanmaktadır. Peki ortam ve kültür dijitalleştikçe; dini inançlar-ritüeller nasıl bir şekil almakta ve tam olarak nerede konumlanmaktadır?

Öncelikle din ve dijital olanın karşılaştığı bir kesişim bölgesi bulunmaktadır. Bu bölge; klasik sosyolojinin ileri sürdüğü “kutsal ile profan hayatın aynı mekanda var olamayacağı ve kutsal olan şeyin, ancak profan alanın dışındaki özel yerlerde ikamet edebileceği”¹⁶⁷ şeklinde özetlenebilecek düşüncenin tam tersini yansıtmaktadır. Çünkü dijital çağda kutsal alan, bizzat profan alanın içinde konumlanmakta ve bazı açılardan profan alan tarafından biçimlendirilmektedir.

¹⁶⁵ Harari, *Homo Deus*, 281.

¹⁶⁶ Emile Durkheim, *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*, çev. Fuat Aydın (Ankara: Eski Yeni Yayınları, 2018), 394.

¹⁶⁷ Durkheim, *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*, 295.

Kutsal; doğası gereği sirayet edicidir, bu yüzden kutsanmak isteyen her şeyin kutsalın kaynağına temas etmesi gerekir.¹⁶⁸ Bu temas dolayısıyla, fiziksel ve sanal olan her şeyi kapsayan kutsal, sanal gerçeklik ortamında farklı formlarda yeniden tezahür eder. Kutsala temas eden sanal gerçeklik ortamı ise, hiyerofani bir gerçeklik alanına dönüşür. ¹⁶⁹ Bahsedilen dönüşüm sürecinde kutsal'ın “siber kutsal” ¹⁷⁰ ve “sanal kutsal” ¹⁷¹, dindarların ise “siber dindar” ¹⁷² haline geldiği dijital uzamda yeniden konumlanan dinler ve müntesipleri; “dijital teoloji”¹⁷³ veya “siber-teoloji”¹⁷⁴ olarak adlandırılan yeni bir teolojiye gereksinim duymaktadır. Bu dijital teoloji; her yerde bulunan, yenilikçi, kitle kaynaklı, hareketli, sürdürülebilir, bağlamsal, evrensel düzeyde erişilebilir, yapay zeka ve büyük veri ile ilişkili yepyeni bir inanç sistemine dayanmaktadır.¹⁷⁵ Bu yeni teoloji formu; dijital kültürün Tanrı ve inanç üzerine kurulu söylemleri şekillendirmeye odaklanarak dinin dijital kültür uzamında daha iyi yaşayabilme biçimlerini tespit etmektedir.¹⁷⁶ Yani dinin siber uzama uyaralanırken köklerinden kopmasını önleyecek teorik-teolojik bir temel inşa edilmesi önerilmektedir.

Öte yandan dijital teknolojinin, kültürün ahlaki ve ruhsal derinliğini etkileyerek bir tür aşkınlık krizine yol açtığı, bu krizin ise ancak dijital sanatın sunduğu teolojik bir estetikle aşılabildiğini ifade edenler de bulunmaktadır.¹⁷⁷ Bu anlayışa göre geleneksel din anlayışının sonunun geldiği bu dönemde insanlar; “ağ bağlantılı varoluş” (networked being) ¹⁷⁸ biçimi inşa ederek pop kültürü aracılığıyla birtakım ruhani cevaplar aramaktadır. Bu nedenle dindarların kendilerini izole etmemesi ve kutsal alanın film, edebiyat, müzik ve tv ile yeniden diyaloga girerek geleneksel din

¹⁶⁸ Durkheim, *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*, 397.

¹⁶⁹ Rachel Wagner, *Godwired : Religion, Ritual, and Virtual Reality* (New York: Routledge, 2012), 80.

¹⁷⁰ Michel Bauwens - Father Vincent Rossi, “Dialogue on the Cyber-Sacred and the Relationship Between Technological and Spiritual Development”, *Cybersociology Magazine* 7 (1999).

¹⁷¹ Wagner, *Godwired*, 78.

¹⁷² Mete Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ? Medyada Dinin Popüler Temsilleri* (İstanbul: Ketebe Yayınevi, 2018), 47.

¹⁷³ Erkki Sutinen - Anthony-Paul Cooper, *Digital Theology: A Computer Science Perspective* (Bingley: Emerald Publishing, 2021).

¹⁷⁴ Antonio Spadaro, *Cybertheology : Thinking Christianity in the Era of the Internet*, çev. Maria Way (New York: Fordham University Press, 2014).

¹⁷⁵ Sutinen - Cooper, *Digital Theology*, 34-53.

¹⁷⁶ Spadaro, *Cybertheology*, 15.

¹⁷⁷ J. Sage Elwell, *Crisis of Transcendence : A Theology of Digital Art and Culture* (Lanham: Lexington Books, 2010), 85-86.

¹⁷⁸ Spadaro, *Cybertheology*, 48-49.

anlayışından kopan yeni bir “eğlence teolojisi”¹⁷⁹ ya da “görsel bir teoloji”¹⁸⁰ inşa etmesi önerilmektedir. Böylece din yok olmanın ötesinde şekil değiştirecek ve farklı bir formda varlığını sürdürebilecektir.

Pek çok dini yapıda benzer bir teoloji inşa etme çabası olmakla beraber teolojik sarsıntılar daha çok Hristiyan dünyasında tecrübe edilmektedir. Dijitalleşme sürecinde Hristiyanların bireysel ve kurumsal anlamda teknolojiyle olan ilişkileri; önce “teknofobik” bir tutumla başlamış; zamanla “teknomedyatik” ve nihayet “teknomonist” bir biçim almış görünmektedir.¹⁸¹ Dijital teoloji arayışı etrafında kurumsal düzeyde atılan bu ilk adımlardan biri 2010’daki *Dijital Tanıklar* konferansıdır. Burada konuşan Papa 16. Benedict, dijitalin mantığına uyarlanan yeni bir Hristiyan diline ihtiyaç duyulduğunu ifade eder.¹⁸² Buna göre İsa Tanrı’nın krallığını duyururken nasıl ki zamanının kültürünü ve atmosferini (sürüler, tarlalar, tohumlar ve ziyafet gibi) kullanıyordusa benzer biçimde bugünün dindarları da modern insanla Tanrı ve krallığı hakkında konuşurken birbirlerini anlayabilecekleri sembolleri ve mecazları dijital kültür atmosferinde keşfetmelidir.¹⁸³ Bu çağrışı dikkate alan kimi Hristiyan teologlarına göre önce hızlı teknolojik gelişmeler karşısında gözümüzün kamaşmasına izin vermemeliyiz. Çünkü teknoloji sahasında yürümek ipin üzerinde yürümek gibidir. Bu yüzden iyilik ve kötülük arasında hala var olan mücadeleyi iyi tanımak ve yanlış yöne sapmamak için yaratılışın iyi yapılarını ayırt etmek gerekir.¹⁸⁴ Yani mevcut “dijital patlama”yla beraber doğru bir biçimde yaşayabilmek için önce doğrunun ne olduğunu, ardından teknolojinin ne olduğunu öğrenmek gerekir.¹⁸⁵

Teologlar bu kapsamda inancı web mantığı ışığında düşünebilmek anlamında bir tür “inanç zekası”na ihtiyaç duyulduğu ifade etmekte ve buna bağlı olarak klasik

¹⁷⁹ Barry Taylor, *Entertainment Theology: New-Edge Spirituality in a Digital Democracy* (Michigan: Baker Publishing Group, 2008), 227.

¹⁸⁰ Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 195.

¹⁸¹ Wagner, dindarları iletişim araçlarıyla olan ilişkileri doğrultusunda üç kategoride değerlendirmektedir. İlki sanal gerçekliği gerçek dışı, tehlikeli ve dini faaliyeti gerçek anlamda barındırmayacak bir şey olarak gören geleneksel dini otoritelerden oluşan teknofobikler; ikincisi teknik araçların dini mesajların yayılması için sadece birer araç olarak kullanılmasını uygun gören teknomedyatörler, üçüncüsü ise kutsalın sanal gerçeklikle bütünüyle eşleştirilmesini meşru gören teknomonistlerdir. Bk. Wagner, *Godwired*, 112-118.

¹⁸² Bk. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2010/april/documents/hf_ben-xvi_spe_20100424_testimoni-digitali.html

¹⁸³ Spadaro, *Cybertheology*, ix.

¹⁸⁴ Derek C. Schuurman, *Shaping a Digital World: Faith, Culture and Computer Technology* (InterVarsity Press, 2013), 103.

¹⁸⁵ Tim Challies, *The Next Story: Life and Faith after the Digital Explosion* (Erişim 16 Aralık 2022), 244.

Hristiyan teolojisindeki kilise, cemaat, vahiy, ayin ve sakramentleri dijital çağda yeniden tartışmaya açmaktadır.¹⁸⁶ Başka Hristiyan teologlar ise özellikle yaratılış, düşüş, kefarete ve yeniden yaratılış gibi teolojik konuları dijital teknoloji bağlamında yeniden ele almakta ve bu teknolojinin tarafsız olmadığı, aksine değer yüklü olduğuna vurgu yapmaktadır.¹⁸⁷ Çünkü onlara göre inananlar dijitali şekillendirirken dijital de inananları şekillendirmeye devam etmektedir. Bu yüzden teknolojileri şekillendirenler insanlara hizmet edecek ve yeryüzünü imar edecek yararlı ürünler tasarlamalıdır.¹⁸⁸ Teologlara göre bu çağda teknolojiyle kopmaz bağlarımızın olması önemli değildir; asıl önemli olan teknolojinin ne kadarını hayatımıza dahil edeceğimize halen bizlerin karar veriyor olmasıdır.¹⁸⁹ Burada medyatikleşme teorisyenlerinin ifade ettiği bir edilgenlik kabul edilmemekte; aksine daha düşünömsel bir teolojik anlayış geliştirilmekte ve “Dijital Babil”den¹⁹⁰ çıkmak için birtakım yollar önerilmektedir. Bu noktada verilen örnekler, genelde Kutsal metinden alınan pasajların dijital bağlamda yeniden yorumlanması biçimindedir.

Dini inançları yeni bir dille sunan bu anlayışa göre, örneğin dijital dünyanın sakinleri Tanrı’nın varlığını inkar eden neopagan bir dünyadaki sürgünler mesabesinde. Bu yüzden Tıpkı Daniel ve Ester örneklerinde olduğu gibi her nerede ve hangi koşulda olursa olsun, daima Tanrı’nın dünyasını gözden kaçırmadan yücelere bakmak gerekmektedir.¹⁹¹ Yani mevcut koşullar Tanrısal olanın aleyhine gibi görünse de Kutsal Kitap’tan alınan ilhamla ve dijital araçları kullanarak Tanrı sözünü yüceltmek her zaman için mümkündür. Peki bahsedilen yeni dijital teoloji; genel teolojide veya bilgisayar bilimlerinde bir paradigma değişimine yol açabilir mi?

¹⁸⁶ İnancı daha iyi yaşama imkanlarını araştırmak üzere geliştirilen inanç zekası kavramı, teolojik düşünceyi hangi metafor ve analogilerin besleyebileceğini anlamak için teknolojik evrimin göz önünde bulundurulmasını ifade etmektedir. Bk. Spadaro, *Cybertheology*, 12-13.

¹⁸⁷ Örneğin bu alternatif Hristiyan teolojisine göre, bilgisayar teknolojisi dahil olmak üzere tüm yaratılış üzerinde etkileri olan günahın içine düşmüş olan insanlık, teknolojiyi olumsuz yönde kullanmaya başlamış ve nihayet Tanrı’ya olan güvenini teknolojiye olan güven ile değiştirmiştir. Ancak bu dünyayı terketmeyen Tanrı, tüm kozmosu kurtarmak için çarşıta kendisini feda eden Mesih’i göndermiş; Mesih ise bu kefarete dayanarak teknoloji dahil her şeyi yeniden yapmak için tekrar geldiğinde, bu yeni dünyada yanlış yönlendirilen teknolojileri sonsuza kadar doğru yöne yeniden yönlendirecektir. Bk. Schuurman, *Shaping a Digital World*, 102.

¹⁸⁸ Schuurman, *Shaping a Digital World*, 104.

¹⁸⁹ Challies, *The Next Story*, 240.

¹⁹⁰ David Kinnaman - Mark Matlock, *Faith for exiles : 5 ways for a new generation to follow Jesus in digital babylon* (Michigan: Baker Books, 2019).

¹⁹¹ Kutsal kitabın anlatımına göre her iki isim de daha yüce amaçlar için bulunmaları yanlış olan yerlerde bulunmuş, ancak içinde bulunan olumsuz şartları bir şekilde lehlerine döndürmeyi başarmıştır. Bu yüzden dijital çağın mantalitesi karşısında ayakta kalmayı sağlayacak gücü bu figürlerin örneğinde ele almak gerekir. Bk. Schuurman, *Shaping a Digital World*, 103.

Öncelikle bu soruya evet denilebilmesi için dijital teologlardan oluşan uluslararası düzlemde bir beyin takımına ihtiyacı vardır. Bu ekip; etkileşimli teknoloji ve teolojinin birbirini çapraz olarak şekillendirebileceği yolları keşfetmek ve tasarlamak durumundadır. Ayrıca bu ekip; sınırlı bir elitler zümresinin tekelsizliğinden daha çok merkezileşen bir yapıda olmalı ve çoklu görüşlere dayanarak aşağıdan gelen bir teolojinin dijital ürünlerine dayanak olmalıdır.¹⁹² Yani dijitalin merkezileşen ve esnek doğasına uygun bir biçimde kitleselleştirilmesi ve elbette yeni inanç biçimine uyum sağlayan pratik ürünlerle beslenmesi durumunda yeni bir paradigmaya geçiş mümkün görünmektedir.

Dijitalleşme süreci, dinde bireyselleşme hareketine ivme kazandırmıştır. Bu süreçte dijital ortama transfer edilerek varlığını sürdürmeye çalışan din fenomeni, postmodern kalıplar içerisinde yeni bir anlam kazanmaktadır.¹⁹³ Kutsalla aşamalı bir biçimde iç içe geçen dijitalleşme, böylece inançların pratiğe dönüşmesinde kullanıcıları teşvik etmekte ve kullanıcıların etkileşimde bulunarak tartışmalı yeni şeyleri öğrenip içselleştirmesini mümkün kılmaktadır.¹⁹⁴ Yani dijitalleşme süreci sadece inanç ve tasavvurları değil, dinlerin ritüel ve ibadetlerinden oluşan tüm pratiklerini kapsayarak onları dönüştüren bir süreçtir. Bu durumda kendisi de bir “dolayım biçimi, bir medya veya bir araç”¹⁹⁵ olan ritüeller, dijital medya üzerinde hangi görünümle ve ne ölçüde dolayım lanmaktadır? Bu soruya cevap olmak üzere bir tipoloji geliştiren Grimes’a göre internetteki ritüeller tek biçimli değil, aksine çok yönlü bir görünüme sahiptir.¹⁹⁶

1. İnternet üzerinden sunulan ve sadece izlenebilen ritüeller
2. İnsanların canlı olarak izlediği ve katıldığı ritüeller
3. Sanal gerçeklik ortamlarında gerçekleştirilen ritüeller
4. Çevrimiçi oyun sırasında insanların katıldığı mitler ve ritüeller
5. Elektronik nesnelerin kendisine yönelik ritüeller: Tüm ailenin televizyon ekranına büyülenmiş gibi odaklanması

¹⁹² Sutinen - Cooper, *Digital Theology*, 121-122.

¹⁹³ Haberli, *Sanal Din*, 163.

¹⁹⁴ Mustafa Derviş Dereli, *Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora, 2018), 110.

¹⁹⁵ Christopher Helland - Lisa Kienzl, “Ritual”, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, ed. Heidi Campbell - Ruth Tsuria (London: Routledge, 2022), 43.

¹⁹⁶ Ronald L. Grimes, *Rite Out of Place: Ritual, Media, and the Arts* (Oxford: Oxford University Press, 2006), 4.

Bunlar arasında özellikle ilk iki maddede ifade edilenler, Helland'ın tasnifinde “ritüel çevrimiçi”; üçüncü maddede belirtilenler ise “çevrimiçi ritüel”e karşılık gelmektedir. Ritüel çevrimiçi durumunda ritüel bilgilerine çevrimiçi ortamda ulaşılmasına rağmen, ritüelin gerçekleştirildiği asıl yer çevrimdışı ortamdır. Ritüel çevrimiçi formuna bir örnek olarak facebooktaki bazı “dua grupları”¹⁹⁷ verilebilir. Yine analog bağlamda gerçekleştirilen kimi ibadetler; zikirmatik, namaz kıldırıcı seccade ve Kur'an okuyan kalem gibi birtakım dijital araçlarla desteklenerek çevrimiçi ve çevrimdışı alanların harmanlandığı yeni bir tekno-kültürel alan oluşturmaktadır. Ancak bu örnekler, elektronik araçlarla kesişse de bütünüyle analog bağlamda gerçekleştirildiğinden dijital din kapsamında yer almamaktadır.¹⁹⁸ Çevrimiçi ritüel ise bizzat dijital uzamda gerçekleştirilen dini ritüelleri ifade etmektedir.¹⁹⁹ Çevrimiçi ya da siber-ritüeller; coğrafi ve gerçek yaşam koşullarından bağımsız olarak sanal bir gerçeklikte internet aracılığıyla icra edilmektedir. Ritüelleri gerçekleştirmek üzere bilgisayarla simüle edilen sanal dünyaya, kullanıcıların kimliğini yansıtan yazılım parçaları olan avatarlarla giriş yapılmaktadır.²⁰⁰ Çevrimiçi ritüel formuna örnek olarak Second Life²⁰¹ ve “Metaverse”te²⁰² yapılan dini ayinler verilebilir. Türkiye’de böylesi mekânsal ve şekilsel yeniliklere hızlı adapte olan Neo-Nurcu yapılardan biri olan Sözler

¹⁹⁷ Dijital mecralarda en çok rastlanan dini pratik olarak dua etme ve isteme biçimlerini görmekteyiz. Genelde hastalara veya ölenlere Fatiha okutmak isteyen ricacılar, duaların gerçekleştirilmesi için belli bir süre kısıtlaması koyarak böylesi platformlarda paylaşım yapmakta; ricayı yerine getirip dua okumak isteyenler, ise ilgili paylaşımın altına (.) (+) (+1) koyarak dijitalde uygun bir jargonla isteklerini ifade etmektedir. Bk. Haldun Narmanlıoğlu, “Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. Mete Çamdereli vd. (İstanbul: Köprü Kitapları, 2015), 94-95.

¹⁹⁸ Mehmet Haberli, “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/2 (2019), 312.

¹⁹⁹ Christopher Helland, “Virtual Religion: A Case Study of Virtual Tibet”, *Oxford Handbook Topics in Religion*, ed. Oxford Handbooks Editorial Board (Oxford: Oxford University Press, 2014), 15.

²⁰⁰ Kerstin Radde-Antweiler, “Cyber-Rituals in Virtual Worlds: Wedding-Online in Second Life”, *Masaryk University Journal of Law and Technology* 1/2 (2007), 186.

²⁰¹ Second Life’te bir sürü dini mekan yaratılmış ve orada çeşitli ayinler gerçekleştirilmektedir. Burada kullanıcılar tarafından oluşturulan Ruh Bakanlığı (Ruach Ministry); kilise, cami, Tibet Tapınağı, Hermetik Sorgulama Merkezi, GuanYin Mabedi ve mason locası gibi yapılar inşa edilmiştir. Bu sanal yaşamda, belli miktarlarda ödeme yapılarak gerçek yaşama paralel, alternatif bir hayat yaşanmaktadır. Bk. Radde-Antweiler, “Cyber-Rituals”, 189-190.

²⁰² Örneğin Amerika Birleşik Devletleri’nde 2016 yılında Fredericksburg, Virginia’da yaşayan bir papaz olan DJ Soto tarafından kurulan VR Church, katılımcı tabanının yıldan yıla istikrarlı bir şekilde büyüdüğünü gördü. Fiziksel bir kilisenin tüm işlevlerine sahip olan bu kiliseye rağbet her geçen gün artıyor. İronik bir biçimde, gerçek hayatta giderek azalan bir kilise müdavimliğine karşı sanal kilise yükselişte. Burada eve bağımlı ve yatalak insanlara yeniden hayata karışma imkanı vererek iyi hissettirdiği ifade ediliyor. Bk. <https://www.euronews.com/next/2022/02/01/god-has-entered-the-metaverse-and-worship-in-virtual-worlds-is-booming>

Köşkü'nün Metaverse'te gerçekleştirdiği ilk dini sohbet, çevrimiçi ritüel uygulamalarının ulusal düzlemdeki tipik bir örneğini oluşturmaktadır.²⁰³

Çevrimiçi uzamda gerçekleştirilen ibadetler; dinin ya da dini uygulamaların teknolojik gelişmeler paralelinde yok olmayacağını açıkça ortaya koymaktadır. Çünkü bazı insanlar açıkça dindar olmasa da bu ritüeller çoğu insanın hayatında sosyal, kişisel ve kurumsal düzlemde önemli roller oynamaya devam etmektedir.²⁰⁴ Yani kültür dijitalleşmeye devam ettiği müddetçe insanlar dini kimliklerinin bir parçası olan ritüelleri; dijital uzamda farklı biçimlerde gerçekleştirmeye devam edecektir.²⁰⁵ Bu süreçte dijital medya, dini pratikleri kolaylaştırmak amacıyla, bazen bir araç bazen de bir ortam olarak kullanılmaktadır.²⁰⁶ Örneğin Hinduların Tanrılarına tazimde bulundukları günlük Puja ayini dijital uzamda gerçekleştirilmektedir. Bu hizmeti sunan internet sitelerine giren kullanıcılar, önce tazimde bulunacakları Tanrı'yı seçer, ardından fare yardımıyla, tutsüleri yakar, mumları değiştirir ve çiçekler sunarak ayinini tamamlar.²⁰⁷ Bir diğer örnek Twitter (X) üzerinden Ağlama Duvarı'na gönderilen dualardır. İsrail'de yaşayan bazı kullanıcılar; Diaspora'daki Yahudilerin gerçekleşmesi için sosyal ağlar üzerinden gönderdiği özel dileklerin çıktısını alarak belli bir ücret karşılığında Ağlama Duvarı'nın taşları arasına sıkıştırır ve böylece mekânsal engeli dijital araçlar üzerinden aşmaya çalışır.²⁰⁸ Örneklerde görüldüğü gibi mekânsal engeller teknik imkanlar aracılığıyla aşılarak dijital ve gerçek hayatın kesişmesine yol açmaktadır. Burada daha esnek bir görünüm elde eden din fenomeni, bu yeni doğasına uygun bir biçimde “patchwork ritüel”ler²⁰⁹ oluşturmaya başlamaktadır. Böylece dijital uzam ritüellerin icra edilmesinde işlevselleştirilerek alternatif bir mekan haline getirilmektedir.

Ritüeller gerçek hayatta birtakım sosyal işlevler taşımaktadır. Örneğin gerçek hayatta ritüeller yerine getirildikten sonra gündelik hayata daha enerjik ve güçlü bir biçimde dönülmektedir. Çünkü bir yandan üstün bir güç kaynağı ile etkileşime girilmekte; diğer yandan kişinin duygusal açıdan tatmin olması ve dinginleşmesi

²⁰³ Bk. “Metaverse'te İlk İslami Sohbet! - Kur'an'da Metaverse Var mı? <https://www.youtube.com/watch?v=mqtFytJJ6q4>

²⁰⁴ Helland - Kienzl, “Ritual”, 50.

²⁰⁵ Dereli, *Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması*, 119-120.

²⁰⁶ Haberli, “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”, 312.

²⁰⁷ Haberli, *Sanal Din*, 110.

²⁰⁸ Haberli, *Sanal Din*, 114.

²⁰⁹ Kerstin Radde-Antweiler, “Rituals Online : Transferring and Designing Rituals”, *Online - Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 2/1 (2006), 68.

sağlanmaktadır.²¹⁰ Benzer şekilde siber uzay, fiziksel bir alana kıyasla daha fazla insanı birleştirebildiği için ritüeller için bazı açılardan eşsiz bir yer gibi görünmektedir. Buna rağmen aslında sanal ibadet veya ritüeller, fiziksel olanlara kıyasla daha yüzeysel ve monoton bir biçimde gerçekleşmektedir.²¹¹ Çünkü katılımcıların enerjiyi hissedebilmesi için ritüeli ortama sürekli uyarlamak ve katılımcıları ritüelin bir parçası haline getirmek gerekmektedir.²¹² Bunu sağlamak dijitalin doğası nedeniyle her zaman mümkün olmamaktadır. Bu yüzden çevrimiçi dini eylemler, nitelikli bir ilişki biçimini doğurmadığından başlı başına bir ibadet formu olarak gerçekleştirilmemekte; aksine çoğunlukla fiziksel dünyada gerçekleştirilen ritüelleri desteklemek ve pekiştirmek için kullanılmaktadır.²¹³

Diğer yandan ilişkilerin dolayımlanması sosyal hayatta bir tür ritüel krizinin ve gösterinin zaferine yol açmıştır. Kutsal, toplumsal anomiye yol açan bu kriz döneminde her tarafa yayılmış ve dağılmış olduğundan ritüel de bu anomik bağlamdan etkilenmektedir.²¹⁴ Bu süreçte dinlerin ahlak dışı olarak kabul ettiği birçok uygulama dijital teknolojiler aracılığıyla gerçekleştirildiğinden dinlerin teknoloji özelinde yeni bir etik anlayışı oluşturması gündeme gelmeye başlamıştır.²¹⁵ Yani dini cemaati bir arada tutan öz, akışkan süreçler nedeniyle erozyona uğradıkça cemaatin reform ihtiyacı daha çok belirginleşmekte ve bu yüzden dini temsil ettiğini iddia eden yetkililer canla başla çalışmaya başlamaktadır.²¹⁶ Mevcut kaos ortamından çıkmayı arzulayan dindarlar bu sebeplerle bugün internete gözlerini kapamayı değil, ona ruhani bir şekilde bakma yolunu önermektedir.²¹⁷ Özellikle sanal ortamda pek çok dini sanat ürünleri ve müzikler

²¹⁰ Durkheim, *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*, 362.

²¹¹ Haberli, *Sanal Din*, 107.

²¹² Brenda E. Brasher, *Give Me That Online Religion* (San Francisco: Jossey-Bass, 2001), 88.

²¹³ Bu konuya değinen uygulamalı çalışmaların verilerine göre, mobil dini uygulamalar gibi “ritüel online” araçları, bireysel düzlemde sıklıkla kullanılmakta; ancak aracılı simülatif ritüeller (yani online ritüeller) ise duygusal deneyimi belli oranda sınırladığı için büyük oranda benimsenmemektedir. Bk. Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 98-200.

²¹⁴ Gabriel Bar-Haim, “The Dispersed Sacred: Anomie and the Crisis of Ritual”, *Rethinking Media, Religion and Culture*, ed. Stewart M. Hoover - Knut Lundby (California: Sage, 1997), 144.

²¹⁵ Cinsellik teknolojisi; örneğin çiftleri sanal ortamda eşleştiren, cinsel istismarı bildiren uygulamalar ve sanal ortamda avatarlar aracılığıyla cinsel birliktelik gerçekleştiren site ve uygulamaları kapsayan yaklaşık 30 milyar dolar değerinde büyük bir pazara sahip bulunmaktadır. Bu cinsellik teknolojisinin din ve ahlak alanındaki yerinin belirlenmesi çok önem taşımaya rağmen, ortak kurallara dayalı etik yaklaşımlar, teknolojinin bu hızına yeterince cevap verememekte ve bu alan dini etik kuralları aşmaktadır. Bk. Kate Ott, *Sex, Tech, and Faith: Ethics for a Digital Age* (Michigan: Grand Rapids, 2022).

²¹⁶ Bauman, *Kimlik*, 104- 105.

²¹⁷ Spadaro, *Cybertheology*, x.

yayınlayan dindarlar; çevrimiçi ritüeller inşa etmekte, sanal teolojiler ve ruhsal coşku patlaması yaşayan dini topluluk bağları oluşturmaktadır.²¹⁸

Dini inanç ve ibadetlerin dijital uzamda var olmasını olumlayanlar kadar bu uygulamaları reddeden topluluklar da vardır.²¹⁹ Bu şekilde düşünenlere göre iman, aracın niteliğine göre biçimlendiğinde zamanla aracın istekleri imanının gerçek isteklerinin yerini alacaktır.²²⁰ Özellikle görselliğin egemen olduğu platformlarda izlenmenin verdiği haz ibadetle iştigal olmanın yerine geçmekte ve dijimüminlerin gerçekleştirdiği dijiibadetler, ibadetin mutlak söylemine eklenmektedir.²²¹ Aktörler, burada özellikle dijital uzama eklenerek ritüelleri medya mantığına adapte eder ve dönüştürür; nihayetinde din, medyatik bir hale gelir.²²² Görüldüğü üzere dijitalleşme sürecinde bilgi; kaydedilebilirlik nedeniyle bir çeşit kalıcılık elde etmiş ve sınırlarda kaymaya yol açmıştır. Profan bilgi alanında meydana gelen bu sınır ihlalleri, kutsalın dijital uzama eklenmesiyle birlikte daha ileri bir boyuta taşınmıştır. Bu süreçte profan alan dini inanç ve uygulamalardan etkilenerek dini görünüm kazanmış; kutsal alan da profanın mantalitesine uyum sağlamak durumunda kalmıştır.

1.2.2. Dijital Toplumda Dini Kimlikler

Sosyolojinin diğer toplumsal fenomenlere kıyasla gündemine nispeten daha geç aldığı kimlik (identity) meselesi, oldukça uzun bir dönem boyunca vatandaşlık ve uyrukla özdeşleştirilmiştir. Bauman'a göre kimliğin genelde uyrukla özdeşleştirildiği bir gündemden bugün için artık uzaklaşmaktadır.²²³ Eski bağlamından uzak bir biçimde ele alınacak olursa şayet kimlik; "bir insanın kişiliğini veya bir grubun niteliğini belirleyen, onları diğerlerinden ayıran temel özellikler"²²⁴ olarak tanımlanabilir. Yani kimlik en yalın haliyle kişi ya da grubun varlığını anlamlandırdığı temel zemindir.

²¹⁸ Yahudilerin Fısıh Bayramı kutlamalarının dijital uzama akarıldığı Cyber-Seder gibi sanal ritüeller ve Hristiyanlar için oluşturulmuş Çöldeki İsa gibi sanal inziva merkezleri, kurumsal dinler açısından oldukça ilginç alternatifler sunmaktadır. Ayrıca çevrimiçi ortamın kurumsal dinlere sunduğu bu imkanlar, birtakım neopagan ritüellerin de bu uzamda yeniden revize edilmesine de yol açmaktadır. Bk. Brasher, *Give Me That Online Religion*, 70, 87, 93.

²¹⁹ Örneğin Furkancılar, pandemi sürecindeki sosyal izolasyonu dini gerekçelerle defalarca protesto etmiş ve güvenlik güçleriyle aralarında şiddetli gerilimler yaşanmıştır. Bk. <https://furkanvakfi.org/alparslan-kuytul-hocaefendii-cuma-namazı-fikhi-bir-meseledir-herkes-kendi-isini-yapsin.html>

²²⁰ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 46.

²²¹ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 131.

²²² Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 97.

²²³ Zygmunt Bauman, *Kimlik: Benedetto Vecci Tarafından Gerçekleştirilmiş Söyleşiler*, çev. Mesut Hazır (Ankara: Heretik Yayınları, 2021), 18.

²²⁴ Mehmet Ali Kirman, *Din Sosyolojisi Sözlüğü* (Adana: Karahan Kitabevi, 2016), 174.

Kimlik tanımlamalarındaki ikinci husus “ben ve öteki” ya da “biz ve onlar” karşıtlığıdır. Bu karşıtlık ekseninde “ben/biz”in var olması için “öteki/onlar” yani biz olmayanlar olmalı ya da icat edilmelidir. Umberto Eco, Kardinal Martini’ye yazdığı mektupta bizi tanımlayan ve biçimlendiren şeyin ötekinin bakışı olduğunu yazar. Ona göre insan “öteki”nin bakışı ve tepkisi olmadan kim olduğunu bilemez ve yaşayamaz; herkesin bizi görmeme, sanki biz yokmuşuz gibi davranma kararı verdiği bir toplumda yaşamak bizi delirtir ya da öldürür.²²⁵ Bu yüzden kimlik zorunlu bir şekilde ötekinin mevcudiyetinden beslenen bir mülkiyet ya da terk edilme, dışlanma, sahipsiz kalma ve olmak istenilen şeye izin verilmemesinden korkan hepimizin “ötekine” bağımlılığı olarak tanımlanır.²²⁶ Bu çerçevede kimlik, varlığın ötekiyle olan ilişkiler tarafından şekillendirildiği bir anlamlar dizisidir.

Üçüncü husus ise kimliğin kişilerarası etkileşim tarafından şekillendirilen dinamik bir yapıya sahip olmasıdır. Yani kimlik, özü gereği katı sınırlarla çerçevelenmiş sabit bir anlamlar kümesi değil; aksine içsel ve dışsal faktörler tarafından sürekli değiştirilen dinamik bir anlamlar kümesidir. Varoluşa yüklenen anlamlar özellikle teknolojinin iletişim ve dil üzerinde meydana getirdiği özel durumlardan etkilenir ve kimlik onlar tarafından uzun vadede birtakım değişimlere uğrar.²²⁷ Elbette bu değişim; ağın standardize ettiği ya da ağın şekillendirdiği birtakım davranış biçimlerini, dahası evrensel olarak şekillendirilmiş bir kimlik türünü mümkün kılan bir değişimdir.²²⁸ Yani daha önce sınırlı sayıdaki yerel faktörlerle şekillenen bölgesel kimlikler, iletişim araçlarıyla birlikte artık küresel düzeyde şekillendirilmekte; böylece sabit bir kimlik algısından hızla uzaklaşmaktadır. Rheingold sihrin gerçek, kimliğin akışkan olduğu ve çoklu kullanıcı olmaya imkan veren böylesi bir siber kültürde çeşitli alternatif kimlikler üretildiğini belirtir.²²⁹ Dijital dünyanın albenisi de arzu edenlere sunduğu bu “paralel kimlikler ve paralel yaşamlar”dan²³⁰ ileri gelir. İster dijital isterse siber olarak adlandırılınsın, bu yeni kültür uzamında kimlikler daha şeffaf ve daha birbirlerine karşı

²²⁵ Umberto Eco, “When the Other Appear on the Scene”, *Fall* 52/3 (2002), 355.

²²⁶ Bauman, *Kimlik*, 113.

²²⁷ Turkle, *Life on the Screen*, 257.

²²⁸ Dijk, *The Network Society*, 236-237.

²²⁹ Rheingold, *The Virtual Community*, 143.

²³⁰ Turkle, *Life on the Screen*, 186.

daha toleranslı hale gelmektedir. Eskisine kıyasla daha şeffaf olan “siber-kimlik”lerin²³¹ yüz yüze kimliklere kıyasla birbirlerine karşı daha fazla toleranslı olduklarını ifade etmek mümkün olsa da “öteki”ne gösterilen bu toleransın grup kimliğinin üzerine inşa edildiği normlardan değil, daha çok siber-mesafeden kaynaklandığı ifade edilebilir.

Bireysel varoluş, dijital dünyanın dışında genelde kişinin tanınmasını sağlayan bedensel özellikleriyle ilişkilendirilmekteydi. Bu yüzden estetik, makyaj ve saç biçimini değiştirme şeklinde uygulamalar, başka biri olma olanağı sunduğundan analog bağlamda büyük talep görmektedir. Üç boyutlu sanal gerçeklik uygulamalarının sunduğu kişilik paleti ise bu geleneksel imkanların sunduğundan daha geniş ölçekte başkalaşım olanağı sunmaktadır.²³² Ancak hem bu başkalaşım imkanı hem de dijitalin toplumsal süreçleri istatistik üzerinden anlamlandırması ve verinin başlı başına bir değer haline gelmesiyle birlikte varoluşçu bir ontolojinin imkanı giderek azaltmaktadır.²³³ Yani dijitalleşme sürecinde insani varoluş, kendisine anlam katan nitelikler yerine sayısal değere indirgenmekte ve bu durum ise varoluşun kendisini büyük sarsıntılara açık hale getirmektedir.

Çevrimiçi kimliklerin bir diğer dikkat çekici özelliği *bedensizlik* ve *anonimlik*dir. Bedensizlik ve anonimlik; ilk çalışmalarda yaş, cinsiyet ve ırk gibi sosyal statü ve hiyerarşilere meydan okuyan bir fırsat olarak nitelendirilmektedir.²³⁴ Bu kimselere göre çevrimiçi iletişimin doğasında bulunan bu anonimlik, offline ortama kıyasla daha dürüstçe bir izlenim vermektedir.²³⁵ Nitekim kişiler gerçek kimliklerinin tehdit altında olmadığını bildiklerinde daha özgürce düşüncelerini ifade edebilmektedir. Daha ileri bir boyutta ise yüz yüze iletişimsel becerileri zayıf olan kişiler dijital mesafenin arkasına sığınarak ‘nickname’leriyle ‘chat’leştikleri odalardan çıkıp anonim nitelikli sanal dünyada, gerçek kimlikleriyle iletişim kurmaya başlamaktadır.²³⁶ Bu durumda bilgisayarların “sadece bir araç ve alet” olmaktan öte, kimliği doğrudan şekillendiren bir

²³¹ Eleni Berki - Mikko Jäkälä, “Cyber-Identities and Social Life in Cyberspace”, *Handbook of Research on Social Software and Developing Community Ontology*, ed. Stylianos Hatzipanagos - Steven Warburton, (New York: Information Science Reference, 2009), 27-39.

²³² Kurzweil, *İnsanlık 2.0*, 472.

²³³ Necati Erbil Ertürk, “Dijital ve Varoluş: Dijitalin Soykütüğüne Doğru”, *Doğubatu Düşünce Dergisi-Dijital Çağ* 86 (2018), 157-171.

²³⁴ Peter Kollock - Marc Smith, “Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities”, *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, ed. Susan C. Herring (Amsterdam: John Benjamins Publishing, 1996), 118.

²³⁵ Katelyn Y. A. McKenna - John A. Bargh, “Plan 9 From Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology”, *Personality and Social Psychology Review* 4/1 (2000), 57-75.

²³⁶ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 52.

çeşit “ikinci benlik”ten bahsetmek mümkündür.²³⁷ Yani dijital ortamda kimlikler anonimliğin arkasına sığınarak var olmaya başlasalar da süreç içerisinde gerçek kimliği, güvenli bir mesafede olmak koşuluyla ifşa etme yönünde bir değişim tecrübe edilmektedir. Bu durumda kimlik ve dijital kimliğe dair verilen tüm bu genel bağlamdan hareketle dini kimliğin dijital ortamdaki görünümü hakkında neler söylenebilir?

Öncelikle ağa bağlanan kimliklerin pek çok farklı bağlamda ele alınmış olmasına rağmen, burada derli toplu bir analiz sunan Lövheim’in pratik çerçevelemesi kullanılacaktır. Lövheim, ağa bağlı kimlikleri (the networked self) çoğunlukla anlatısallık (narrative), kesişim (intersection), melezleşme (hybridization), görselleşme (visual aspect) ve varoluşsal bir anlam arayışı (existential issues) çerçevelerinden hareketle ele almaktadır.²³⁸ Birbirinden bağımsız alanlar olarak düşünülmemesi gereken bu çerçevelerin her biri, ötekine pek çok açıdan temas etmektedir. Bunlardan ilki olan *anlatısallık*, kimliğin bir anlatı yoluyla inşa edilmesini ifade etmektedir. “*Storied identity*”²³⁹ olarak da ifade edilen bu durum, resmi kurumlar tarafından izin verilen geleneksel normlardan daha az yapılandırılmış yollarla internet üzerinde bireylerin dini kimliklerini inşa etme sürecidir. Yani burada resmi söylemin dışında, bireylerin kendi yaşam tecrübelerinden hareketle hikaye ettikleri kimlikler söz konusudur.²⁴⁰ Çevrimiçi ortamda bir anlatı üzerine inşa edilen bu kimlik sunumu, din alanında “dinin bireyselleşmesi ve kişileşmesi”²⁴¹ şeklinde yankısını bulur. Böylece din artık sosyal bir kurum olmaktan ziyade kişisel bir tecrübeye ve şahsa münhasır bir hikayeye dönüşmüş olur.

İkinci olarak *kesişme*; gündelik hayatta kutsal ile profanın, özel ile kamusalın, dijital ile maddi olanın karşılaşmasından doğan eylemleri ifade etmektedir.²⁴² Özellikle medyatize olan kültürel bağlamlarda dini kimlikler, belirli yerel ve yerel-ötesi topluluklarla özdeşleşme imkanı elde eder. Bu durum, kimliğin bütünüyle olmasa da büyük oranda medya tarafından şekillendirilmesine, yani bir çeşit medya kimliğine yol

²³⁷ Sherry Turkle, *The Second Self: Computers and the Human Spirit* (New York: The MIT Press, 2005), 3.

²³⁸ Mia Lövheim - Evelina Lundmark, “Identity”, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (London: Routledge, 2021), 62-64.

²³⁹ Heidi A. Campbell, “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, *Journal of the American Academy of Religion* 80/1 (2012), 73.

²⁴⁰ Kurgusal ya da anlatısal hikayeleriyle kendilerini yeniden inşa eden Altmuslim (AltM) hareketi, bu anlatı kimliğine oldukça iyi bir örnektir.

²⁴¹ “Personalization of Religion” Bk. Lövheim - Lundmark, “Identity”, 62.

²⁴² Lövheim - Lundmark, “Identity”, 63.

açar.²⁴³ Medya; gerçeğine ulaşması yasaklanan ya da bir şekilde engellenen fiziki deneyimleri, kitlelere ruhsal olarak tecrübe etme olanağı verir; sunduğu bu *sanal sınır-üstü* ya da *hayali sınır-üstü* olanaklar sayesinde kitlelerin fiziksel olarak yükselmesine izin verilmeyen mertebelere en azından bir süreliğine ruhsal olarak çıkmasını sağlar.²⁴⁴ Yani medya ortamında “yüksek düzeyde aracılanan din”²⁴⁵; özel ve kamusal, hayali ve gerçek, ana akım ve alternatif olanın kesiştiği noktada belirmektedir. Ağların kolaylaştırdığı bu kesişimsellik ise; profan bir iletişim ortamında, belki de en gizli kutsal öğretiler ve ritüellerin deneyimlenmesinden doğan kesişimsel dini kimlikleri mümkün kılar.

Üçüncü olarak kimliğin *melezleşmesi* durumu, dijitalleşme sayesinde stereotiplerin yıkılıp yerine eklemlemeli kimliklerin inşa edilmesi sürecini ifade etmektedir.²⁴⁶ Bu anlayışa göre kimlik, özünde tamamlanmamış, kırılgan, geçici ve istikrarsız bir statüdür.²⁴⁷ Kimliğin bu kırılganlığı, bilgisayar üzerine inşa edilen kültür uzamında daha çok belirginleşerek ortaya birtakım “parçalanmış kimlikler” (fragmented identity)²⁴⁸ çıkarmaktadır. Aslında parçalanmış trajik kimlikler, ağ toplumundaki kullanıcıların yüz yüze ve aracılanmış iletişimin sunduğu ilişki biçimlerini zihinsel olarak bütünleştiremedikleri durumlarda ortaya çıkmaktadır.²⁴⁹ Nitekim bireyler, daha önce sürekli olarak kendilerini nispeten az sayıdaki rol modelle kıyaslamaya ve yaşam tarzlarını az sayıda tercih edilen ihtimallerle değerlendirmeye teşvik ediliyordu.²⁵⁰ Ancak bugün seçenekler artmış ve yelpaze büyük oranda genişlemiş görünmektedir. İşte bugün hasar alan geleneksel bağların enkazı üzerinde, “kişiliğimizi temelden değiştirecek yeni bir psikosfer oluşmaktadır: Geleceğin Kişiliği.”²⁵¹ Burada “geçici fırsatlar ve kırılgan tahvillerin cesur yenidünyasında, eski tip katı ve müzakere edilemez

²⁴³ Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, 189.

²⁴⁴ Bauman, *Kimlik*, 118.

²⁴⁵ “Hypermediated religious spaces” olarak ifade edilen bu kuram, dinin sekülerle olan bağlantısını ve bu süreçteki değişim ve adaptasyon sürecini medyalaşma perspektifinden ele alarak, klasik sekülerleşme teorisini tartışmaya açmaktadır. Kuram için Bk. Giulia Evolvi, *Blogging My Religion Secular, Muslim and Catholic Media Spaces in Europe* (London: Routledge, 2018).

²⁴⁶ Bu konuyu Müslüman ve Avrupalı kimliklerini sentezleyen yapıların weblogları üzerinden ele alan bir çalışma için Bk. Giulia Evolvi, “Hybrid Muslim identities in Digital Space: The Italian Blog Yalla”, *Social Compass* 64/2 (2017), 220-232.

²⁴⁷ Bauman, *Kimlik*, 25.

²⁴⁸ Turkle, *The Second Self*, 274.

²⁴⁹ Zygmunt Bauman, *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri*, çev. İsmail Türkmen (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2001).

²⁵⁰ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 478.

²⁵¹ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 465.

kimlikler tek kelimeyle başarısız olmakta”²⁵², siber uzamın egemenliğinde katı kimlikler yerlerini birtakım “akışkan kimliklere”²⁵³ bırakmaktadır.²⁵⁴ Bu yeni sosyokültürel bağlamda dini-siyasi nitelikteki kimlik, etkisi zayıflasa da, halen büyük oranda bireylerin kendilerini tanımladıkları zemin olmayı sürdürmektedir. Eskisinden farklı olarak dini kimlikler burada öteki kimliklerle daha fazla temas etme olanağı bulmakta ve birbirini daha çok etkileme fırsatı bulmaktadır. Temasların artması ise analog dünyada ötekiyle savunmacı ve dışlayıcı bir biçimde kurulan ilişki biçimlerinin dijital dünyada zamanla yumuşamasına yol açmaktadır.

Dijital uzamda özellikle genç bireylerin inşa etmek istediği, ancak geleneksel ortodoksi çevrelerin uzun yıllar boyunca engellemeye çalıştığı yeni oluşumlar, artık engellenemez bir boyutta sanal topluluklara dönüşme eğilimi göstermektedir.²⁵⁵ Bu süreçte internetin “açık kod”²⁵⁶ erişimi sunması, özellikle azınlık dini grupların alternatif ve kırılğan kimliklerinin çoğalmasına, uygun bir zemin olmuştur.²⁵⁷ Söz gelimi İsveç ve Birleşik Devletler özelinde yapılan araştırmaların verilerine göre buralarda yaşayan Müslümanlar; Diaspora’nın getirdiği olumsuzlukları aşmak amacıyla, internet araçlarını kullanarak dindaşlarıyla etkileşim halinde olmaya ve kendi öz kimliklerini korumaya çalışmaktadır.²⁵⁸ Bu diasporik oluşumlardan biri olan MIPSTERZ²⁵⁹ hareketi; 2013 yılından beri dini kimliklerini kültür ve sanat alanıyla mezc ederek bir çeşit islam fütürizmini temsil eden, ayrıca geliştirdiği projeler ve içeriklerle bu eklektik yapıyı ya da melezleşme sürecini kendi kulvarında tecrübe eden endemik bir örnektir. Hareket, Amerikalı Müslüman bir grup genç kadının çekiminde

²⁵² Bauman, *Kimlik*, 39.

²⁵³ Dereli, *Sanala Veda*, 58.

²⁵⁴ Geleneksel değerlere bağlı kolektif bir kimlik inşa örneği olarak kuşkusuz, eğitimli Japon gençliğinin rağbet ettiği “Aum Shinrikyo” hareketi verilebilir. Shoko Asahara tarafından Tokyo’da 1980’lerde kurulup 90’larda popüler olan bu dini hareket maneviyat ve teknoloji dünyasının değerlerini birleştiren kolektif bir kimlik inşa etmeye çalışmıştır. Bk. Richard Danzig vd., *Aum Shinrikyo: Insights into How Terrorists Develop Biological and Chemical Weapons* (Center for a New American Security, 2012).

²⁵⁵ Bauman, *Kimlik*, 36.

²⁵⁶ Open Code ya da Open-Source Software olarak ifade edilen bu durum; herhangi bir site, işletim sistemi ya da programın, programlama dili olan yazılım bilgisinin yani yazılım kodunun, üçüncü kişilerle ücretli ya da ücretsiz paylaşılmasını ifade etmektedir. Açık kodun en önemli özelliği, başkaları tarafından kullanılmaya, değiştirilmeye ve geliştirilmeye uygun olmasıdır. Bk. Van Lindberg, *Intellectual Property and Open Source: A Practical Guide to Protecting Code* (Cambridge: Oreily, 2008), 125.

²⁵⁷ Lövheim - Lundmark, “Identity”, 58-59.

²⁵⁸ Garbi Schmidt, “Dialectics of Authenticity: Examples of Ethnification of Islam Among Young Muslims in Sweden and the United States”, *The Muslim World* 92 (2002), 12-13.

²⁵⁹ “Muslim Hipsters” (Müslüman Yenilikçiler) ifadesinin kısaltılarak yaratıcı bir marka olmaya çabalayan bu grup; dini kimliklerini yaratıcı projeler geliştirmek üzere sanat ve kültür alanıyla mezc eden bir çeşit islam fütürizmini temsil etmektedir. Ayrıntılı bilgi için Bk. www.mipsterz.com (Erişim Tarihi: 27.05.2022)

yer aldığı oldukça marjinal görüntülerden oluşan *Somewhere in America* adlı bir video projesiyle dikkatleri üzerine çekmiştir. Bu örnek; dindarlık ve tevazunun, etnik ve kültürel geleneğin, hip hop stiliyle sentezini belgeyeleyen oldukça dikkat çekici bir örnektir.²⁶⁰

Dördüncü çerçeve olan kimliğin *görselleşmesi*; görerek ve göstererek var olma biçimlerinin dijital bağlamda adeta pik yapmasını ifade etmektedir. Aslında kimlik düşüncesi, olması gereken ile olan arasındaki uçurumu kapatma çabasından doğmuştur.²⁶¹ Buna rağmen, “kimsin?” sorgusuna karşı geliştirilen mitik bir savunma stratejisi bu uçurumu kapatmak yerine derinleştirmektedir: “Sen taklit ettiğin kişisin”²⁶². Yani –mış gibi davranarak sunduğun benlik, senin asıl kimliğin olmaktadır. Dijit-bireyler, bu durum karşısında gördükleri kimliklerin ne derece gerçek olduğuna dair daimi bir şüphe içinde olurlar. Bu nedenle fiziksel dünyada güvenliği sağlamak için kullanılan duvarlar, anahtarlar ve kapıları bir şekilde internet ortamına adapte etmeye çalışırlar. Özellikle bazı kullanıcılar, güvenliklerini korumak adına profillerinde kişisel bilgilerini sınırlamak yerine profil görünürlüğü düzenleyerek sadece istedikleri kişilere görebilme imkanı vermekte ve bu şekilde istenmeyen izleyicilerden korunmaya çalışmaktadır.²⁶³ Yine uygulamalı bir araştırmanın verilerine göre kişiler; kimliklerine dair en fazla isim, eğitim bilgileri ve cinsiyetlerine ilişkin bilgileri paylaşmakta, en az olarak ise telefon numaraları, kişisel web siteleri ve kendileriyle ilgili özel bilgileri facebook ya da myspace platformlarında paylaşmaktadır.²⁶⁴ Yani kullanıcılar dijital uzamda güvende olmadıklarını kabul etmekte; ancak yine de bu güvensiz ortamda var olmaya devam etmektedir. Dijital uzamın büyük oranda tekinsiz görülmesine rağmen bu platformlar, özellikle yirmili yaşlar ve öncesi için bir kimlik edinme mekanı olarak işlev gördüğü için talep edilmektedir.²⁶⁵ Tüm bu durumlar, büyük oranda dini kimlik için de geçerli olmaktadır. Nitekim dijital uzama eklemlenen dini kimlikler; neyin, ne kadar ve hangi oranda gösterildiğine bağlı olarak başkalarında oluşan izlenimler ekseninde inşa edilmektedir. Yani burada dini kimliğini gösteren kadar onları görenler de bu inşa

²⁶⁰ Lövheim - Lundmark, “Identity”, 63.

²⁶¹ Bauman, *Kimlik*, 30.

²⁶² Turkle, *Life on the Screen*, 192.

²⁶³ Zeynep Tüfekçi, “Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites”, *Bulletin of Science, Technology & Society* 28/1 (2008), 22.

²⁶⁴ Frederic Stutzman, “An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities”, *Idmaa Journal* 3/1 (ts.), 5.

²⁶⁵ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 58.

sürecine dahil olmaktadır. Bu noktada dini normların sınırlayıcılığından uzaklaşma çabası da görülmektedir. Örneğin dijital çağda dini kimlikler; dinin riyaya karşı menfi tutumuna rağmen ritüellerin icra edilmesinden daha çok bu ritüellerin “paylaşımı”²⁶⁶ üzerine inşa edilmektedir. Bu durum aynı zamanda ötekinin olumlayıcı bakışına duyulan psikolojik bir ihtiyaçtan kaynaklanmaktadır.

Diğer faktörlerin temelini oluşturan beşinci çerçeve ise, dini kimliğin *varoluşsal* bir anlama ulaşmak amacıyla yeniden şekillendirilmesini ifade etmektedir. İnsanlar; böylesine kontrolsüz bir değişimin yaşandığı bir dönemde pek çok farklılığı deneyimledikten sonra varoluşlarını temellendirecek “asli kimlik”²⁶⁷ arayışına girmekte ve bu süreçte halen saf kalabilen bir şeyleri arzulamaktadır. Pek çok topluluğun dini, etnik ve ulusal olan bu asli kimlikler etrafında şekillenme eğilimi, aslında yeni bir durum değildir. Bu durum; örgütsel yapının, büyük anlatıların ve toplumsal kurumların çözüldüğü günümüz atmosferinde kendi başına bırakılan insanlığın güvenli bir liman arayışından ve birtakım sosyopsikolojik nedenlerden kaynaklanmaktadır. Elbette bu bireyselleşme süreci, dini kimlikleri teğet geçmemektedir. Tıpkı seküler kimlikler gibi dini kimlikler de bireyselleşme sürecine uzun süre maruz kaldığında benzer şekilde “kimlik krizi”²⁶⁸ yaşamakta ve bütünüyle aynı olmamakla birlikte bu çalkantılı dönemin getirdiği sorunları, kolektif nitelikli kimliğin başlangıç noktasına geri dönerek aşmaya çalışmaktadır. Bu durumda dayatılmış kimlikler yerine *yaratılmış* ve *seçilmiş* kimlikleri mümkün kılan böylesi “yatay toplum”da²⁶⁹ haberleşme araçlarının sunduğu alternatif yaşam tarzlarından veya parçalı kırıntılardan bütünlüklü bir bir dini kimlik inşa etmek mümkün müdür?

Bugünün dijital ortamında paketlenmiş hazır tutarlı kimlikleri seçmek yerine, bu kırıntıları birleştirerek benliklerimizi düzenlememiz istenmektedir. Toffler’ın “düzenlenmiş benlik”²⁷⁰ olarak isimlendirdiği bu durum, yani parçaları verilmiş bir yapboz gibi şekillendirilen kimlik düşüncesi, Bauman’a göre yanlıştır.²⁷¹ Çünkü yapboz parçalarının her birinin kesin belirlenmiş bir yeri ve ulaşılması gereken mutlak bir son varken benlik ve kimlik için çok sayıda kombinasyon olasılığı vardır. Aynı düşünceyi

²⁶⁶ Buradaki paylaşım ifadesi, sosyal medya jargonunun içerdiği anlamda kullanılmıştır.

²⁶⁷ Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi*, 3-4.

²⁶⁸ Turkle, *Life on the Screen*, 255.

²⁶⁹ Lawrence M. Friedman, *The Horizontal Society* (New Haven: Yale University Press, 1999).

²⁷⁰ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 479.

²⁷¹ Bauman, *Kimlik*, 62.

paylaşan Said'e göre ise yeni kültürel esaslar ve gelişmeler; tüm emperyalizm çağına damgasını vuran statik kimlik kavramını radikal bir şekilde kışkırtarak ona meydan okumaktadır.²⁷² Aynı durum, özel bir kimlik türü olan dini kimlik için de geçerlidir. Nitekim "biz"²⁷³ vurgusu çok güçlü olan dini kimlik dijital dünyaya uyarlandığından belirgin bir anlam kayması yaşamaktadır. İdeolojik ve kolektif bir tabanda doğan dini kimlik, bu yeni değişken süreçte "ben"lerin yükselişe geçmesiyle birlikte parçalanmaya ve "biz"e ait olan dini kimlikler büyük oranda "ben"lere ait dini kimliklere dönüşmektedir. Özetle bu süreçte statik dini kimliklere bel bağlamak mütedeyyin kişi ve gruplara artık bir yarar sağlamayacağından, akışkan dini kimliklerin –süzülmek kaydıyla- benimsenmesi makul bir seçenek gibi görünmektedir. Bunun yapılabilmesi ise büyük oranda dijital dini okuryazarlık becerilerini kazanmaya bağlıdır.

1.2.3. Dijital Toplumda Dini Katılım ve Aktivizm

Bu başlıkta analog dünyada muadili bulunan pek çok dini nitelikli davranış, eylem ve söylem biçiminin dijital dünyaya taşınması bağlamındaki dijital katılım düşüncesi ele alınmıştır. Dini liderlerin, sembollerin, içeriklerin, yani dine dair olan her şeyin "dijital toplumda"²⁷⁴ var olması ve görünür olması anlamındaki bu dini katılım, bazı durumlarda apolitik olabildiği gibi başka bazı durumlarda politik bir anlam ve bağlam içinde icra edilmektedir. Bu nedenle dini katılımı ele almadan önce genel katılım ve dijital katılım düşüncelerini ele almak yararlı olacaktır.

Bir şeye iştirak etmek, ona müdahil olmak anlamına gelen *katılım* ifadesi; literatürde ayrıca vatandaşların siyasi karar alma sürecine dahil olma durumunu açıklayan daha özel bir anlamda kullanılmaktadır.²⁷⁵ Temsili demokrasilerde vatandaşlar yetkilerini belli kişilere devrettiğinden nispeten atıl bir durumdadır. Çünkü sadece belli dönemlerde gönlü alınarak veya çeşitli vaatlerle manipüle edilen seçmenler, oylarını kullanana kadar değerli kabul edilmekte ve iyi temsil edileceği konusunda ikna

²⁷² Edward Said, *Culture and Imperialism* (New York: Vintage Books, 1994), xxv.

²⁷³ Van Dijk'ın deyimiyle, "dilde biz kadar ideolojik anlam 'yükü' pek az kelime vardır". Bk. Teun A. van Dijk, *İdeoloji*, çev. Ayşe Demir (Ankara: Hece Yayınları, 2019), 305.

²⁷⁴ Dijital toplum ya da toplumun dijitalleşmesi terimi insanların gündelik yaşam aktivitelerinde ve yaşam şekillerinde dijital teknolojinin kullanım alanının genişlemesine, yani toplumun dijitalleşme sürecine maruz kalarak birtakım yapısal dönüşümler geçirmesine referansta bulunur. Bk. Kristin Alfredsson Ågren, *Internet Use and Digital Participation in Everyday Life: Adolescents and Young Adults with Intellectual Disabilities* (Linköping: Linköping University Press, 2020), 13.

²⁷⁵ Gabriel A. Almond - Sidney Verba, *The Civic Culture: Political Attitudes And Democracy in Five Nation* (New Jersey: Princeton University Press, 1963), 221.

edilmesi gereken bir kitle olarak görülmektedir. Demokrasileri çıkmaza sürükleyen bu durum bugün iletişim araçlarının kitlesel yayılımına paralel bir şekilde vatandaşlar lehine değişmektedir. Yani ağ toplumunda bugün için kısmen tecrübe edilen katılım türünün gelecekte daha kapsamlı bir şekilde doğrudan ve temsili sistemlerin kombine edildiği bir demokrasi modeline dönüşeceği öngörülebilir.²⁷⁶ Cesaret edilir ya da bu yeni durum etkili görülürse şayet teknoloji; demokratik karar alma süreçleri için kullanılmaya uygun birtakım araçlar sunmaktadır.²⁷⁷ Bu konudaki faaliyetleriyle tanınan *Hansard Society*'nin²⁷⁸ *Dijital Diyaloglar*²⁷⁹ adıyla geliştirdiği proje, dijital medyanın imkanlarından yararlanarak vatandaşların merkezi yönetime katılımını mümkün kılmaya çalışan dikkat çekici bir örnektir. Topluluğun geliştirdiği bu ve benzeri girişimlerin toplumdaki yansımalarına bakıldığında, iletişim araçları yoluyla gerçekleştirilen bu “yeni katılım biçiminin kitle demokrasisini meşrulaştırma mekanizması olarak işlev gördüğü”²⁸⁰ söylenebilir.

Politik iletişimde özellikle baskıcı rejimlerde yaşayan sıradan vatandaşların sosyal değişime dair taleplerini ifade etmesine imkan tanıyan devasa bir değişimin yaşanmakta olduğu yeni bir sistem ortaya çıkmış durumdadır.²⁸¹ Bu yeni sistemin temellerini atan internet, marjinalize edilen kimselerin kendilerini ifade etmesine imkan tanıyan adeta kültürel bir direniş aracıdır.²⁸² Yeni medya, vatandaşların endişelerinin duyulmasını garanti etmese de siyasi baskı oluşturan mekanizmalara erişim olasılığını büyük oranda artırmaktadır.²⁸³ Bu noktada vatandaşlar, iletişim kanalları üzerinden örgütlenerek hoşnut olunmayan bir siyasi söylem ya da bir yasa tasarısına ilişkin, bir kamuoyu oluşturabilmekte ve siyasi mekanizmaya geri adım attırabilmektedir.

²⁷⁶ Dijk, *The Network Society*, 104,108.

²⁷⁷ Åke Grönlund, “Participation in the Digital Society”, *Digital Government: Research and Practice* 1/2 (2020), 7.

²⁷⁸ 1944 yılında İngiltere’de kurulan bu teşkilat, İngiliz parlamento işleriyle ilgili araştırmalar yapmakta ve İngiliz politikasının geliştirilmesi yönünde yetkililer için çeşitli tavsiyelerde bulunmaktadır. Bk. <https://www.hansardsociety.org.uk/>

²⁷⁹ 1997’de kuruluşun bünyesinde Dijital Demokrasi/e-Demokrasi adıyla, bilgi ve iletişim teknolojisinin siyasi-sosyal etkilerini inceleyen bir program geliştirildi. İngiltere Adalet Bakanlığı, bu program kapsamında, hükümetin iletişim teknolojisini kamu katılımını geliştirmek amacıyla kullanabileceği yolları inceleyen Dijital Diyaloglar projesini yürütmesi için 2005 yılında topluluğu görevlendirmiştir. Bk. *Dijital Diyaloglar: Dijital Katılım Rehberi*, çev. Emin Merih Bursalı (Hansard Society, 2012).

²⁸⁰ Eric P. Bucy - Kimberly S. Gregson, “Media Participation: A Legitimizing Mechanism of Mass Democracy”, *New Media&Society* 3/3 (2001), 377.

²⁸¹ Zeynep Tufekci - Christopher Wilson, “Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square”, *Journal of Communication* 62/2 (2012), 377.

²⁸² James Gillett, “Internet Web Logs as Cultural Resistance: A Study of the SARS Arts Project”, *Journal of Communication Inquiry* 31/1 (2007), 30.

²⁸³ Bucy - Gregson, “Media Participation”, 379.

Dijital katılım, standart bir durum olmadığından, her duruma uyan standart tek tip çözüm yolları sunmamaktadır.²⁸⁴ Aksine bir dijital protestocu ya da *aktivist*²⁸⁵ kendisini ifade etmek üzere dijital platform, isim ve bağlantılardan oluşan çok sayıda araç kullanmaktadır. Bu araçlar üzerinden gerçekleşen çevrimiçi katılımın sağlıklı yürütülebilmesi için *güvenilirlik*, *tutarlılık*, *duyarlılık*, *bütünleştiricilik* ve *şeffaflık* temelleri üzerine inşa edilmesi gerekmektedir.²⁸⁶ Gerek politik gerekse apolitik olarak değerlendirilen tüm bu dijital katılım süreci, dini yapılar açısından nasıl deneyimlenmektedir?

Öncelikle dijitalleşme süreci, *kurumsallaşan bilgiye* (foundational knowledge) karşı *stratejik bilginin* (strategic knowledge) yükselişe geçtiği yeni bir dönemi ifade etmektedir.²⁸⁷ Bu süreçte geleneksel dini otorite giderek daha fazla baskı altında kalmakta, (apolitik bağlamı içerisinde) geleneksel dini katılım, azalmakta ve yeni dini söylemler resmi dinlerin inanç sistemlerine giderek daha az eklenmektedir.²⁸⁸ Büyük bir azalma eğilimi gösteren resmi dini katılım, yerini adeta “yarı askeri politik amaçlar peşinde koşmakta olan kendi kendini atamış rahipler, vaizler ve öğretmenlerden oluşan devasa bir orduya”²⁸⁹ bırakmaktadır. Bu yeni kültürel atmosferde, her sosyoekonomik düzeyden ve yaş grubundan dijital katılımcının bulunmasına karşın özellikle ergenler ve genç yetişkinlerde dijital katılım daha belirgindir.²⁹⁰

Dijital toplumda yukarıda bahsedilen apolitik niteliğinin yanı sıra vatandaşların tebliğ, misyonerlik, cihad gibi dini-politik nitelikli geleneksel davet faaliyetlerine ilaveten ya da kimi zaman bu faaliyetlere alternatif olarak “dijital aktivizm”²⁹¹ gibi yeni yollar aracılığıyla deneyimlediği bir katılım sürecinden bahsetmek mümkündür. Bu yeni

²⁸⁴ *Dijital Diyaloglar: Dijital Katılım Değerlendirme Araç Seti*, çev. Emin Merih Bursalı (Hansard Society, 2012), 5.

²⁸⁵ Mary Joyce, “Introduction: How to Think About Digital Activism”, *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*, ed. Mary Joyce (New York: Idebate Press, 2010), 7.

²⁸⁶ *Dijital Katılım Rehberi*, 7.

²⁸⁷ Mary Joyce, “Conclusion: Building the Future of Digital Activism”, *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*, ed. Mary Joyce (New York: Idebate Press, 2010), 213 Bu durum aynı zamanda yaşamın pek çok alanında tüm katı düşüncelerin akışkanlaşması yönünde tecrübe edilen düşünsel değişime atıfta bulunmaktadır. Dijital çağda yükselişe geçen bu paradigma, mutlak hakikat iddiasının çözmesi ve söz konusu akışkanlaşmayı beslemesi yönüyle seleflerinden ayrılmaktadır.

²⁸⁸ Hoover - Echchaibi, “Introduction”, 5.

²⁸⁹ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 490.

²⁹⁰ Unicef’in 2017 yılındaki raporuna göre Dünya nüfusunun %59’u internet kullanıcısı, bunların %75’i ise ergen ve genç yetişkinlerden oluşmaktadır. Bk. Amanda Third vd., *Young and Online: Children’s Perspectives on Life in the Digital Age (State of the World’s Children 2017 Companion Report)* (Sydney: Unicef, 2017).

²⁹¹ Durmuş Gökhan Turhan, “Dijital Aktivizm”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 26/1 (2017), 31-33.

araçlar, bugün için dini yaşam ve eylemde bulunma biçimimizin doğal bir parçası gibi görünmektedir. Suriyeli hackerların 2011 yılında ABD borsasını hackleyip dakikalar içinde milyonlarca dolar zarar vermesi, *Occupy Judaism*²⁹², *Arap Baharı*²⁹³ gibi ses getiren ve *Ravidassa*²⁹⁴ gibi daha sıradan görünen hareketler; böylesi dini nitelikli dijital aktivizm örneklerinden sadece birkaçıdır. Bu konuda pek çok örnek vermek mümkün olsa da dijital aktivizmin doğasını doğru anlamak için örneklerden hareket etmek yanıltıcı olabilmektedir. Kullanılan dijital araçlar sürekli değişim geçirdiğinden dijital aktivizmi doğru anlamak için bireyleri ve kurumları ona yönelten sebeplere bakmak gerekmektedir. Bu durumda Glaisyer'in ifadeleriyle sorulacak olursa şayet, “açık ya da kapalı toplumlarda dijital aktivizmin ardındaki politik faktörleri nasıl okumak uygun olur?”²⁹⁵ Bu durum açık ya da kapalı olsun her bir toplum tipinde ortak olan bir çeşit “çıkış arama” refleksinden kaynaklanmaktadır. Turkle, dijital dünya sakinleri olarak takip ettiğimiz “çıkış” yazısının bizleri dış dünyaya değil, doğruca oturma odamıza götürdüğünden bahseder.²⁹⁶ Turkle; bunu çoklu kimlikleri mümkün kılan oyun dünyası özelinde söylese de sokaklarda yankılanan protesto seslerinin evlerimizdeki klavye tıkırtısına dönüşmesi, aktivizmin adresini de değiştirmiş olmaktadır. Aktivizm; artık meydanlarda buluşup yürüyüş yapan kalabalığın attığı sloganlardan ziyade hashtaglerde buluşan dünya vatandaşlarının mekan-ötesi paylaşımları, imza kampanyaları ve çeşitli “aktivist videolar”²⁹⁷ yoluyla sürdürülen bir evreye geçiş yapmış durumdadır. “Hashtag aktivizm” ya da “clictivism” denilen aktivizmin bu yeni formu, tıklayarak savaşları

²⁹² 2011 yılında New York'ta başlatılan “Occupy Wall Street” hareketinden ilham alan “Occupy Judaism Hareketi”, Daniel Sieradski'nin öncülüğünde Facebook platformunda başlayıp New York sokaklarında devam ederek, Yahudi solunun kamusal alanda görünürlük kazanmasını sağlayan dini bir aktivizm örneğidir. Benzer bir şekilde Protestan din adamlarının öncülüğünde oluşturulan Occupy Faith hareketi, öncüllerinden ilhamla aynı dönem meydanlarda görünür olmuştur. Bk. Ayala Fader - Owen Gottlieb, “Occupy Judaism: Religion, Digital Media, and the Public Sphere”, *Anthropological Quarterly* 88/3 (2015), 759-793.

²⁹³ 2011 yılında sosyal medya üzerinden örgütlenen gençlerin yönetimi değiştirmek amacıyla Tunus'ta başlatıldığı, kısa sürede Mısır, Libya ve Suriye gibi Arap ülkelerine yayılan halk hareketidir.

²⁹⁴ Hint alt kıtasında, yaklaşık 500 yıllık bir geçmişi olan dini bir topluluktur. Hareketin alt kasta yönelik dışlayıcı anlayışın reddedilmesi yönünde var olan temel anlayış, özellikle YouTube müzik videoları üzerinden kitlelere ilet edilmektedir. Kadim Ravidassia Hareketi günümüzün medyatik bağlamında, kastın katı sınırlarını müziğin evrensel diliyle yenmeye çalışan sivil bir aktivizm örneği olarak dikkat çekmektedir. Bk. Dhanya Fee Kirchhof, “Ravidassia: Neither Sikh nor Hindu? Mediatized Religion in anti-Caste Contexts”, *Mediatized Religion in Asia: Studies on Digital Media and Religion*, ed. Kerstin Radde-Antweiler - Xenia Zeiler (New York: Routledge, 2019), 121-138.

²⁹⁵ Tom Glaisyer, “Political Factors: Digital Activism in Closed and Open Societies”, *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*, ed. Mary Joyce (New York: Idebate Press, 2010), 85-98.

²⁹⁶ Turkle, *Life on the Screen*, 182.

²⁹⁷ Jean Burgess - Joshua Green, *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (Malden: Polity Press, 2009), 121-123.

durduramasa da bazı durumlarda “klavyenin hijyenik mesafesinden”²⁹⁸ adalete giden yolu kolaylaştırıcı bir işlev görebilmektedir.

Diğer bir husus ise riskten kaçınan kültürlerin etkili bir katılım biçimi ortaya koyamamasıdır.²⁹⁹ Dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilen katılım büyük ölçüde risk almayı gerektirdiğinden, tedbirli yaklaşımları benimseyen dini yapılarda çoğunlukla riskten kaçınma davranışı görülmektedir. Ancak şartların karşı konulamaz hale gelmesiyle dijital dünyaya adapte olmak durumunda kalan dini yapılar, bu riskleri alma noktasında birtakım davranış değişiklikleri göstermektedir. Nihayetinde “katılımcı kültür”³⁰⁰ dairesine müdahil olan dini kurumlar, amaçlarına uygun “dijital katılım araçlarını”³⁰¹ seçerek bu riskleri belli ölçülerde bertaraf etmeye çalışmaktadır.³⁰²

Görüldüğü gibi dijital araçların politik, dini ya da farklı herhangi bir katılım biçimini beslediğine ilişkin iddianın gerçeklik payı bulunmaktadır. Ancak yayılmakta olan söz konusu katılımın etki düzeyi pek çok açıdan tartışmaya açıktır. Özellikle dijital bölünme nedeniyle internete eşitçe erişilememesi durumunda ortaya çıkan *katılımdaki bir takım açıklar ve çatlaklar* (participation gap)³⁰³ hangi türde olursa olsun katılımın etki gücünü büyük oranda zayıflatmaktadır. Diğer bir yönüyle dijital aktivizm, uygun bir zaman ve zeminde eylemciliği kolaylaştırdığı kadar bazen amaçlanan hususların tam tersine yıkıcı hale gelebilmekte ve bu açıdan iki yanı keskin bir kılıç gibi olmaktadır.³⁰⁴ Bu anlamda Ong’un “Elektronik medyanın açık seçik mücadeleci üsluba tahammülü yoktur.”³⁰⁵ şeklindeki ifadesine katılmak mümkün görünmemektedir. Çünkü dijital medya; bu ifadenin aksine izlenme ve tıklanma adına çoğu zaman çatışmacı üslubu

²⁹⁸ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 81.

²⁹⁹ *Dijital Katılım Rehberi*, 9.

³⁰⁰ Burgess - Green, *YouTube*, 103-108.

³⁰¹ Dijital ortamda vatandaş katılımını mümkün kılan sayısız çeşitlilikte araç bulunmaktadır. Bunlar arasında forumlar, dilekçeler ve kamuoyu yoklamaları vatandaş etkileşiminin yüksek olduğu, wikiler gibi yapılandırılmış tekrarlı platformların ise etkileşimin düşük düzeyde seyrettiği ifade edilmektedir. Örneğin kurumun amacı kamuyu dinlemek ise; elektronik dilekçeler, forumlar ve sosyal ağlar kullanılabilir. Ya da amaç kurumun kendisine ilişkin paylaşım yapmak ise; bloglar, forumlar, politika simülasyonları ya da web sohbetleri kullanmak uygun olacaktır. Kurum kamuya danışmak amacındaysa şayet, o zaman wikiler ve çevrimiçi anketlere başvurmak uygun olmaktadır. Bk. *Dijital Katılım Rehberi*, 14-16.

³⁰² Hemen her dijital katılım aracının dini amaçlarla kullanım örneği bulunmaktadır. Ancak dini içerik üreten ve tüketen kullanıcılar, bu araçları kullanma biçimlerine kendi inancıyla biçimleriyle renk katmaktadır. Örneğin dini bir eğitim veren platformlar, helal evlenme siteleri, çevrimiçi fetva siteleri, çevrimiçi ibadeti mümkün kılan mobil uygulamalar, dini bir moda sunan kanallar gibi sayısız çeşitlilikte katılım aracıyla şekillenen dijital dinsellikler bulunmaktadır.

³⁰³ Burgess - Green, *YouTube*, 81-82.

³⁰⁴ Steven Murdoch, “Destructive Activism: The Double-Edged Sword of Digital Tactics”, ed. Mary Joyce (New York: iDebate Press, 2010).

³⁰⁵ Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür*, 162.

kışkırtır. Bu kışkırtıcı üslup, dijital ortama entegre olan dinseliliğin özellikle dikkat çekici ve popüler etiketlerle sunulma biçimine yansımaktadır.³⁰⁶ İşte dinin bu kışkırtıcı dijital platformlara katılım göstermesi durumunda katı sınırlarla korunan geleneksel dini söylem büyük oranda *erimekte* ve platformun doğasına uygun daha *akışkan* dini söylemler üretilmektedir.

1.2.4. Dijital Ortamda Dini Sosyalleşme, Çatışma ve Bütünleşme

Sosyalleşme bir grubun rollerinin ve normlarının bireyler tarafından öğrenildiği oldukça genel bir süreci ifade etmektedir. Pek çok sosyalleşme aracı olsa da genel anlamda aile, akran grubu, okul ve medya olmak üzere temel dört sosyalleşme aracı olduğundan bahsedilmektedir.³⁰⁷ Din de sosyal bir kurum olarak bir kültür kalıbı içinde bulunduğundan doğası gereği sosyalleşmek ve nesnelleşmek zorundadır. Diğer sosyalleşme türleri gibi dini sosyalleşme önce ailede ve ilk çocukluk döneminde başlar, ancak zamanla az veya çok değişim geçirir.³⁰⁸ Bu nedenle dini sosyalleşme süreci çok farklı görünümelerde tecrübe edilebilmektedir. Bu süreç bazen bir tür dindarlaşma, bazen dini meşrulaştırma ve bazen de tam tersi bir biçimde hatalı sosyalleşme ve sapmalara yol açabilir.³⁰⁹ Örneğin dini arayış olgusu, yani dini gruplar arasında seçim yapmak ve birini öbürüne tercih etmek; bireylerin ilk dini sosyalleşme tecrübesi olarak görülebilir.³¹⁰ Bu bağlamda dini sosyalleşme süreci, dini bir gruba yeni katılanlar için potansiyel olarak dünya görüşlerini yeniden düzenledikleri bir referans çerçevesi haline gelmektedir.³¹¹ Kimi zaman insanlar; dini değerleri ve sembolleri dindarlaşmadan, sadece bir sosyalleşme aracı olarak da kullanabilirler. Camiye ibadet etmekten daha çok eski dostlarını görmek için giden kimseler bu durumun tipik örnekleridir.³¹² Kimi zaman ise dine bütünüyle karşıt olan bireyler, sadece dinin reddiyesine dayalı içerikler

³⁰⁶ Bu kışkırtıcı üslup, özellikle tartışmalı kabul edilen dini konuların akademik bir dil yerine özellikle kadın, cinsellik, politik ve popüler dini figürlerin isimlerini ve görüntülerini kullanan magazinsel sunumlarda görülür.

³⁰⁷ Karl Erik Rosengren, “The Media Panel Program (MPP) and Related Research”, *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles*, ed. Karl Erik Rosengren (London: Routledge, 2005), 36.

³⁰⁸ Mark Sedgwich, “Introduction: Families, Governments, Schools, Alternative Spaces and the Making of European Muslims”, *Making European Muslims: Religious Socialization Among Young Muslims in Scandinavia and Western Europe*, ed. Mark Sedgwich (New York: Routledge, 2015), 5.

³⁰⁹ Ejder Okumuş, “Din ve Sosyalleşme”, *Journal of Turkish Studies* 9/Volume 9 Issue 11 (01 Ocak 2014), 444-447.

³¹⁰ Glensys Eddy, *Becoming Buddhist: Experiences of Socialization and Self-Transformation in Two Australian Buddhist Centres* (London: Continuum, 2012), 168-169.

³¹¹ Eddy, *Becoming Buddhist*, 31.

³¹² Okumuş, “Din ve Sosyalleşme”, 444.

üretmek kendini karşıt düzlemde var etmeye çalışır. Burada din, kendisini reddetmek suretiyle bazı bireylerin sosyalleşme tecrübesinde başat rol oynar.³¹³

Temelde geleneksel araçlarla motive edilen, ancak süreç içerisinde başka kaynaklarla da şekillenen sosyalleşme sürecinin dijital çağda “dar” bir sosyalleşme tecrübesinden daha “geniş” bir sosyalleşme tecrübesine doğru dönüşüm geçirdiği ifade edilmektedir.³¹⁴ Dar sosyalleşme (narrow socialization) ile karakterize edilen kültürler, itaat ve uyum kavramlarını ön planda tutmakta; ayrıca kültürel beklentilerden sapma davranışlarını kınayıp cezalandırmaktadır. Geniş sosyalleşme (broad socialization) ile karakterize edilen kültürler ise bağımsızlığı, bireyciliği ve ifade özgürlüğünü teşvik etmektedir.³¹⁵ Uyum ve itaat eksenli bir sosyalleşme sürecinden daha özgürlükçü bir çizgiye doğru evrilen bu yeni sosyalleşme formunu, bir tür “kendi kendine sosyalleşme” (self socialization) tecrübesi olarak değerlendirmek mümkündür. Bu yeni sosyalleşme tecrübesiyle, geleneksel sosyalleşme araçlarının ortadan kalkması kastedilmemekte; sadece sosyalleşmenin faillerine vurgu yapılmaya çalışılmaktadır.³¹⁶

Dijital çağda değerlerin, tutumların ve normların aktarıldığı çok güçlü sosyalleşme ajanlarından biri olarak kitle iletişim araçlarından bahsetmek mümkündür.³¹⁷ Dijital ortamda gerçekleşen sosyalleşme biçimi literatürde “sanal sosyalleşme” ya da “internet sosyalleşmesi” olarak yer almaktadır. Fiziki dünyada gerçekleşen sosyalleşme sürecinden farklı olsa da başkalarıyla iletişime girmeyi olanaklı kılan sanal ortamda çok boyutlu bir sosyalleşme süreci tecrübe edilebilmektedir.³¹⁸ İletişim araçları üzerinden gerçekleştirilen sosyalleşme biçimlerine bakıldığında; genelde eğlenme, kimlik oluşturma, yüksek düzeyde uyarılma ihtiyacını karşılamak, olumsuz duygularla başa çıkmak ve kendine has bir gençlik kültürü inşa etmek amacıyla kullanıldığı görülmektedir.³¹⁹ Medya aracılığıyla gerçekleşen bu

³¹³ Örneğin Yakup Deniz ve Efe Aydal gibi ateistleri veya Diamond Tema gibi agnostikleri bu kategoride değerlendirmek uygundur. Bu ve benzeri bireylerin ürettikleri sosyal medya içeriklerine büyük oranda dini bir tema egemendir. Bu örnekler bir tür karşıt-dini sosyalleşme örneği sergilemektedirler.

³¹⁴ Marcus Moberg vd., “From socialization to self-socialization? Exploring the role of digital media in the religious lives of young adults in Ghana, Turkey, and Peru”, *Religion* 49/2 (03 Nisan 2019), 243.

³¹⁵ Jeffrey Arnett - Susan Taber, “Adolescence Terminable and Interminable: When Does Adolescence End?”, *Journal of Youth and Adolescence* 23 (01 Ekim 1994), 519.

³¹⁶ Moberg vd., “From socialization to self-socialization?”, 244.

³¹⁷ Fredrik Miegel, “Values, lifestyles and family communication”, *Media Effects and Beyond Culture, socialization and Lifestyles*, ed. Karl Erik Rosengren (London: Routledge, 2005), 208.

³¹⁸ Okumuş, “Din ve Sosyalleşme”, 442.

³¹⁹ Jeffrey Jensen Arnett, “Adolescents’ Uses of Media for Self-Socialization”, *Journal of Youth and Adolescence* 24/5 (Ekim 1995), 521-524.

sosyalleşme biçimi yüksek düzeyde bireysel seçim ve özgürlüğe izin vermekte; bu yönüyle yukarıda bahsedilen geniş sosyalleşme tecrübesini kolaylaştırmaktadır. Ancak süreç içerisinde bu kendibaşınalık ve seçim yapabilme hürriyetinin aşırısı; bireyler için kafa karıştırıcı olabilmekte ve bireyler kendilerine sunulan çeşitli sosyalleşme biçimleri arasında tercih yapmakta zorlanabilmektedir.³²⁰ Bu durum esasında sosyalleşme tecrübesini yaralamaktadır. Çünkü bir toplumda bireylerin sağlıklı bir şekilde sosyalleşebilmesi için toplumsal karmaşıklıkla bir tür başa çıkma mekanizması olan güven duygusuna sahip olması gerekmektedir.³²¹ Yani güvenin olmadığı bir ortamda gerçekleşen sosyalleşme deneyimleri tehditkâr ve kontrol edilemez bir nitelikte olmaktadır.³²² Bu duygusal ihtiyaç ise genelde birincil sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılayan aile veya din gibi temel kurumlar aracılığıyla tatmin edilmektedir. O halde çoklu değişkenlerin rol aldığı bu medya ortamında mütedeyyin kimseler nasıl bir sosyalleşme tecrübesi geçirmektedir?

Aslında medya ortamında özellikle din ile ilgili farklı içeriklerle karşılaşma olasılığının artması, medyanın dini inançlar üzerindeki etkilerinin yönünü belirlemeyi hayli zorlaştırmaktadır. Çünkü çağdaş toplumdaki insanlar artık tek bir statik dini toplulukta yaşamak yerine; derinlikleri değişen, akışkan ve son derece kişiselleştirilmiş dini ağlarda yaşarlar.³²³ Bu akışkan dijital toplumda dini sosyalleşmenin dönüşümü büyük oranda bireylerin sahip olduğu “dini medya okuryazarlığı”na³²⁴ bağlıdır. Dini medya okuryazarlığı, sosyal ve kültürel değerleri pasif bir şekilde kabul etmekten ziyade bireysel özneleşmeyi ön plana çıkarır. Ayrıca bu kavram, dini değerleri orta sınıf erkeklerin okuduğu belirli metinler ve kültür biçimleriyle eşitleme riskinin farkına varmayı sağlayarak ideolojik okuryazarlığın daha geniş politik söylem ve iktidar yapılarıyla olan bağlantısını tartışmaya açar.³²⁵ Bu anlamda toplumsal normların otoritelerce aktarılması ve yeni neslin de içselleştirmesi şeklinde özetlenebilen

³²⁰ Arnett, “Adolescents’ Uses of Media for Self-Socialization”, 530.

³²¹ Niklas Luhmann, *Trust and Power* (Cambridge: Polity Press, 2017), 16.

³²² Anthony Giddens, *Modernite ve Bireysel-Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*, çev. Ümit Tatlıcan (İstanbul: Say Yayınları, 2010), 172.

³²³ Campbell, “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, 70-71.

³²⁴ Dini medya okuryazarlığı (religious media literacy), çağdaş toplumda dinin çeşitli medya formları aracılığıyla iletildiği süreç hakkında bilgi sahibi olmak ve bu sürecin sonuçlarını analiz etme yeteneğini geliştirmek olarak tanımlanabilir. Bk. Mia Lövhheim, “Religious Socialization in a Media Age”, *Nordic Journal of Religion and Society* 25/2 (10 Ekim 2012), 165.

³²⁵ Lövhheim, “Religious Socialization in a Media Age”, 157.

Durkheim’cı geleneksel sosyalleşme formunun dijital çağda pek tutunamadığını söylemek mümkündür.

Elbette bahsedilen yeni bağlamda geleneksel motiflerini sürdüren kültürler bütünüyle yok olmamakta ve bu kültürlerde dini sosyalleşme daha çok birincil sosyalleşme araçları üzerinden şekillenmektedir. Ancak güçlü sosyokültürel değişimlerin yaşandığı kültürel bağlamlarda ise; dini konularda aktif olarak bilgi aramak, sahip olunan ön bilgileri daha fazla desteklemek ve kendilerine anlatılan din anlayışlarına eleştirel bir gözle bakmak amacıyla internet araçlarını kullanan bir dini sosyalleşme biçimi egemendir.³²⁶ Bu konuda iletişim araçlarıyla kurulan temasların yoğunluğundan dolayı, genç kesimin ebeveynlerinden daha az ortodoksi olma eğilimi gösterdiği ifade edilebilir. Çünkü yeni iletişim araçları sayesinde çevrimiçi topluluklara katılım gösteren gençler yerel bağlamda kendilerine sunulan dini sosyalleşme biçimlerine ilave kaynaklar ve seçenekler bulabilmektedir.³²⁷ Örneğin çevrimdışı ortamda mekan ve dil farklılığı dini sosyalleşmenin önünde birtakım engeller oluşturabilmektedir.³²⁸ Buna karşın birbirinden farklı “spiritüel bireysel dini formlar ve senkretik dini pratikler”³²⁹ barındıran medya ağı; organik ve sanal gerçekliği bağlayan sosyal bir çevre olarak yeni trendler oluşturma potansiyeline sahiptir.³³⁰

Çevrimdışı bağlamda “din aracılı sosyalleşme” nosyonuyla, çoğunlukla bireyin içinde yaşadığı dini kültür ile uyum içinde olduğu kastedilmekte ve dinin toplumu bütünleştiren sosyal bir yapı olarak işlevlerine odaklanılmaktadır.³³¹ Bu anlayışa göre dinler veya inanışlar, sosyokültürel hayat içerisinde birtakım işlevlere sahip olduklarından dolayı sürdürülürler.³³² Ancak ekranlarda, sokaklarda ve siyasilerin ağzında, yani toplumun her katmanına sinmiş bir ruh şeklindeki din fenomeni; tek bir

³²⁶ Moberg vd., “From socialization to self-socialization?”, 255-256.

³²⁷ Rannveig Haga, “‘Freedom Has Destroyed the Somali Family:’ Somali Parents’ Experiences of Epistemic Injustice and its Influence on their Raising of Swedish Muslims”, *Making European Muslims: Religious Socialization among Young Muslims in Scandinavia and Western Europe*, ed. Mark Sedgwick (New York: Routledge, 2015), 35.

³²⁸ Ramazan Akkır, “Din, Sosyalleşme ve Toplumsal Uyum: Suriyeli Mülteciler Örneği”, *e-Şarkiyat: İlmî Araştırmalar Dergisi* 11/2 (2019), 969.

³²⁹ Christopher Helland, “Online Religion as Lived Religion: Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet”, *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 1/1 (2005), 193.

³³⁰ Dijk, *The Network Society*, 242-243.

³³¹ Din sosyologları arasında dinin sosyal işlevlerine ilişkin olumlu bir perspektif büyük oranda Berger’in ilgili çalışmasına dayanmaktadır. Özellikle bk. Peter L. Berger, *Kutsal şemsiye: Dinin sosyolojik teorisinin ana unsurları*, çev. Ali Coşkun (İstanbul: Rağbet Yayınları, 2015), 89-121.

³³² Mustafa Arslan, “Kültürel Bağlamda Din”, 24.

biçimde değil, birden fazla şekilde tezahür etmektedir.³³³ Dinin farklı tezahürleriyle şekillenen toplumsal bir bağlamda ise çatışma ve gerilim oldukça doğal kabul edilebilir. İşte sosyalleşmenin özünde ise tam olarak bireysel kişiliğin gelişimi ile sosyal bütünleşme süreci arasında meydana gelen bu gerilim bulunmaktadır.³³⁴ Bu yüzden din fenomeninin sosyalleşmeye sadece katkı yaptığını düşünmek yanıltıcı olabilmektedir.³³⁵ Çünkü din, toplumsal bütünleşmeyi sağlayıcı fonksiyonunun yanı sıra kimi zaman toplumsal uyumu ve bütünlüğü bozucu olarak disfonksiyonel, kimi zaman da fonksiyonsuz görünebilmektedir.³³⁶ Bu sürecin ayrıştırıcı, farklılaştırıcı ve çatışmayı besleyen yönlerine ilişkin neler söylenebilir? Daha doğrusu dinin inkar edilemeyen bu fonksiyonları, disfonksiyonları ve fonksiyonsuzlukları dijital mecralarla harmanlanan gerçek hayatlarımıza nasıl yansır? Sonuç her daim bütünleşme ya da her daim çatışma yönünde midir?

Dijitalleşme-din ilişkisi; sosyal çatışma ve bütünleşme kapsamında ele alındığında bu konuda karmaşık bir manzara sergilendiği söylenebilir. Aslında dijital uzamdaki dini temsiller; çoğunlukla eğlenceli, duygusal ve kişisel tecrübeler olsa da beklenmedik şekillerde çatışma ve kutuplaşma sebebi olmaya müsait hale gelmektedir.³³⁷ Siber uzamda güvenliği sağlayan belli kurallar mevcuttur. Ancak bunları düşmanca ve provakatif paylaşımlarla delmek her zaman mümkündür. Bu yönüyle medya, çatışmayı alevlendirebilecek potansiyeli bünyesinde daima barındırmaktadır.³³⁸ Bu nedenle yapıcı ve yıkıcı her türlü bilgiye erişim noktasında kolaylıklar sağlayan iletişim araçları, zihinleri kirletmeye müsait oluşu ve barındırdığı her şeyi tüketim olgusu içinde sunması nedeniyle bir tür “uygunsuz sosyalleşme”ye yol açabilmektedir.³³⁹ Mesela çevrimiçi platformlar üzerinden çatışan bir kısım ulemanın kendilerini din üzerindeki nihai perspektiflerin temsilcisi olarak sunması; sadece bir varsayım değil, aynı zamanda tecrübe edilen bir gerçekliktir.³⁴⁰ Dini ayrımcılık olarak adlandırılan böylesi olumsuz

³³³ Roger Silverstone, *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis* (Cambridge: Polity Press, 2007), 68.

³³⁴ Paul Vermeer, “Religious Education and Socialization”, *Religious Education* 105/1 (29 Ocak 2010), 107.

³³⁵ Halil Aydınalp, “Sosyal Çatışma ve Din”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 19/2 (2010), 188.

³³⁶ Ünver Günay, *Din Sosyolojisi* (İstanbul: İnsan Yayınları, 2014), 347.

³³⁷ Lövhheim - Lundmark, “Identity”, 64.

³³⁸ Kollock - Smith, “Managing the Virtual Commons”, 26.

³³⁹ Okumuş, “Din ve Sosyalleşme”, 450.

³⁴⁰ Kendilerini İslam’ın tek temsilcisi olarak sunanların internet siteleri üzerinden Yusuf Karadavi hakkında yazdıkları, böylesi bir çevrimi çatışmayı belgelemektedir. Bk. Gary R. Bunt, *Dijital Çağda*

tecrübelerin medya aracılığıyla dolaşıma sokulması durumunda oldukça vahim bir tabloyla karşı karşı kalılabilmektedir.³⁴¹ Ancak medyanın doğru bir eğitimle sunulması, yani eleştirel bir medya okuryazarlığı sayesinde, dijital platformların ayrımcılıkları besleyen bir mecradan daha çok ötekini anlama noktasında bir fırsat olması da mümkündür.³⁴² Buna göre, diyalojik bir katılım uygulaması geliştirilerek özellikle drama ve tiyatro aracılığıyla dini anlamda “öteki” olanı canlandırmak ve ötekinin anlatısını deneyimlemek alternatif bir yöntem olabilir.³⁴³

Görüldüğü üzere bireylerin bütünleşme ve ait olma ihtiyaçlarını karşıladıkları dijital uzam, birbiriyle çatışan iki yönlü bir doğaya sahiptir. Bu uzamda daha özelleştirilmiş bir sosyalleşme tecrübesi deneyimlenmektedir. Bu yeni sosyalleşme formu; fiziksel dünyada sınırlı sosyal hayata sahip olan kimselere yeni sosyal bağlar kurma ve bilgiyi düşük maliyetle elde etme olanağı tanıdığı, tartışmalara çekingenlik göstermeden katılmayı teşvik ettiği ve süreci samimi kıldığı için işlevseldir.³⁴⁴ Daha olumsuz bir çerçeve çizenlere göre ise bugün genel anlamda kültürel tercihler söz konusu olduğunda toplumsal bütünleşmeye karşı birlikten ziyade sürekli bir tehdit, yıkım ve çatışma daha çok gündemdedir.³⁴⁵ Dijitalleşme gibi daha özel bir bağlamda ise bağlantı halinde olma durumu genel anlamda yaratıcılık ve üretkenliği baltalayarak, yüzyüze ilişkilerdeki temel zeminin kaybolmasına neden olmaktadır.³⁴⁶ Nihayet yeni sosyalleşme manzarasında teknolojiden beklentiler artmasına rağmen bireylerin birbirinden beklentileri azalır ve dijital çağın sosyalleşen bireyleri bedensel bir aradalığına rağmen yalnız bireyler olarak yaşamına devam eder.³⁴⁷

Eleştirel bir tutum içinde olanların değindiği ikinci husus ise medyanın nesnel bir habercilikten ziyade çatışmaları aktif olarak “canlandırma” ve “icra etme” yoluyla kendine has bir biçimde değiştirmesidir. Bu düşünceye göre dijital uzamın doğası

İslam: E-Cihad, Online Fetvalar ve siber İslami Çevreler, çev. Nil Erdoğan (İstanbul: Babil Yayınları, 2007), 211.

³⁴¹ Bu çatışmaların özellikle genç kuşak üzerindeki olumsuz etkilerine dair geniş bilgiler için bk. Sümeyra Yakut, *Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini Öğrenmelerine Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma* (İnönü Üniversitesi, Yüksek Lisans, 2023).

³⁴² Kiran Vinod Bhatia - Manisha Pathak-Shelat, *Challenging Discriminatory Practices of Religious Socialization among Adolescents: Critical Media Literacy and Pedagogies in Practice* (Cham: Palgrave Macmillan, 2019), 12.

³⁴³ Bhatia - Pathak-Shelat, *Challenging Discriminatory Practices*, 111.

³⁴⁴ Castells, *Enformasyon Çağı*, 478-480.

³⁴⁵ Bauman, *Kimlik*, 100.

³⁴⁶ Sherry Turkle, *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age* (New York: Penguin Publishing Group, 2015).

³⁴⁷ Turkle, *Alone Together*.

“çatışmaları medyatize ederek”³⁴⁸ birtakım ayrıntılı sosyal performansları ve dramatize edilme biçimlerini davet etmektedir.³⁴⁹ Bu yıkım ve çatışmalar özellikle kriz anlarında daha belirgin olmaktadır. Medya; böylesi olağandışı zamanlarda savaşın, krizin ve şiddetin bir parçası haline gelebilmekte ve medyatikleşme süreci de sadece yaşam meselesi değil, aynı zamanda bir ölüm kalım meselesi haline gelmektedir.³⁵⁰ Bu konuda Occupy Faith hareketi gibi örneklerin gösterdiği gibi çevrimiçi ve çevrimdışı uzamda çatışma ve uzlaşının yeni formları bir arada yürümeye devam etmektedir. Bu durum, internet gibi yeni yolları kullanmak suretiyle küresel bir boyuta ulaşan sosyal çatışmayı aynı yolla giderecek bir tür uzlaşma arayışını örneklemektedir.³⁵¹ Yani aslında sosyal ilişkilerde sürekliliği sağlayan temel dinamikler özünde rekabet ve işbirliği şeklinde iki çelişkili unsurdan oluşmaktadır. Çatışma ve bütünleşmeyi bir arada sunan medya, burada “arabulucu” rolüyle sürece olumlu anlamda katkı sunabilir.³⁵² Aynı şekilde din de gerilime karşı bir savunma ve tepki mekanizması olarak görülebilir. Dijital çağda ancak böylesi diyaloglar sayesinde iletişim pratikleri ile dini-toplumsal hareketlerin birbirine eklemlenmesi mümkün olabilecektir.

Sonuç olarak birbirinden farklı argümanlar olsa da dijital medyanın sosyalizasyon sürecini farklı bir noktaya taşıdığına ilişkin ortak bir kanı bulunmaktadır. Bu sürecin din fenomeniyle de diyalektik bir ilişkisi olduğu söylenebilir. Buna göre dijital uzam, yeni dini düşüncelerle karşılaşma olasılığını artırıp bireyler için kendi kendine bir dini sosyalleşme pratiğine olanak sağladığından ötürü fonksiyonel; diğer yandan dini anlamda kutuplaştırıcı ve çatışmaları besleyici bir alan olarak uygunsuz dini sosyalleşme tecrübelerini kolaylaştırdığından ötürü disfonksiyonel bir alan olmaktadır. Yani dijitalleşme süreci, bir yandan geleneksel dini sosyalleşmeye meydan okumakta; öte yandan kendine münhasır başka sosyalleşme formlarına olanak sağlamaktadır.

³⁴⁸ Simon Cottle, *Mediatized Conflicts* (New York: Open University Press, 2006), 9.

³⁴⁹ Knut Lundby, “Conclusion: Consensus and Conflict”, *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ed. Knut Lundby (New York: Peter Lang Publishing, 2009), 299.

³⁵⁰ Lundby, “Conclusion: Consensus and Conflict”, 298.

³⁵¹ Katy Hayward, “Conflict and Consensus”, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (Elsevier, 2015), 592.

³⁵² Jesus Martin-Barbero, *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations* (London: Sage, 1993), 187.

1.2.5. Dijital Çağda Dini Gösteri/ş ve Mahremiyet

Gösteri/ş burada *presentation*, *drama* ve *show* kavramlarının karşılığı olarak üçünü harmanlayan bir anlamda kullanılmıştır. İki kavramın bir arada bu şekilde kullanılması ise her bir gösterinin dijital mecralarda gösterişe dönme potansiyelini bünyesinde barındırmasından kaynaklanmaktadır.

Goffman'ın “izleyicinin aynadaki imajı” olarak tanımladığı *gösteri* sırasında, kişi davranışlarını başkaları için sahneliyor gibi görünse de büründüğü role önce kendini inandırmak durumundadır.³⁵³ Bu anlamda oyuncu kendi performansının hem gözlemcisi hem de seyircisi konumunda bulunur. Gösteriyi sahneleyen oyuncu bu çatışmayı aşmak için ise bildiği bazı tatsız gerçekleri saklama ihtiyacı duyar ve gerçeği bastırır.³⁵⁴ Bu anlamda içinde bulunulan sosyal zaman ve çevrede yabancıları dışarıda tutmak ve gösteriye hazırlanmak için bir parça mahremiyete gereksinim duyulmaktadır.³⁵⁵

Sahne sadece görünmesi makul karşılanan eylemleri sunma refleksi, gösterinin doğasında olan bir şey olsa da dijital çağda bu durum aşırıya kaçma eğilimi göstermektedir. Çünkü dijital çağın bir “hiper-iletişim”³⁵⁶ ağı etrafında şekillenmesi, deneyimlerin tutarsızlığını ve yüzeyselliğini artırarak gerçekliğin olduğu gibi kavranmasını engeller. Bu anlamda dijital çağ, Debord'un yanılsamayla özdeşleştirdiği ve “sahte-döngüsel zaman”³⁵⁷ dilimi olarak adlandırdığı gösteri dünyasının pek çok özelliğini bünyesinde barındırmaktadır. Her şeyin görünüşüyle değerlendirildiği bu dönem; aynı zamanda gerçekliğin daha akışkan hale geldiği ve oyun özelliklerinin yeniden kazanıldığı bir toplumsallık üretmektedir.³⁵⁸

Türkçe karşılığı “gizlilik” olan Arapça kökenli mahremiyet kavramı ise İngilizce'de “secrecy” ve “privacy” olarak gizli tutulması gereken özel hayat anlamında kullanılmaktadır. Simmel mahremiyeti başkalarına karşı güdülerini kontrol etme, insanların birbirlerinden farklı olması ve birbirleri hakkındaki karşılıklı bilme derecesi

³⁵³ Erving Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, çev. Barış Cezar (İstanbul: Metis Yayınları, 2021), 29.

³⁵⁴ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 85.

³⁵⁵ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 227.

³⁵⁶ Byung-Chul Han, *Şeffaflık Toplumu*, çev. Haluk Barışcan (İstanbul: Metis Yayınları, 2020), 68.

³⁵⁷ Bu ifade Debord tarafından, zamanın hızlı bir şekilde tekrar tekrar tüketilmesini ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Söz gelimi, sahte-döngüsel zamanda gerçek yaşam olarak sunulan kültürel tüketim biçimleri, aslında daha gerçekçi bir hale getirilmiş gösteriler ve yanılsamlardan ibarettir. Bu yüzden sürekli eğlenme ve tüketimi teşvik eden bu sosyal bağlamda, zamanın gerçekliği yerini zamanın reklamına bırmaktadır. bk. Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, 87.

³⁵⁸ Vattimo, *Şeffaf Toplum*, 77.

olarak tanımlamaktadır.³⁵⁹ Bu anlamda mahremiyet; benliğin inşa edilmesi sürecinde bireysel özerkliği sağlamak ve başkalarıyla yakın ilişkiler kurabilmek için gerekli bir fenomendir.³⁶⁰ Görüldüğü gibi mahremiyet (privacy) esasında cinsiyet ifade eden bir kavram değildir. Batılı çalışmalarda bu kavram, cinsiyetten bağımsız olarak özel hayatı ve kişisel alanı ifade etmek amacıyla kullanılırken; ulusal bağlamda kadının ifşa etmemesi gereken bir mülkiyet olarak cinsiyetçi bir anlam kazanmıştır.³⁶¹

Simmel'in evrensel sosyolojik bir form olarak tanımladığı mahremiyet, Goffman'e göre alt kültürler göre değişkenlik gösteren bir fenomendir.³⁶² Aslında tüm kültürlerde bir gizleme, saklama ve koruma anlayışı bulunuyorken; bunun tüm kültürlerde farklı düzeylerde ve biçimlerde tecrübe edilmesi, birbirine zıt olan bu iki argümanı da doğrular niteliktedir. İnsanda var olan başkasına yaklaşma isteğiyle, mahremiyetine saygı duyma arasında esasında kaçınılmaz bir zıtlık bulunmaktadır.³⁶³ Bu yüzden mahremiyet bir yandan insanlar arasına bariyerler yerleştirirken, öte yandan dedikodu ya da itiraf gibi yollarla bu bariyeri yıkmaya cazibesini de bünyesinde barındırmaktadır.³⁶⁴ Yani özünde saklanması gereken gizli bilgilerle ilgili olan mahremiyet; bu bilgilerin izlenmesi veya kamuya açıklanması yoluyla işgal edilebilmeye müsait bir şeydir.³⁶⁵ Tüm bu nitelikler ekseninde sorulacak olursa şayet, mahremiyet dijitalleşme sürecinden nasıl etkilenmektedir?

Öncelikle dijital alan; kamusal alan ile özel alan arasındaki sınırların bulanıklaştığı üçüncü bir alandır.³⁶⁶ İnsanların bu “sanal” dünyadaki çevrimiçi davranma biçimleri ile “gerçek” hayattaki çevrimdışı davranma biçimleri arasındaki fark ise bugün hızla kapanmaktadır.³⁶⁷ Yani her iki uzamdaki eylemler, birbirinden

³⁵⁹ Georg Simmel, *Gizliliğin ve Gizli Toplumların Sosyolojisi*, çev. İdil Dünder (İstanbul: Pinhan Yayıncılık, 2019), 5-7.

³⁶⁰ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 62-63.

³⁶¹ Muhafazakar camia, geleneksel dini anlayışın etkisiyle; seküler camia ise bu anlayışı reddetmek amacıyla kadın ve mahremiyet temalarını sıklıkla bir arada kullanmaktadır. Büyük oranda ayrı dünyaların bakış açısını temsil etmesine rağmen, ortak noktada buluşan böylesi iki örnek için bk. Fatma Barbarosoğlu, *Şov ve Mahrem* (İstanbul: Profil Kitap, 2016); Nilüfer Göle, *Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme* (İstanbul: Metis Yayınları, 1993).

³⁶² Simmel, *Gizliliğin Sosyolojisi*, 25; Goffman, *Benliğin Sunumu*, 216.

³⁶³ Erving Goffman, *Etkileşim Ritüelleri: Yüz Yüze Davranış Üzerine Denemeler*, çev. Adem Bölükbaşı (Ankara: Heretik Yayınları, 2021), 88.

³⁶⁴ Simmel, *Gizliliğin Sosyolojisi*, 27.

³⁶⁵ Solove, *The Digital Person*, 42.

³⁶⁶ Hoover, *The Third Spaces of Digital Religion*, 11.

³⁶⁷ Mark D. Johns, “Ethical Issues in the Study of Religion and New Media”, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, ed. Heidi Campbell - Ruth Tsuria (London: Routledge, 2022), 262.

ayrılmayacak kadar iç içe geçmiş bulunmakta, sanal ortam “sanal”lığından sıyrılarak ayrı bir gerçeklik kazanmaktadır.³⁶⁸ Yeni sosyal bağlamda iletişim araçlarının geleneksel otoriteyi zayıflatması; mahremiyet alanına da yansımış, nihayetinde mahremiyet modern toplumda çeşitli açılardan dönüşüm geçirmeye başlamıştır.³⁶⁹ Özellikle “beden, mesken ve bilgi”³⁷⁰ açısından ihlal edilmeye oldukça müsait hale gelen mahremiyet, dijital çağda çok yönlü bir kuşatma altında bulunmaktadır.³⁷¹ Debord’a göre özel yaşamın işgal edilmesi bugün için imajların toplumsal anlamda tüketilmesi yoluyla gerçekleştirilmektedir.³⁷² Baudrillard ise görsel teknoloji tarafından maruz kaldığımız imajların barındırdığı, doğrudan görünmeyen ama sezilebilen şiddete odaklanır.³⁷³ Yani her şeyin ifşa edildiği bu görsel şiddet ortamında aslında görülecek hiçbir şey kalmamış, her şey tüketilmiştir.³⁷⁴

Ardındaki sebepler analiz edildiğinde, mahremiyet anlayışının geçirdiği dönüşümün özünde birbirine aykırı temel iki güdü tarafından motive edildiği görülmektedir. Birincisi içinde dijitalleşme sürecinin güç odaklarının kontrolünde ve “gözetim-güvenlik paradoksu”³⁷⁵ doğrultusunda ilerlemesidir. İktidarların “güvenlik” ihtiyaçları doğrultusunda “rasyonel” temellere dayalı bir kitlesel gözetimin temelini inşa eden Bentham, din adamlarının Tanrı’nın her yerde bulunduğunu ifade etmek için kullandıkları “omnipresence” kavramını “otoritenin heryerdeliği” anlamında genişleterek bunu yapmaya çalışmıştır.³⁷⁶ Her ne kadar iyi bir toplum inşa etmek amacını taşısa da bu “öz-şeffaflık ütopyası” aslında bir özgürleşim değil, bir tahakküm

³⁶⁸ Dereli, *Sanala Veda*.

³⁶⁹ Anthony Giddens, *Mahremiyetin Dönüşümü: Modern Toplumlarda Cinsellik Aşk ve Erotizm* (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000), 33.

³⁷⁰ Nilüfer Sena Çalık, “Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fıkhi Açısından Değerlendirilmesi”, *Turkish Academic Research Review - Türk Akademik Araştırmalar Dergisi [TARR]* 3/1 (2018), 25.

³⁷¹ David Brin, *The Transparent Society*, 54. Bu kuşatmayı; Zuckerberg’in 2010 yılında verdiği bir röportajda kullandığı “Mahremiyet artık bir norm değil” ifadesinde ve Technorati’nin CEO’su Dave Sifry’nin “Bence mahremiyet öldü. Adeta keskin bir kılıç tarafından kesilmesine rağmen henüz yara almamış gibi görünüyor. Ama düşmesi an meselesi” şeklindeki ifadelerinde açıkça görebilmiz. Sosyal ağların dizaynını üstlenen şirketlerinin yöneticilerinin bu beyanlarını sadece bir tespit olarak okumamak gerekir. Bu ifadeleri mevcut durumu tespit etmekten daha çok, yeni zihniyeti hazırlama, üretme ve pazarlama stratejisinin bir parçası olarak görmek mümkündür.

³⁷² Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, 106.

³⁷³ Jean Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, çev. Oğuz Adanır (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011), 57.

³⁷⁴ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 53.

³⁷⁵ Mustafa Derviş Dereli, *Bir Müslüman Sosyal Medya’ya Nasıl Bakmalı?* (Beyan Yayınları, 2022), 49.

³⁷⁶ Jeremy Bentham, *Panoptikon: Gözün İktidarı*, çev. Barış Çoban - Zeynep Özarslan (İstanbul: Su Yayınevi, 2019), 25.

ülküsüdür.³⁷⁷ Bentham'ın gözetlemeye uygun mekanlar tasarlayarak otoritenin her yerde hazır ve nazır olduğunu gösteren mimari tasarısı, bugün için dijital çağın rutin gerçekliği haline gelmiştir. Yüzlerce kayıt sistemini barındıran bu enformasyon toplumunda, hiçbir iz bırakmadan bir enformasyon çağı hayaleti olarak yaşamak neredeyse imkansızdır.³⁷⁸ Bu nedenle dijital uzamda bilgilerini seyircilere arz eden kimseler, şayet isimlerini gizlemiyorsa bu bilgilerin yanlış ellere geçme tehlikesi her zaman bulunmaktadır.³⁷⁹ Grup üyeleri arasındaki iletişimin maliyetinin az olduğu bu platformlarda bir yandan başkalarının davranışlarını izlemek daha kolay hale gelirken; öte yandan bu ortamda istenmeyen davranışları cezalandırmak daha zor hale gelmektedir.³⁸⁰ Diğer yandan “her an gözetlendiğine inanması ya da gözetlenmediğinden emin olamaması” gibi amaçlarla gözün iktidarını meşrulaştıran dikizleme, insanların kendi davranışlarını sürekli bir şekilde kontrol etmesine yol açmaktadır.³⁸¹ Bu yüzden dijital çağ, gözetledikçe aslında güvensizlik duygusunu artırmakta; buna paralel artan güvensizlik ise yeniden izleme arzusunu kamçulamaktadır.³⁸² Bu hastalıklı arzu; gözetimin başarısını artırmak ve herhangi bir gevşemeye mahal vermemek adına gözetmenin kendisini de gözetime tabi tutarak gözetimi ve iktidar “güvenliği”ni maksimize eder.³⁸³

Mahremiyet ihlallerinin ardındaki ikinci güdü ise; dijital çağın sakinleri için ifşa edilme korkusuna baskın gelen farkedilmenin vereceği hazdır. Dijital çağda kişisel hayatlar; “hayatının telif hakkını elinde tutma” çabasında olanlar tarafından, şahsi web kameralarıyla birlikte, rıza dışı bir gözetlenmeden daha çok, narsist bir görülme arzusuyla sosyal ağlarda gönüllü olarak sergilenmektedir.³⁸⁴ Böylesi faaliyetlerde ünlü olup para kazanmak gibi sebepler oldukça önemli olsa da temel sebep psikolojiktir.³⁸⁵

³⁷⁷ Vattimo, *Şeffaf Toplum*, 28,34.

³⁷⁸ Solove, *The Digital Person*, 8; iPhone'a yüklenen Loopt programıyla her türlü dikizleme eylemini kolaylıkla yapmak mümkündür. Sosyal medya platformları tam da bu kitlesel dikizlemeyi kolaylaştırmakta ve meşrulaştırmaktadır. Bu platformların artışıyla birlikte hepimiz dikizlemeye ve dikizlenmeye gönüllü olmuş durumdayız. Hal Niedzviecki, *Dikizleme Günlüğü*, çev. Gökçe Gündüç (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019), 28.

³⁷⁹ Bunt, *Dijital Çağda İslam*, 198.

³⁸⁰ Kollock - Smith, “Managing the Virtual Commons”, 31.

³⁸¹ Bentham, *Panoptikon: Gözün İktidarı*, 13.

³⁸² Niedzviecki, *Dikizleme Günlüğü*, 26.

³⁸³ Bentham, *Panoptikon: Gözün İktidarı*, 25-26.

³⁸⁴ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 51.

³⁸⁵ Örneğin benliği teşhir etme'nin psikolojik köklerini “trendeki yabancı fenomeni” olarak ifade edilen durumda aramak faydalı olacaktır. Bu fenomen insanların plansız ve spontane olarak gelişen bir bağlamda –söz gelimi tren, uçak ya da otobüste- kişisel bilgilerini kamusal alanda yabancılarla

Nitekim “dijital gözler”³⁸⁶ tarafından gözlenmeyi gönüllü bir şekilde benimseyen kimliklerde, özellikle türünün ilk örnekleri olan *Jennicam*³⁸⁷ ve *Anacam*³⁸⁸ sitelerinde bu psikolojik sebepleri açıkça görmek mümkündür. Bir tür “yatak odası kültürü”³⁸⁹ olarak kadın bedeninin görünürlüğü üzerine kurulan bu yeni yaşam tarzı, özellikle beyaz kadınlar arasında çabucak benimsendi. Site sahiplerinin isimlerine ve davranışlarına göndermede bulunan *doing jennicam*, *anagram* ve *analog* olarak ifade edilen bu yeni eylem tarzı; öncelikle başkalarının izleyip izlememesinden daha çok, teşhir edenin kendi varoluşunu kanıtlama çabasını göstermektedir.³⁹⁰ Fakat insanlar internet ortamında çoğunlukla güvende olmadıklarını belirtmelerine rağmen mahremiyetlerini ihlal edecek böylesi eylemleri sürdürmeye devam etmektedir. Çünkü bu insanlar için görülme ihtiyacı, profile izinsiz girerek mahremiyetin ihlal edilmesi korkusundan çok daha büyüktür.³⁹¹ Yani eskiden bir kabus gibi görülen panoptik eylemler, bugün için görmezden gelinmemeye umuduna dönüşmektedir.³⁹² Böylesi aşırı şeffaf bir dünyada “mahremiyetin ölümünden”³⁹³, kendi rızamızla katlettirdiğimiz mahremiyet haklarımızdan ve internetin sunduğu harikalar için ödenen bir bedel olan mahremiyet kaybından bahsedilebilir.³⁹⁴

paylaşmasını ifade etmektedir. Richard West - Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (New York: McGraw-Hill Higher Education, 2010), 171.

³⁸⁶ Nicholas Mirzoeff, “The Subject of Visual Culture”, *The Visual Culture Reader*, ed. Nicholas Mirzoeff (London: Routledge, 2002), 13.

³⁸⁷ Jennifer Kaye Ringley, 1996-2003 yılları arasında *jennicam.org* üzerinden günlük yaşamını paylaşan ilk internet fenomeni olarak bilinmektedir. Başlangıçta özel alanlarda kameraları kapattığı tüm görüntülere ücretsiz erişim sunan site, daha sonra cinsel yaşantısını sergilediği görüntüler de dahil siteye tam erişim için ücret almaya başlamıştır.

³⁸⁸ Bir müzisyen olan Ana Clara Voog’un Jennicam’dan esinlenerek 1997’de kurduğu *anacam.com* sitesi, kendi tabiriyle “internetin ilk 7/24 sanat+yaşam kamerası” olarak bilinmektedir. Sansürden hoşlanmadığını belirten Voog, *anacam*’de tüm yaşamını şeffaf bir şekilde sergileyen ilk fenomenlerden biridir.

³⁸⁹ Seran Demiral, “Dijital Teknoloji Aracılığıyla Çocuk Özneleşmesinin Olanakları”, *Doğubatu Düşünce Dergisi-Dijital Çağ* 86 (2018), 30.

³⁹⁰ Mirzoeff, “The Subject of Visual Culture”, 14.

³⁹¹ Tüfekçi, “Can You See Me Now?”, 34.

³⁹² Zygmunt Bauman - David Lyon, *Akışkan Gözetim* (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016), 36.

³⁹³ Solove, *The Digital Person*, 73.

³⁹⁴ Bauman - Lyon, *Akışkan Gözetim*, 35. Çıplak fotoğraflarını sergilemek isteyenlere “hizmet” sunarak mahremiyet anlayışını kökten dönüşüme uğratan platformlardan hareket eden Niedzviecki, bu platformlara ücret talep etmeden çıplak fotoğrafını gönderenlerin amacını sorgulamaktadır. Acaba amaçları cinsellik algısını dönüştürmek midir? Niedzviecki’ye göre hayır, bu insanlar sadece kendilerini sunma dürtülerini dinliyorlar ve toplumun dikte ettiği geleneksel mahremiyet normlarından kaçarak; alınıp satılan, değiş tokuş edilen yeni dürtüsel mahremiyeti talep ediyorlardı. Niedzviecki, *Dikizleme Günlüğü*, 258.

Seküler bağlamda üretilen bu gösterme pratikleri çok kısa süre içerisinde dindarlar için de cazip gelmeye başlamış ve toplumsal anlamda bir görünürlük kazanmıştır.³⁹⁵ Bu anlamda seküler çevrelerin deneyimlediği mahremiyet ihlalleri ve gösteriş pratiklerinin belirli açılardan mütedeyyin kimlikler için geçerli olduğunu ifade etmek mümkündür. Yani dijital uzamda dini eylemler gerçekleştirme ve bunları paylaşma arzusunun yukarıda bahsedilen iki temel güdü -güvenlik ve görülme ihtiyacı- tarafından beslendiğini ifade etmek mümkündür.

Öncelikle iktidar mekanizmaları tarafından gözetlendiğini düşünen bireyler; dini anlamda benliği güvene almak için gerçek dini düşünceleri yerine, olması beklenen dini davranışları dijital mecralar üzerinden sergileyebilmektedir. Yani görme eylemi üzerine kurulu olan dijitalleşme sürecinde, otoritenin istediği bir dini görüntü çizerek benliği güvene alma refleksi; psikolojik ihtiyaçlar tarafından güdülenen birtakım “dış güdümlü, fonksiyonel ve gösterişçi dindarlık”³⁹⁶ formlarını beslemektedir. Özellikle görsel platformlar üzerinde şekillenen gösterişçi dindarlık, sahne önünde insanların görmek istediği bir performansı icra ederken; sahne arkasında asıl niyetinin ipuçlarını vermektedir.³⁹⁷ Bu anlamda gösteri/ş dindarlarını ve dindarlığını üreten-körükleyen bir alan olarak eleştirilen medya, “simülatif din”in üretildiği bir zemin olmaktadır.³⁹⁸

Genelde dini alanda özelde ise İslam’da sırrı “faş etmemek”³⁹⁹, yasak olanı açığa vurmamak ve özel olanı saklamak şeklinde bir anlayış yaygın olduğundan, normalde dindar bireylerin ve dini kurumların teşhir tehlikesine karşı toplumu yönlendirmesi beklenmektedir. Fakat bu kesimler teknik imkanlara ulaştıkça söz konusu gizlenme, teşhir ve ifşa anlayışlarında köklü birtakım dönüşümler meydana gelmektedir. Özellikle dini figürlerin bizatihi bu teşhirin aktif öznesi haline gelmesiyle birlikte bu eylemler bireysel paylaşım tercihleri olmaktan çıkmakta ve durum büyük oranda kamusallaşmaktadır.⁴⁰⁰ Bu süreçte muhafazakarlar, özellikle teknolojinin harikalarından yararlanma hakkına kendilerinin de sahip olduğu gibi bir argümana dayanarak ibadetlerini ve dini ritüellerini bu platformlarda sergilemeyi meşru, hatta gerekli görmeye başlamıştır. Dini eylemler burada -tıpkı seküler eylemler gibi- dijital

³⁹⁵ Göle, *Modern Mahrem*, 95.

³⁹⁶ Ejder Okumuş, “Gösterişçi Dindarlık”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 6/2 (2006), 22.

³⁹⁷ Okumuş, “Gösterişçi Dindarlık”, 21.

³⁹⁸ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 23-25.

³⁹⁹ Bu ifade, mahremiyetin yaralanma derecesindeki vehameti göstermek adına Çamdereli tarafından özellikle seçilmiştir. Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 83.

⁴⁰⁰ Dereli, *Bir Müslüman Sosyal Medya’ya Nasıl Bakmalı?*, 65.

platformlar üzerinden paylaşıldıkça ve gösterildikçe var olmakta; görülmedikçe dini bile olsa hiçbir eylem icra edilmemiş kabul edilmektedir. Bu adaptasyon süreci boyunca dijital uzamda masumca konumlanmak isteyen dindar bireylerin önce bir “presentation” olarak başlayan eylemleri, zamanla bir “drama”ya ve ardından “show”a dönüşmektedir.⁴⁰¹ Tüm bu tespitlere ilave olarak dijitalleşme sürecinin dayattığı yeni mahremiyet normlarına karşı nasıl bir vaziyet alınabilir?

Öncelikle teknoloji toplumunda kişisel veriler; dayanıklı ve ucuz olması açısından yararlı, aynı zamanda uzun süre maruz kalınması durumunda ölümcül de olabilmektedir. Yani bu veriler tehlikelidir. Çünkü sigorta şirketlerinden, istihbarat teşkilatlarına ve suçlulara kadar pek çok kişi tarafından arzu edildiği için, suistimal edilmeye açıktır. Bu yüzden çeşitli yollarla korunmaya ihtiyaç vardır.⁴⁰² Brin bu konuda “karşılıklı şeffaflık”⁴⁰³ olarak ifade ettiği nosyonu, dijital mecralardan korunmak için bir alternatif olarak ileri sürülmüştür. Ancak Simmel; karşılıklı şeffaflık diye bir şeyin gerçek anlamda mümkün olmadığını, şayet böyle bir şeyin gerçekten olması durumunda insanların birbirleriyle kurduğu ilişkilerin hayal edilemeyecek bir boyutta değişime uğrayacağını belirtir.⁴⁰⁴ Bu yüzden Brin, her ne kadar “karşılıklı şeffaflık” ilkesini mahremiyetin korunması için bir güvence olarak takdim etse de herkesin herkesi kontrol ettiği hastalıklı bir toplum biçimini meşrulaştırdığı için, bunun pek takdir edilesi bir kavram olduğu söylenemez.

Sonuç olarak mahremiyet; seküler ya da dindar herkes için çok değerli olsa da din alanında daha hassas bir yere sahiptir. Ancak iletişim araçları, kendilerini dindar olarak tanımlayanlar dahil herkese mahremiyetsizliği dayatarak bu mahremiyet algısını çözümlüğe uğratmakta ve adeta imha emektedir.⁴⁰⁵ Bu çözülüşün kökenleri geleneksel dini öğretiler ile modern değerler arasında ikilemde kalan mütedeyyin bireylerin tercihlerini modern değerlerden yana kullanmasında aranabilir.⁴⁰⁶ Yani mütedeyyin kimlikler, dijital uzamda bir yandan mevcut dini değerlerini sürdürmeyi arzulamakta; diğer yandan ise psikolojik bir doyum sağlamak, sosyal açıdan kabul görmek ve

⁴⁰¹ Mahrem alanın şov tarafından aşındırılması konusunda bk. Barbarosoğlu, *Şov ve Mahrem*.

⁴⁰² Carissa Véliz, *Privacy is Power: Why and How You Should Take Back Control of Your Data* (Bantam Press, 2020), 44.

⁴⁰³ David Brin, *The Transparent Society*, 45.

⁴⁰⁴ Simmel, *Gizliliğin Sosyolojisi*, 11.

⁴⁰⁵ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 97.

⁴⁰⁶ Ekmel Geçer, *Sosyal Medya ve İletişim Psikolojisi: Kişilik, Kutuplaşma ve Algoritma* (İzmir: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2020), 81.

başkalarıyla bağ kurmak gibi motivasyonlarla kamusal alanda var olduğunu göstermeye çalışmaktadır. Bu açıdan dini mahremiyet normlarının iki güdü arasındaki çatışmalar tarafından sürekli bir biçimde dönüştürüldüğünü ifade etmek mümkündür.

1.2.6. Dijitalleşme Sürecinde Dini Grupların Otorite ve İşlevleri

Weber otorite kavramını “meşrulaştırılmış hakimiyet” olarak oldukça yalın bir biçimde tanımlamaktadır. Hakimiyet (dominance), kişilerin emirlere uyma olasılığını ifade eden bir zorlamayı; meşrulaştırma (legitimization) ise zorlananların zorlayıcı eylemlere gönüllü olarak boyun eğmesini ifade etmektedir.⁴⁰⁷ Yani otorite bir yandan belli bir dayatmayı içerirken, öte yandan bu dayatmaya kabul edilebilir bir biçim vermeye çalışan iktidar olma biçimini ifade etmektedir.

Otorite daima itaat talep ettiğinden, genelde bir tür güç ya da şiddet ile karıştırılır. Oysa otorite, dış zorlama araçlarını engelleyen bir fenomendir. Arendt’e göre esasında gücün kullanıldığı yerde otoritenin kendisi başarız olmaktadır. Hatta o, bu konuda ikna etmeye çalışmanın dahi bir tür otorite eksikliği anlamına geldiğini; çünkü “ikna kullanımı”nın eşitliği varsayarak otoriteyi zayıflattığını ileri sürmektedir.⁴⁰⁸ Yani zenginlik, kuvvet, silahlar ve ordular gibi güç araçlarına sahip olmak; otoritenin devamlılığını ve yürürlükte kalmasını garanti etmemektedir.⁴⁰⁹ Görüldüğü üzere otorite, güç nosyonundan tamamen yalıtılmasa da ondan daha farklı ve nispeten belirsiz bir fenomendir. O halde otoriteyi ortaya çıkaran şey tam olarak nedir? Yani otoritenin kaynakları nelerdir?

Postman’e göre otoritenin pek çok kaynağı olmasına rağmen bunlar arasında en görkemli kurumlar din ve devlettir.⁴¹⁰ Otoritenin bir türü olan dini otorite söz konusu olduğunda ise onu ortaya çıkaran birtakım kaynaklar olarak liderin karizması, ideolojinin kendisi, kutsal metinler, dini eğitim alma, ritüeller, davanın şehitleri veya azizleri, atalardan gelen bilge sözler ve grubun hafızasından bahsedilebilir.⁴¹¹ Bu durumda bahsedilen kaynaklardan doğan dini otoriteyi; Weber’in geleneksel (inançlar) ,

⁴⁰⁷ Max Weber, *Sosyoloji Yazıları*, çev. Taha Parla (İstanbul: Deniz Yayınları, 2008), 142.

⁴⁰⁸ Hannah Arendt, *Between Past and Future: Six Exercises in Political Thought* (New York: The Wiking Press, 1961), 92-93.

⁴⁰⁹ Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior* (New York: Oxford University Press, 1985), 338.

⁴¹⁰ Postman, *Teknopoli*, 79.

⁴¹¹ Peter Horsfield, “The Media and Religious Authority from Ancient to Modern”, *The Media and Religious Authority*, ed. Stewart M. Hoover (Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016), 47-49.

karizmatik (roller) ve yasal (sistem) otorite tipleştirmesinden alınan ilhamla, “genelde ilahi bir kaynağa bağlı olan belirli bir meşrulaştırma biçimi”⁴¹² şeklinde tanımlamak mümkündür. Bu dini otorite hiyerarşi (dini liderlerler veya otorite figürleri), yapı (dini topluluğun yapısı ve sahip olduğu standartlar), ideoloji (dini topluluğun söylemi) ve metin (kutsal yazılar) olmak üzere çok boyutlu kaynaklara dayandığından tek tip bir dini otoriteden bahsetmek mümkün değildir.⁴¹³ Tüm bunlardan hareketle sorulacak olursa şayet, dini otorite dijitalleşme sürecinden nasıl etkilenmekte ya da bu süreçte dini otorite nasıl bir görünüme sahiptir?

Dijital ortamda otoritenin görünümüne ilişkin çalışmalara bakıldığında alanda üç temel eğilim bulunduğu görülmektedir. Oldukça popüler olan ilk eğilim; “internet ortamında dini otoritenin silikleşme potansiyeli”ne⁴¹⁴ vurgu yapmakta ve elektronik araçların dini otorite biçimlerini “kopukluk ve yer değiştirme mantığı”⁴¹⁵ olarak adlandırılan yıkıcı bir dönüşüme uğrattığını ifade etmektedir. Örneğin dini figürlerin özel hayatlarından bazı kesitlerin görüntüye alınıp sosyal medya platformlarında paylaşılması üzerine, kitlesel tepkileri azaltmak için dini kurumların geri adım attıkları pek çok vakadan bahsedilebilir.⁴¹⁶

Öte yandan dijital uzamda otorite kurabilmek için bir icazete sahip olma zorunluluğu bulunmadığından, alimlerin nitelikleri de bu uzamda akışkanlaşmaktadır.⁴¹⁷ Nitekim daha önceleri “epistemik şiddet”⁴¹⁸ kullanarak kutsal metnin otoritesi üzerine

⁴¹² Heidi Campbell, “Who’s Got the Power? Religious Authority and the Internet”, *Journal of Computer-Mediated Communication* 12/3 (2007), 1046.

⁴¹³ Campbell, “Who’s Got the Power?”, 1054.

⁴¹⁴ Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 87.

⁴¹⁵ Pauline Hope Cheong, “Authority”, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, ed. Heidi A. Campbell - Ruth Tsuria (London: Routledge, 2022), 90.

⁴¹⁶ Melbourne’de bulunan St. Patrick Katedrali’nin dekanının 2007 yılındaki olaylı istifa süreci, medyanın dini otoritenin kabul edildiği ve sosyal olarak desteklendiği hüküm ve koşullar üzerinde dönüştürücü bir güce sahip olduğunun çarpıcı bir örneğidir. Dekan, bir hafta sonu katedrale ait özel mülke giren bir grup gence uygunsuz sözler sarfeder, bu sözleri ondan gizli kayda alan gençler ise kaydı YouTube’da paylaşır. Olayın ulusal ve uluslararası düzlemdeki yankılarının ardından dekan özür dileyip istifa etmek zorunda kalır. Horsfield, “The Media and Religious Authority from Ancient to Modern”, 37.

⁴¹⁷ Bunt, *Dijital Çağda İslam*, 24.

⁴¹⁸ “Epistemic Violence” tabirine arkeoloji yapıldığında, köklerinin Foucault’ya dek gittiği görülmektedir. Foucault’dan aldığı ilhamla kavramı inşa eden ise Hint kökenli feminist kuramcı Gayatri Spivaktır. Spivak “epistemik şiddet” ifadesini, bilgiye yönelik Batılı olmayan yaklaşımları aktif olarak baltalama ve tüm “öteki” kültürleri yetersiz olarak reddetme şeklinde, yani bilgi üzerinde bir tür örtülü ve naif şiddet oluşturma anlamında kullanmaktadır. Bk. Gayatri Chakravorty Spivak, “Can the Subaltern Speak?”, *Colonial Discourse and Post-Colonial Theory*, ed. Patrick Williams - Laura Chrisman (New York: Routledge, 2013), 66-111; Öte yandan Arslan’ın “epistemik cemaat” olarak adlandırdığı nosyondan ilhamla ulusal bağlamda bu kavramı ele alan Ergenç, öteki addedilen İslamcı perspektifler üzerindeki post-kolonyal bilgi tahakkümünü ifade etmek üzere kullanmaktadır. Bk. Kamil Ergenç, *Epistemik Şiddet* (İstanbul: Yüzleşme Yayınları, 2022).

tekel oluşturan “hiyerarşik otorite”; dijital çağda yerini “epistemik eşitlik” olarak adlandırılan bir tür “kamuoyu ortalaması”na bırakmaktadır.⁴¹⁹ Bu süreçte açık erişim imkanıyla birlikte geleneksel bilgi otoritesi sarsılmakta, yerine Wikipedia örneğinde görüldüğü gibi “herhangi birileri”nin otoritesi tesis edilmektedir.⁴²⁰ Yani Google ve Facebook gibi platformlar, artık bu yeni düzenin pasif oyuncularını konumunda değildir. Aksine kullanıcıların bu denklemde inkar edilemez rolleri bulunsun da sistemin kendisi bu şirketler tarafından yaratıldığı için, bu aktörler ve bunlarla ilintili çeşitli dini kanallar çevrimiçi dünyaya nasıl bağlandığımızı domine eder.⁴²¹ Yani bilginin açık kaynak koduyla kitlelere açıldığı bugünkü süreçte “ideolojik bir arkaplana sahip olan medya”⁴²² eski büyük yerel hiyerarşileri aşarak “yeni bir yerel kontrol mekanizması”⁴²³ üretir. Bu süreçte medya, insanların nasıl oy kullanacaklarına, neyi satın alıp, öğreneceğine, hatta neye inanacağına karar veren bir mekanizma olarak zamanla başlı başına bir otorite tesis eder.⁴²⁴ Bu medya otoritesi, McLuhan’ın tabiriyle insanın kendisinin yarattığı ama ona galebe çalan “yaradığımız medya”dır.⁴²⁵ Bu oldukça tehlikeli bir otoritedir. Çünkü geleneksel iletişim araçlarıyla başlayan bu yeni otoritenin dijitalleşme süreciyle birlikte algoritmalar tarafından ele geçirilmesi, uzak gelecekte insanın varoluşunun gereksizliğine ve gerçekliğin ise bireysel bir merkeze dayanmayan biyokimyasal algoritmalarından oluşan bir ağa dönüşmesine yol açabilir.⁴²⁶ Özetle kullanıcıları eşitleyerek “anti hiyerarşik”⁴²⁷ bir örgütlenme biçimini tesis eden dijitalleşme süreci geleneksel hiyerarşik dini otoriteyi aşındırır. Ancak eşitlikçi söylem üzerine inşa edilen bu dijitalleşme vasatında bilginin hegemonik bir güç aracı olarak istismar edilmesi engellense de aslında burada sıradanlığın ve ehliyetsizliğin meşrulaştırıldığı başka bir istismara kapı aralanmaktadır.

İkinci eğilime göre, iletişim araçlarının dolayımıldığı otoritenin olumlu birtakım dönüşümlere kapı araladığı görülmektedir. Ortaya yepyeni bir sosyal karakter çıkaran bu yeni sosyal bağlamda politik karar yükünün dağılması ve tek elde toplanmaması anlamına gelen bir tür “seçkinlerin yayılması” şeklindeki bir yöneliş göze

⁴¹⁹ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 16.

⁴²⁰ Gere, *Digital Culture*, 218.

⁴²¹ Helland, “Online Religion”, 194.

⁴²² Dereli, *Bir Müslüman Sosyal Medya’ya Nasıl Bakmalı?*, 81.

⁴²³ Meyrowitz, *No Sense of Place*, 172.

⁴²⁴ David L. Altheide and Robert P. Snow, *Media Logic*, 10.

⁴²⁵ McLuhan - Fiore, *Medium is the Massage*, 158.

⁴²⁶ Harari, *Homo Deus*, 359.

⁴²⁷ Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 177.

çarpmaktadır.⁴²⁸ Politik alanda olduğu gibi eğitim alanında da otoriteye ilişkin mevcut algıda bazı dönüşümler yaşanmaktadır. Örneğin geleneksel eğitim anlayışında öğretmenler öğrenciler üzerinde linear bir eğitim modeli uygularken; bugün artık görsel teknoloji izleyicilerini yaşlara göre kategorize etmemekte ve onlara bilgileri belli bir sıra dahilinde sunmamaktadır.⁴²⁹ Yani çeşitlilik ve esneklik sunan tüm bu araçlarla her türlü dikey otorite anlayışından uzaklaşmakta; nihayet otorite dijital araçlarla beraber yatay ve daha eşitlikçi bir pozisyon almaktadır.⁴³⁰ Benzer bir düşünceyi paylaşan Benjamin; medyanın başlı başına bir iktidar olma biçimine karşı, yeni iletişim araçlarının herkese bir otorite olma imkanı sunduğuna ve mevcut araçların güç odaklarıyla birlikte sıradan kişilere de bir iktidar sağlayabilme potansiyeline vurgu yapmaktadır.⁴³¹ Özellikle sinema ve fotoğraf örneklerinden yola çıkan Benjamin, medyanın insanlığın iktidar mücadelesinde ihtiyaç duyduğu kavrayış ve tepkiler noktasında insanlığı bilinçlendirme işlevlerine sahip olduğunu ifade etmektedir.⁴³² Bahsedilen bu ılımlı anlayışa göre tıpkı politik ve eğitim alanlarında olduğu gibi internet teknolojisi örgütlü dini yapılarda bir dereceye kadar bazı değişikliklere neden olmuş olabilir. Ancak bu düşünceye göre din adamlarının medya üzerinden dini faaliyetlerde bulunmaları durumunda, internetin “süreklilik ve tamamlayıcılık mantığı”⁴³³ tarafından meşruiyetlerini geri kazanmaları mümkündür. Örneğin internete artan güvenle birlikte daha önce marjinalize edilen bazı figürler, yeni liderlik rolleriyle güçlenen bir tür “yeni dini mikro otorite”⁴³⁴ haline gelirler. Yine İskandinav bağlamında bağımsız bir ses oluşturmaya çalışan genç Müslüman kadınlar veya dini öğretileri tartışmak için kişisel bloglar kullanan Evanjelik ev hanımları; erkeklere özgü olarak görülen etik tavsiyeler verme ve kutsal yazıları yorumlama şeklindeki pek çok uygulamaya yeni bir soluk getirerek böylesi yeni dini otorite formlarına örnek

⁴²⁸ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 532.

⁴²⁹ Meyrowitz, *No Sense of Place*, 255.

⁴³⁰ Zeynep Tufekci, *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest* (New Haven: Yale University Press, 2017), 50.

⁴³¹ Walter Benjamin, *Teknik Olarak Yeniden-Üretilbilirlik Çağında Sanat Yapıtı*, ed. Walter Benjamin, çev. Gökhan Sarı (İstanbul: Zeplin Düşünce Yayınları, 2015), 25.

⁴³² Teknolojinin kitleler üzerinde tehlikeli gerginliklere sebep olabilme özelliğini kabul etmekle birlikte, aynı teknolojinin kitlesel psikozlara karşı ruhsal bağımsızlık sağlama işlevlerine sahip olduğunu düşünen Benjamin; örneğin Disney filmleri ve Amerikan komedilerinin bilinçaltı enerjisini sağaltıcı fonksiyonlarına ve Chaplin örneğinde görüldüğü gibi ayırıksı figürler üzerinden enerji salınımı fonksiyonlarına vurgu yapmaktadır. Benjamin, *Yeniden-Üretilbilirlik Çağında Sanat*, 51-52.

⁴³³ Cheong, “Authority”, 92.

⁴³⁴ Dereli, *Bir Müslüman Sosyal Medya'ya Nasıl Bakmalı?*, 102.

oluşturmaktadır.⁴³⁵ Bu anlayışa göre dijital mecraların dini otoritelere eski güçlerini kaybettiği bir gerçekliktir. Ancak aynı mecralar; ona uyum sağlayan dini kurum ve otoritelere “merkeziyetçi yapısını yitiren yeni bir otorite biçimi”⁴³⁶ sunma potansiyeline sahiptir. Böylesi bir çevrimiçi dini otorite; merkezi kurumsal otoriteye kıyasla, içine doğduğu “akışkan modernite” ortamında daha çok bireyselleşmiş, dağılmış ve bazı açılardan daha demokratik bir biçim almıştır.⁴³⁷ Medya ve dini otorite etkileşiminin karmaşık ve dinamik yapısı nedeniyle bu yeni dini otoriteler; Weberci statik otorite anlayışından sıyrılarak “uzlaşma temelli yorumlayıcı otorite”⁴³⁸ ve “akışkan, çatışmalı ve bağlamsal bir otorite”⁴³⁹ olarak adlandırılan yeni biçimlerde tezahür etmektedir.

Görüldüğü üzere dijitalleşme süreci kurumsal dini toplulukların dışındaki sosyal aktörlere dini konularda kamu söylemini biçimlendirme yetkisi ve otoritesi vermektedir. Adminler veya moderatörlerin yeni otorite araçları olarak işlev gördüğü bu gelişmelere paralel cemaatlerin güç yapıları da değişmeye başlar.⁴⁴⁰ Bu değişim sürecine uyum sağlamaya çalışan yeni nesil dindarlar; bir yandan çevrimiçi ortamları dini bilgi edinme sürecinde aktif olarak kullanmakta, öte yandan bu platformlarda elde ettikleri bilgileri çevrimdışı dini otoritelere teyit ettirmeye çalışmaktadır.⁴⁴¹ İki ayrı yaşam biçimi arasında sıkışan dindarların, alternatif bir kamu ve alternatif bir yaşam biçimi geliştirmek amacıyla sergiledikleri böylesi bir tutum; dindarların ikilemlerinden kaynaklanan psikolojik gerginliklerini gidermede işlevsel olmaktadır.⁴⁴² Yani dijitalleşme sürecine adaptasyon hususunda istekli bir tutum içinde olan bu bakış açısına göre; dijitalleşmenin geleneksel dini otoritelerle olan ilişkisi, bir tür otorite kaybından daha çok dönüşüm ve farklılaşma olarak görülmeli ve dijitalleşme süreci benimsenmelidir.

⁴³⁵ Lövheim, “Mediatization and Religion”; Lövheim, “Mediatization”.

⁴³⁶ Garner, “Theology and the New Media”, 274.

⁴³⁷ Mia Lövheim-Stig Hjarvard, “The Mediatized Conditions of Contemporary Religion: Critical Status and Future Directions”, *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 8/1 (2019), pp. 206-225, 216.

⁴³⁸ “Consensus-Based Interpretative Authority” için bk. Clark, L.S. (2011a). Religion and Authority in a Remix Culture: How a Late Night TV Host Became an Authority on Religion. In: G. Lynch, J. Mitchell and A. Strhan, eds., *Religion, Media and Culture: A Reader*. London: Taylor and Francis, pp. 111-121.

⁴³⁹ Horsfield, “The Media and Religious Authority from Ancient to Modern”, 44.

⁴⁴⁰ Heidi Campbell, “Religion and the Internet”, *Communication Research Trends* 25/1 (2006), 15.

⁴⁴¹ Metin Eken, “Modern Görsel Kültürde M Nesli’nin Online İnanç Pratikleri”, *Bilimname* 43/3 (2020), 64.

⁴⁴² Vejdi Bilgin, “Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 12/1 (2003), 198-199.

Üçüncü yaklaşım ise, sosyal ağlardan yararlanmak isteyen dini otoriteye ilişkin ifade edilen –koşulsuz ret ve koşulsuz kabul- yönündeki bu iki zıt eğilimi sentezlemektedir.⁴⁴³ Özellikle halihazırda süren dördüncü dalga medya-din çalışmalarında dini otoritenin çevrimiçi aktörleri ile bunların çevrimdışı muadilleri arasında müzakere edilme biçimlerine odaklanılmaktadır.⁴⁴⁴ Bu müzakere kuramcılarından biri olan Campbell; dijital kültürün yeni dini aktörlerin yükselişini kolaylaştırdığını ve başta Hristiyanlık olmak üzere geleneksel dini yapıların ve otoritelerin konumunu bu gelişmeye paralel bir biçimde güçlendirdiğini ifade etmektedir. Ona göre yeni otorite biçimi; çevrimiçi ve çevrimdışı dini kültürlerdeki değişimleri temsil eden benzersiz melez yapılar üretme potansiyelini bünyesinde barındırmaktadır.⁴⁴⁵ Yani internet teknolojisi, bir yandan sıkı bir hiyerarşiye dayalı hareketlere meydan okuyarak grubun yerleşik sosyal tabanını baltalamakta; öte yandan üyeleri kontrol etmek ve yapıyı sürdürmek için kullanılan bir fırsat olabilmektedir. Her ne kadar imkanlar ve tehditler arasında salınan dijitalleşme anlayışlarını müzakere etmeye çalışsa da bu eğilim çoğu zaman dijitalleşmenin daha çok internetin dini otoriteyi pekiştirdiği tezine odaklanmaktadır.⁴⁴⁶

Benzer şekilde Benjamin'in iletişim araçlarına dair olumlayıcı perspektifinden yararlanan Kang, bu kuramı dijital medya bağlamına uyarlayarak mevcut kültürel medya düzlemini imkanlar ve sınırlılıklar perspektifinden eleştirel bir biçimde analiz etmekte; bu anlamda iki tutumu sentezlemiş görünmektedir.⁴⁴⁷ Bu senteze göre yeni iletişim araçları bir yandan yeni bedenler, yeni öznel biçimler ve birtakım yeni algısal fırsatlar sunarak kitlelere iktidar olabilmenin kapılarını açmakta; diğer yandan ise siyasetin bir gösteri haline gelerek estetize olmasına ve otoriter eğilimlerin yükselmesine neden olmaktadır. Burada bir parça çelişki olduğu ileri sürülebilir. Ancak bu çelişki, platformun doğasına içkin bir çelişkidir. Nitekim dini anlayışın iyisini, kötüsünü, güzelini ve çirkinini eş zamanlı olarak bir arada barındıran bu dijital uzamda, “çevrimiçi rakipleri tarafından meydan okunan ve otoritesi gasp edilen geleneksel

⁴⁴³ Cheong, “Authority”, 87-88.

⁴⁴⁴ Heidi Campbell - Mia Lövheim, “Introduction: Rethinking the Online–Offline Connection in the Study of Religion Online”, *Information, Communication and Society* 14/8 (2011), 1093.

⁴⁴⁵ Campbell, *Digital Creatives*, 14.

⁴⁴⁶ Campbell, “Religion and the Internet”, 16.

⁴⁴⁷ Jaeho Kang, *Walter Benjamin ve Medya: Modernitenin Gösterisi*, çev. Deniz Gedizlioğlu (İstanbul: Kafka Yayınları, 2015).

otoriteler”⁴⁴⁸, takipçilerini dijital dünyada kontrol edebilmek için sürekli mücadele etmek zorunda kalmakta ve bir pazarlama söylemine eklemelenmektedir. Dijital dünyaya uyum sağlamak zorunda olan dinin bu durumu ise, günümüz dünyasında dinin sahneden çekilmesinin gerçekleşeceğini ileri sürenlerin aksine, aslında daha önemli roller oynamaya devam edeceği yönünde yorumlanabilir.⁴⁴⁹

Görüldüğü üzere dini otoritenin çevrimiçi yansımaları; siyasi iktidarların din anlayışlarıyla beraber coğrafi, kültürel ve dilbilimsel çerçeveye sınırlandırılmayan pek çok kaynakla ilişkili olmaktadır.⁴⁵⁰ Bu kaynaklardan bir diğeri ise dijital uzamda dini otoritelerini sürdürmek isteyen liderlerin “lidersizleri yönetmek”⁴⁵¹ şeklinde tanımlanabilecek yeni bir görev alanıyla karşı karşıya kalmasıdır. Bu yeni görev alanını “denizyıldızı ve örümcek metaforu”ndan⁴⁵² hareketle açıklamak mümkündür. Şöyle ki geleneksel iletişim kanalları üzerinden eylemci kimliğini sürdüren dini yapılar tıpkı bir örümcek misali lidere bağımlıdır. Analog bağlamda liderin (yani hareketi sağlayan asıl mekanizma olarak örümceğin kafasının) yok olması, dini grubun (yani örümceğin ayaklarının) yok olmasının asıl sebebidir. Oysa dijitalleşme süreciyle birlikte dini gruplarda denizyıldızı metaforuna benzeyen yapısal birtakım değişiklikler olmuş ve bu süreçte dini otorite tek bir merkezde toplanmak yerine çoklu merkezlere dağılmaya ve merkezsizleşmeye başlamıştır. Ancak geleneksel otorite dijital dünyada var olabilmek için, yapısını dijital dünyaya uyarlamak ve ağlarda avantaj elde etmek için, bu otantiklik ve gizemden bir ölçüde vazgeçmek zorunda kalmaktadır. Fakat bu durum; büyük oranda otoritelerce talep edilen değil, “mahkum olunan bir imkan”⁴⁵³ ve mecbur kalınan bir dönüşümdür. Özetle dijital kültür ortamı; geleneksel dini otoritelerin üzerine inşa edildiği dikey hiyerarşileri dağıtarak daha akışkan ve yatay dini otorite modellerinin üretildiği bir zemin haline gelmiştir. Bu dijitalleşme zemininde dini otoriteler, mevcut konumlarını sürdürmek için dijital araçların oluşturduğu gerilimle mücadele etmekte ve onları yönetmeye çalışmaktadır.

⁴⁴⁸ Bunt, *Hastag İslam*, 7-8.

⁴⁴⁹ Helland, *Online Religion*, 194.

⁴⁵⁰ Bunt, *Dijital Çağda İslam*, 23.

⁴⁵¹ Tufekci, *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, 49.

⁴⁵² Ori Brafman – Rod A. Beckstrom, *The Starfish and The Spider: The Unstoppable Power of Leaderless Organizations* (New York: Penguin Group, 2006)

⁴⁵³ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 92.

1.2.7. Dijitalleşme Sürecinde Tüketim, Sekülerleşme ve Din İlişkisi

Burada öncelikle tüketim ve sekülerleşmenin temel dinamikleri, ardından dijital ortamın bu pratikleri besleyici boyutları ve din ile ilişkisi ele alınacaktır. İkincisi birincisinin dolaylı sonucu olduğundan, önce tüketim sonra sekülerleşme tecrübesini ele almak gerekmektedir. Bu kavramlardan tüketim; kişisel ihtiyaçların yanı sıra prestij elde etmek için yapılan tüm harcamaları ifade ederken⁴⁵⁴; sekülerleşme ise kentleşme, modernleşme ve kapitalist tüketimin artmasıyla birlikte dine veya doğaüstü alana ait öğretilerin bireysel ve toplumsal düzlemde prestij kaybederek gündelik yaşamı şekillendirme gücünü yitirmesini ifade etmektedir.⁴⁵⁵ Bu tanımlardan hareketle tüketim pratiklerinin belli bir eşiği aşması durumunda sekülerleşme pratiklerini ortaya çıkardığını, yani tüketimin sekülerleşmenin doğal öncüllerinden biri olduğunu belirtmek mümkündür.

İçinde bulunduğumuz alışveriş çağında üreticiler piyasada tutunabilmek için bilinçli bir şekilde kısa vadeli ve gereksiz ürünler tasarlamakta; “tüketime mahkum insanlar”⁴⁵⁶ ise ihtiyaç duymadıkları bu ürünleri, sosyal ilişkilerini belirleyen temel bir değere dönüştürerek büyük bir hırsla tüketmektedir.⁴⁵⁷ Bu durum, aslında tüketim olgusunun dikey toplum hiyerarşisinde başarıya ulaşamamanın telafisi olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Yani özünde statü talebine dayanan tüketimin özellikle alt sınıflarda aşırı düzeyde talep edilmesi; bu talebin büyük oranda karşılanmaması durumu tetiklemektedir.⁴⁵⁸ Doğal tüketim ihtiyaçlarını karşılamada herhangi bir sorun yaşamayan zenginlerin kazandıklarını tekrar yatırımlarına harcayarak ve varlıklarına dikkat ederek yaşamalarına rağmen, daha az varlıklı olan kimselerin ise ihtiyaçları olmayan tüketim mallarını borçlanarak da olsa edinmeye çalışmaları bu durumu örneklemektedir.⁴⁵⁹

⁴⁵⁴ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları*, çev. Nilgün Tatal - Ferda Keskin (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018), 254.

⁴⁵⁵ Volkan Ertit, *Sekülerleşme Teorisi: Sekülerleşen Türkiye'nin Analizi* (Ankara: Liberte Yayınları, 2019), 47.

⁴⁵⁶ Theodor W. Adorno - Max Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektikliği: Felsefi Fragmanlar*, çev. Nihat Ülner - Elif Öztarhan Karadoğan (İstanbul: Kabalcı Yayıncılık, 2014), 268.

⁴⁵⁷ Andre Gorz, *Maddesiz: Bilgi, Değer ve Sermaye*, çev. Işık Ergüden (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011), 47.

⁴⁵⁸ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 72.

⁴⁵⁹ Yine günümüzde hazır paket gıdalarla beslenen alt tabakalara karşı, organik meyve ve sebze tüketimine yönelen bir üst sınıf mantalitesinden bahsedilmektedir. Ortaçağda üst ve alt sınıfın tüketim davranışlarının tam tersini yansıtan bu durum, tüketim pratiklerinin zaman içerisinde sınıflara göre farklılaştığını belgelemektedir. Harari, *Sapiens*, 343-344.

Söz konusu durum, tüketim olgusunu ekonomik ihtiyaçların ötesine taşımakta ve bu olguya kültürel, sosyal ve psikolojik bir veche kazandırmaktadır. Aslında tüketimin ekonomik boyuttan çıkıp kültürel bir boyut kazanması uzun zamandır tecrübe edilmektedir.⁴⁶⁰ Ancak bu durumun kitleselleşmesi geleneksel iletişim araçlarının etkisiyle gerçekleşmektedir. Burada “kültür endüstrisi” kavramından bahsetmek yararlı olacaktır. Bu kavram; kültürel ürünlerin iletişim araçları tarafından şekillendirilerek standardize olmasını ve şematize edilmesini ifade etmektedir.⁴⁶¹ İletişim araçlarının ürettiği standardizasyon süreci, sermayeyi kültür aracılığıyla garanti altına almaya çalışan bir tahakküm biçimini ortaya çıkarmaktadır. Bu yeni tahakküm biçimi; yeni kelimeler, erişim ve iletişim kavramları üzerinde, yani dil üzerindeki denetime bağlı olarak gerçekleşmektedir.⁴⁶² Yani geleneksel veya yeni iletişim araçları üzerinden servis edilen hiçbir kelime, kavram ve düşünüş biçimi masum olmamakta; aksine egemen sermaye sahiplerine hizmet etmektedir. Gorz’un ifade ettiği gibi sermaye, bu yeni bağlamda daha önceki maddi doğasından sıyrılarak sanal bir biçim kazanmakta; burada insanın bizzat kendisi, bilgisi ve zekası işlenmeye hazır bir sermaye biçimine dönüşmektedir.⁴⁶³ Bahsedilen kültür ve tüketim pratikleriye yakın ilişkileri olduğu göz önüne alınırsa şayet, din tüm bu denklemde nasıl bir konum almakta ve kültürel değerlerin tüketimini dayatan bu sürece nasıl dahil olmaktadır? Başka bir deyişle kutsal olan şey; hangi gerekçelerle bu tüketimin bir parçası ve nesnesi haline gelmektedir?

Burada aslında hem sermaye sahiplerinin ürünlerine alıcı bulma çabası hem de dindarların bu pazarda konumlanma isteği olmak üzere iki temel motivasyon kaynağından bahsetmek mümkündür. Öncelikle sermaye sahipleri, ürünlerinin geniş bir alıcı kitesi tarafından tercih edilmesi için tüketicilerin dikkatlerini çekecek birtakım yeni pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Bu doğrultuda dindarların tüketim alışkanlıklarını merceğine alan üreticiler, ürünlerini pazarlarken birtakım dini semboller kullanarak hedef kitlenin dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Burada, özellikle sembolü ürünle doğrudan birleştirme düşüncesinden dolayı, ürün tanıtımında dini semboller kullanılmaktadır.⁴⁶⁴ Bu süreçte dini sembollerin tüketim nesnesi olarak kullanılmasının

⁴⁶⁰ Robert Bocoock, *Consumption* (London: Routledge, 1993), 20-40.

⁴⁶¹ Adorno - Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği*, 164.

⁴⁶² Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 74.

⁴⁶³ Gorz, *Maddesiz*, 11.

⁴⁶⁴ Örneğin Burger King’in Ramazana özel hazırladığı hilal biçimli hamburger ya da Vogue dergisinin kapak fotoğrafında yaratılış kıssasından esinlenen görsel koyması ve “ve Vogue modayı yarattı” sloganını

gençler üzerinde çekici; yetişkinler üzerindeyse güvenilir bir etki yarattığı ileri sürülmekte ve böylece tüm bu kesimlerin tüketime ikna edilebileceği düşünülmektedir.⁴⁶⁵ Burada özellikle Y ve Z kuşakları başta olmak üzere tüm tüketicilere hitap eden bir pazarlama anlayışı ile dinin birlikteliği üzerinden gerçekleşen bir süreç tecrübe edilmektedir.⁴⁶⁶ Nihayetinde ruhsuz dünyaya ruh vermek ve onu yeniden büyülemek için malların kendilerine ve tüketim süreçlerine birtakım sihirli anlamlar bahşedilmektedir.⁴⁶⁷

Tıpkı üreticilerde olduğu gibi mütedeyyin tüketici kimlikler de farklı sebeplerle tüketim mantığına uyum sağlamaktadır. Bu süreçte özellikle bazı dini değerler “aşırı tüketim özlemi” içerisindeki bu sosyal gruplar için nesnel tatmin imkanlarını artırmaktadır.⁴⁶⁸ Daha önce dini otoritelerce uygun görülmediği için kendisinden uzak kalınan bu doyurulmamış tüketim ihtiyacı, zamanla dini simgelerle örülmüş birtakım tüketim pratikleri aracılığıyla giderilmeye çalışılmaktadır.⁴⁶⁹ Bu sürecin daha fazla dışında kalamayan din adamları ise bu sosyal gerçeklikte var olmak adına daha aktif bir pazarlama duruşu benimsemekte ve din arayışında olan kimselere hitap edebilmek için ambalajlarını yenilemek durumunda kalmaktadır. Bugün her türden inanç; tüketici pazarında işlenen bir ürün haline geldiğinden, çok sayıda hoş zaman etkinliğiyle rekabet etmek zorunda kalmakta ve bu rekabetin etkililiğini artırmak için bir tür “inanç markası” oluşturmak zorunda kalmaktadır.⁴⁷⁰ Çünkü geçmişte dinlerin bireylere günlük hayatta sağladığı işlevlerin yerini bugün markalar üstlenmekte ve eski dini toplulukların yerini ise bugün marka toplulukları almaktadır.⁴⁷¹ Ancak bir ürünü pazarlamak veya kişinin yaşam tarzına ilişkin marka bir kimlik oluşturmak gibi amaçlarla dini içeriklerin kullanılması, amaçlananın aksine bazen hedef kitleyi kolaylıkla öfkeli edebilir.⁴⁷² Dini

kullanması. Gülay Öztürk, “Reklamlarda Dinsel Sembollerin Kullanımı”, *Medya ve Din*, ed. Mete Çamdereli vd. (İstanbul: Köprü Kitapları, 2014), 314.

⁴⁶⁵ Öztürk, “Reklamlarda Dinsel Sembollerin Kullanımı”, 315.

⁴⁶⁶ Mara Einstein, *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age* (London: Routledge, 2007), 86.

⁴⁶⁷ Stig Hjarvard, “The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change”, *Northern Lights* 6/1 (2008), 17.

⁴⁶⁸ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 72.

⁴⁶⁹ Peygamberin hicreti sırasında Medine’de onu karşılayanların söylediği Tala’al Bedru ilahisinin tesettür defilesine fon olması veya V.I.P hac organizasyonları gibi uygulamalar bu pratiklerden bazısıdır. Bk. İsmail Demirezen, *Tüketim Toplumu ve Din* (Dem Yayınları, 2021), 91-94.

⁴⁷⁰ Einstein, *Brands of Faith*, 65.

⁴⁷¹ Sadık Çalışkan, *Türkiye’de Reklam Filmlerinde Hikaye Anlatıcılığı Kullanımı: 2017 Kristal Elma Festivali Örneği* (İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Doktora, 2018), 74.

⁴⁷² Öztürk, “Reklamlarda Dinsel Sembollerin Kullanımı”, 313.

içerik üreticileri, böylesi tepkileri en aza indirmek için, her kesimin aradığını bulmasını sağlayacak çeşitlilikte dini markalar oluşturmaya yönelmektedir. Haliyle bu durum, din alanında bitmeyen bir rekabet döngüsü yaratmakta; rekabet ise çoklu oyuncuların olduğu bir pazarda tüketim biçimini ve sıklığını doğal olarak artırmaktadır.⁴⁷³

Dini sembol ve değerlerin pazarda üretim ve tüketimine ilişkin yukarıda bahsedilen mobilite, dijitalleşme süreciyle birlikte belirgin bir biçimde artmıştır. Çünkü bir yandan iletişim maliyetlerinin düşmesiyle birlikte, iletişim ağı ulaşım ağının yerini almış ve böylece yatırımcılar için uzun vadede daha uygun bir yatırım aracı olarak görülmüştür.⁴⁷⁴ Diğer yandan dijital mecralar tüketim ve pazarlamanın işlevlerini genişleterek bu eylemleri dindar kitleler için de kolaylaştırmıştır.⁴⁷⁵

Görüldüğü gibi medya ve din ilişkisi tipik bir arz-talep ekonomisi mantığına göre çalışmaktadır. Bu rol dağılımında “arz edici” konumunda bulunan medya; satın alma ve izlenme oranını yükseltmek amacıyla dini sembol ve tecrübeleri kendi bünyesinde yeniden üretmekte, üstelik bunu toplumun din algısı paralelinde yapmaktadır.⁴⁷⁶ Dini imgeleri kullanan büyük markalar, özellikle yerel tüketiciye yaklaşmak için böyle bir pazarlama stratejisi benimsemektedir. Bu çerçevede örneğin, bazı içerikler belli bir dini grubun izleyicilerini hedefleyerek üretilirken; diğer bir kısmı ise genel anlamda dindarların tüketimine yönelik içerikler olarak üretilmektedir.⁴⁷⁷ Böylece tüketicilerin ürün ve markaya yönelik algıları, büyük oranda pazarlanan dini içerikli görseller tarafından şekillendirilmeye çalışılmaktadır.⁴⁷⁸ Bahsedilen rol dağılımında “talep eden” kitle ise dini hassasiyetleri olan ve bu minvalde hizmet beklentisi olan muhafazakar kitledir. Bu kitle, daha önce hazları ötelemeyi gerektiren Püriten bir anlayışı benimserken, şimdilerde dinin bizatihi bu hazlar üzerine kurulabileceği yönünde evrilmektedir. Bu yeni anlayışa göre makul olan tek şey, bireyin hayatta kalması ve kendisine hemen oracıkta mutluluk sunulmasıdır.⁴⁷⁹

⁴⁷³ Einstein, *Brands of Faith*, 20.

⁴⁷⁴ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 426.

⁴⁷⁵ Örneğin online ortamlarda kıyafet satın alan kadınların büyük bir kısmının dindar, muhafazakar ya da başörtülü oldukları ifade edilmektedir. Uygulamalı çalışmaların verilerine göre, ikamet edilen yerlerde yeterli giysi seçeneklerinin mevcut olmaması veya pahalı olması gibi sebepler bu farklılaşmanın temelini oluşturmaktadır. Bk. Dereli, *Bir Müslüman Sosyal Medya'ya Nasıl Bakmalı?*, 153-154.

⁴⁷⁶ Geçer, *Sosyal Medya ve İletişim Psikolojisi*, 83; Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 80.

⁴⁷⁷ Bunt, *Dijital Çağda İslam*, 185.

⁴⁷⁸ Öztürk, “Reklamlarda Dinsel Sembollerin Kullanımı”, 294.

⁴⁷⁹ Bauman, *Kimlik*, 91.

Aslında burada sunulan gerçek bir haz değil, hazzın simüle edildiği bir kurgu ve bir tür “tatmin aldatmacası”dır.⁴⁸⁰ Çünkü iletişim araçları üzerinde sergilenen görsellerin sürekli değişen yapay aktivitesi, bu görsellere maruz kalan “vatandaş-tüketici”lerin⁴⁸¹ düşünme becerilerini standardize ederek bir tür sahte-bireysellik durumu meydana getirir.⁴⁸² Gündelik hayatın pek çok aktivitesi yapılırken daima arka planda çalışan medya, daha çok ev ortamında tüketilmeye uygun içerikler üreterek bireyselliğin egemen olduğu bu yeni sosyalleşme biçimini sürekli beslemektedir.⁴⁸³ Dijitalleşmeyle birlikte bu sürece dahil olan dindarlar ise hem kendileri için üretilen hem de kendilerinin ürettiği bazı standart ürünlerle dijital dünyanın tüketim mantığına dahil olmakta ve din anlayışının özünde bulunan toplumsallığı bir tür “sahte-bireyselliğe” dönüştürmektedir.

Dini pazar modelinin analog bağlamda ileri sürdüğü argümanları dijital bağlama uyarlayarak yeniden ele aldığımızda, büyük kurumların yanı sıra serbest piyasada alıcı bulmaya çalışan bireylerin de pazara dahil olduğu görülmektedir.⁴⁸⁴ Bireyler kendilerine ait en özel yaşam deneyimlerini paraya çevirmek üzere dijital uzama katıldığında, bu uzamda birer girişimciye dönüşmekte ve böylece gündelik hayatlarını en uç noktada finansallaştırmaktadır.⁴⁸⁵ Yani dijital uzamda diğer her türlü bilgi türü gibi sanal ve gerçek alanlarda yeniden üretilip değiş tokuş edilen dini unsurlar, analog teknolojilere kıyasla muazzam bir esneklik içinde metalaştırılmaktadır.⁴⁸⁶ Dijital uzamda hem sıradan dindar bireyler, sosyal medya hesaplarında ürünleri kullanıp reklamını yaparak para kazanmakta hem de kanaat önderleri çeşitli dini anlam yüklenen sembol, eser veya

⁴⁸⁰ Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, 39.

⁴⁸¹ J. Burgess – J. Green, *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, 48.

⁴⁸² Adorno - Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği*, 205-206.

⁴⁸³ Castells, *Ağ Toplumu ve Yükselişi*, 447.

⁴⁸⁴ Pazar modeline göre, din mevcut serbest piyasada alıcı bulmak istiyorsa, tüketici ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran bir pazarlama biçimi geliştirmelidir. Kutsal ve dokunulmaz bir konumu olan din fenomeni, bu modelle piyasa ekonomisi normlarıyla incelenen bir konuma indirilmiş oluyor. Burada ilahi kaynaklı bir “ürün” sözkonusu olduğundan, kurumlar için böyle bir pazarlama mantığını kabullenmek kolay değildir. Ancak zaman içerisinde bu büyük kurumlar; bireylerin, toplumların ve şartların çeşitliliği karşısında, ilahi “ürünleri” en uygun bir biçimde sunma yollarını aramak durumunda kalmıştır. Bk. Peter L. Berger, “Dini Kurumlar”, çev. Adil Çiftçi, *Dokuz Eylül İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9 (1995), 462.

⁴⁸⁵ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 70; Evgeny Morozov, “Socialize the Data Centres!”, *New Left Review* 91 (2015), 45-66.

⁴⁸⁶ Jessie Poon vd., “Media, Religion and the Marketplace in the Information Economy: Evidence from Singapore”, *Environment and Planning A* 44 (2012), 1972.

besin maddelerinin tanıtımını yaparak “gösterişçi tüketim”⁴⁸⁷ ekonomisine uyum sağlamaktadır. Fakat dijitalleşme bahsedilen uyumu sağlamayı nasıl başarmıştır?

Öncelikle mevcut ürünleri harmanlayarak daima yeniden üretme fikrini benimseyen dijital üretim mantığı, kullanıcıları ürünlerin yeniden üretilme sürecine aktif olarak dahil etmektedir.⁴⁸⁸ Dijitalleşme; bu açıdan olumlu yönleri olan bir süreç olsa da aslında tüketim toplumunun bu keskin üretici ve tüketici sınırlarını melezleyerek “üre-tüketici” (producer+consumer)⁴⁸⁹ ve “üre-kullanıcı”lardan (producer+user)⁴⁹⁰ oluşan yeni bir kapitalizm formuna geçit vermektedir.⁴⁹¹ Bu form; geleneksel tüketim toplumunda üreticilerin meziyeti olarak değerlendirilen hazları öteleme ve ihtiyaçların değişmezliği gibi davranışları, bugün tüketici için korkunç bir kusur olarak görmektedir.⁴⁹² Yani pazarda başkalarının tüketmesi için üretim yapan “üreten tüketici” anlayışından kendi tüketimi için üretim yapan “tüketen üretici” anlayışına geçilmekte; değerler ve kişilik yapısı da buna paralel dönüşmektedir.⁴⁹³ Dini figürlerin piyasa mantığına uyum sağladığı tüm bu bağlamı Han’ın kavramlarıyla ifade edecek olursak, dini içerik üreticileri; disiplin toplumlarının negativitesinden uzaklaşarak “performans toplumu”nun “yapabilme”, “tasdik etme” ve “olumluluk” mantalitesine yaklaşmakta ve sürekli bir üretim-tüketim döngüsüne hapsolmaktadır.⁴⁹⁴ Elbette dindarların bu dönüşümü çalkantılı ve çekişmeli bir süreç olarak tecrübe edilmektedir. Bu yüzden dijitalin tüketim mantığına uyum sağlamada öncülük eden dini figürler, bu “endemik gerilimi”⁴⁹⁵ aşmak için çeşitli masum gerekçelerle değişimi meşrulaştırmaktadır.

Dijital kültürün dini bilgi ve deneyimleri bünyesine katarak görünür kılan masum imajına rağmen bu görünür olma hali; aslında kültür, anlam ve değerlere ilişkin ürünlere önce sahip olmayı, sonra onları tüketmeyi ve nihayet imha etmeyi içeren oldukça

⁴⁸⁷ Thorstein Veblen, *The Theory Of The Leisure Class* (A Penn State Electronic Classics Series Publication, 2003), 47.

⁴⁸⁸ Poon vd., “Media, Religion and the Marketplace in the Information Economy”, 1972.

⁴⁸⁹ George Ritzer, *The McDonaldization of Society: Into the Digital Age* (California: Sage Publications, 2019), 15.

⁴⁹⁰ Bu kavram; “production” ve “usage” kavramlarını birleştirerek, Bruns tarafından literatüre kazandırılan “produsage” eyleminin faili anlamında kullanılmıştır. Bk. Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* (New York: Peter Lang, 2008).

⁴⁹¹ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 67.

⁴⁹² Bauman, *Kimlik*, 82.

⁴⁹³ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 335-338.

⁴⁹⁴ Byung-Chul Han, *Yorgunluk Toplumu*, çev. Samet Yalçın (İstanbul: Açılım Kitap, 2019), 18.

⁴⁹⁵ Cheong, “Authority”, 96.

tehlikeli bir süreçtir.⁴⁹⁶ Çünkü medyada görünür olan şey artık saf bir din fenomeni değil, bir tür “din endüstrisi”dir.⁴⁹⁷ Din; burada bir “kültür metası haline getirilip tüketim amacıyla insanlara teslim edildiği”nde ⁴⁹⁸ , “kültürel tecavüz” ⁴⁹⁹ olarak adlandırılan bir işgal mekanizması içerisinde, çekilişlerle ve reklamlarla kapitalist sömürü için araçsallaştırılır.⁵⁰⁰ Nihayet din, bir tüketim nesnesi haline geldiğinde ise dayandığı kökleri kaybetme durumuyla yüzleşmektedir. O halde dinin dayandığı kökleri kaybetme durumu bir tür sekülerleşme tecrübesi olarak okunabilir mi? Ya da dijital çağ, büyüğü bozulmuş ve “tanrısı sürgüne gönderilmiş”⁵⁰¹ bir çağ olarak adlandırılabilir mi?

Din sosyolojisi alanında bu soruya cevap teşkil eden üç eğilim bulunmaktadır: Dinin ilk günkü gibi güçlü olduğunu ifade edenler, dinlerin büyük bir güç kaybettiğini belirten sekülerleşme teorisyenleri ve post-sekülerleşme olarak adlandırılan karma sürecin tecrübe edildiğini belirtenler. Bunlardan ilkinine göre, toplumda temel birleştirici bir güç rolünü üstlenen din; tarihin herhangi bir döneminde bütünüyle sekülerleşme tecrübesi geçirmemiştir.⁵⁰² Analog bağlam için ifade edilen bu misyonu dijitalleşme teorisyenleri de ifade etmektedir. Onlara göre yüksek düzeyde sekülerleşmiş toplumlarda bile din hala önemli fonksiyonlar üstlenmekte ve pek çok dini canlanma örneğinde görüldüğü üzere toplumsal hareketlerin itici gücü olmaya devam etmektedir.⁵⁰³ Buna göre birbirinden farklı dini yapılar; dünyanın dört bir coğrafyasında gerek geleneksel medya araçlarındaki teleevanjelik formata sahip içeriklerle, gerekse dijital medya araçlarındaki muazzam çeşitlilikteki dini temalarla, dünya çapında bir yükselişe geçmiştir.⁵⁰⁴ Özellikle 90’larda artan kanal çeşitliliğiyle birlikte daha çok dini ve mistik unsurlar üreten medya; dini içeriklerle dindarların, mistik unsurlarla da daha az dindar olanların ilgisini çekmeyi başarmıştır.⁵⁰⁵ Konuyu İslam ve Müslümanlar özelinde ele alan Eickelman ve Anderson ise; dijital medyanın geleneksel dini otoritelere meydan okuyacak, sivil toplum kurabilecek ve ulusötesi ilişkiler kurabilecek

⁴⁹⁶ Dell deChant, *The Sacred Santa: Religious Dimensions of Consumer Culture* (Eugene: Wipf and Stock Publishers, 2008), 28.

⁴⁹⁷ Çamdereli, *Din Ekranında Nasıl Durur ?*, 61.

⁴⁹⁸ Adorno - Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği*, 14.

⁴⁹⁹ Postman, *Teknopoli*, 163.

⁵⁰⁰ Çamdereli, *Din Ekranında Nasıl Durur ?*, 111.

⁵⁰¹ Vattimo, *Şeffaf Toplum*, 126.

⁵⁰² Dawson, “Kültür ve Din İlişkisi”, 5.

⁵⁰³ Hoover, *Religion in the Media Age*, 37.

⁵⁰⁴ Birgit Meyer - Annelies Moors, “Introduction”, *Religion, Media, And the Public Sphere* (Bloomington: Indiana University Press, 2005), 1.

⁵⁰⁵ Hoover, *Religion in the Media Age*, 49.

yeni bir Müslüman toplumun oluşumunu kolaylaştırdığını belirtmektedir.⁵⁰⁶ Yani burada “sekülerizasyon helezonuna girmekte direnen İslami gövde”nin⁵⁰⁷ aslında bilgi teknolojisine bir tepki olarak değil, bu teknolojiyle birlikte büyüdüğü ve Müslüman halkların aşağıdan yukarıya doğru değiştiği ileri sürülmektedir.⁵⁰⁸ Bunun yanı sıra mevcut dini biçimleri yeni stillerle harmanlayıp değiştirebildiği için medyanın dini kurumlar tarafından kontrol edilmesi oldukça zordur.⁵⁰⁹ Bu yüzden konuya ilişkin ikinci eğilim, medyanın taşıdığı kolaylaştırıcı potansiyelin yanı sıra din alanını istikrarsızlaştırıcı yönlerine dikkat çekmektedir. Bu anlayışa göre her ne kadar yeni dini hareketler, kurumsallaşmamış yeni bir din anlayışı sunsa da içinde bulunduğumuz şu anki dünya, yeniden büyülenmiş bir dünya olarak adlandırılmaz.⁵¹⁰ Özellikle dijital platformlarda dini içerikli uygulamaların sayıca artmasını yüzeysel bir desekülerleşme olarak okuyanların aksine; bu ekol bahsedilen sayısal artışı, nitelik ve dini değerlerin özünden uzaklaşması anlamında birer sekülerleşme tecrübesi olarak okumaktadır.⁵¹¹

Esasında dinin tamamen ortadan kalkmasını gerektirmeyen sekülerleşme fenomeni, dinin yapısal bazı dönüşümler geçirmesiyle birlikte otoritesinin azalması ve dini inançların-uygulamaların bireyselleşmesini ifade etmektedir.⁵¹² Yani sekülerleşmiş bir toplum; geleneksel dini unsurları basitçe ardında bırakan bir kültürden daha çok, dini unsurlarını derinlerinde taşıyan ve bu unsurların bozulmuş biçimlerini sürdürmeye devam eden bir toplumdur.⁵¹³ Burada sekülerleşmeyi dinin sonu olarak değil, modern dünyada dinin dönüşümü olarak okumak bağlama daha uygun düşmektedir.⁵¹⁴ Hatta sekülerleşme tecrübesini dinin modern dünyaya adapte olma biçimleri olarak okumak daha doğru olur. Çünkü farklı sosyal bağlamlarda tek tip bir sekülerlik değil, birbirinden farklı “sekülerlik biçimleri”⁵¹⁵ tecrübe edilmektedir.

⁵⁰⁶ Eickelman - Anderson, *New Media in the Muslim World*, 1.

⁵⁰⁷ Göle, *Modern Mahrem*, 134.

⁵⁰⁸ Eickelman - Anderson, *New Media in the Muslim World*, 10.

⁵⁰⁹ Meyer - Moors, “Introduction”, 10.

⁵¹⁰ Hjarvard, “The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change”, 17-18.

⁵¹¹ Ertit, *Sekülerleşme Teorisi*, 51-52.

⁵¹² Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*, 79.

⁵¹³ Vattimo, *Şeffaf Toplum*, 55.

⁵¹⁴ Stig Hjarvard, “Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion”, *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*, ed. Stig Hjarvard - Mia Lövheim (Göteborg: Nordicom, 2012), 23.

⁵¹⁵ Talal Asad, *Sekülerliğin Biçimleri: Hristiyanlık, İslamiyet ve Modernlik*, çev. Ferit Burak Aydar (İstanbul: Metis Yayınları, 2020).

Bahsedilen iki eğilimin yanı sıra bir tür “geçiş medyası”ndan bahsetmek mümkündür.⁵¹⁶ Bu üçüncü eğilime göre kutsal ve seküler alanı aynı anda kucaklayan medya; kutsal figürleri sekülerlere, seküler figürleri ise kutsala yakınlaştırmakta ve sınırları bulanıklaştırmaktadır. Yani bir yandan seküler alan spiritüalize edilirken aynı zamanda dini alan da sekülerleştirilmektedir.⁵¹⁷ Yani bir yandan dini sembol ve imgelerin artmasıyla birlikte dünyanın seküler portresi dağılmakta; öte yandan dinin bir kültür endüstrisi haline gelmesiyle birlikte “post-seküler”⁵¹⁸ bir görünüm sergilenmektedir.⁵¹⁹ Özetle içinde yaşadığımız toplum ne dindar bir toplum ne de seküler bir toplumdur. O sadece iki alanın iç içe geçtiği post-seküler bir toplum; dijitalleşme süreci de bu iç içeliği daha çok besleyen mümbit bir zemindir. Bahsedilen bu yeni bağlamda özellikle duygusallığı düşük dini yapılar teşvik edilmektedir. “Post-seküler toplum”da üretilen bu “portatif din”ler; tüketicilerin asgari düzeyde sadakat gösterdiği markalar gibi çabucak edinilen ve aynı hızda tüketilen, yoğunluktan uzak dinlerdir.

Görüldüğü üzere hem dini bireyler hem de seküler araçlar arasında tüketim biçimlerine dair karşılıklı bir etkileşim vardır. Bir yandan tüketimin artması amacıyla, seküler üreticiler dini figürleri ve sembolleri kullanmaya yönelmekteyken; öte yandan dindar kimlikler arasında çeşitli seküler tüketim biçimleri hızla yaygınlaşmaktadır. Bu nedenle inanç pratikleri, modern görsel kültürün taşıdığı sekülerleştirici öze etkileşim kurduğunda doğal olarak sekülerleşme emareleri göstermektedir. Burada “dini görünüm seküler bir anlayışa içkin olmakta”⁵²⁰ ve nihayet din, medyada “muhaffef bir eğlence koduna”⁵²¹ dönüşerek tüketilmektedir.

1.3. Değerlendirme

Kültür, topluma hem şekil veren hem de onun tarafından şekillendirilen dinamik eylemler bütünüdür. Bu nedenle çeşitli içsel ve dışsal etmenler tarafından daima

⁵¹⁶ Hoover, *Religion in the Media Age*, 64.

⁵¹⁷ Diane Winston, “All the World’s a Stage: The Performed Religion of the Salvation Army”, *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*, ed. Stewart M. Hoover - Lynn Schofield Clark (New York: Columbia University Press, 2002), 123-124.

⁵¹⁸ Jürgen Habermas - Joseph Ratzinger, *The Dialectics of Secularization on Reason and Religion* (San Francisco: Ignatius, 2006).

⁵¹⁹ Faruk Karaarslan, “Post Seküler Din Halleri ve Dinin Dijitalleşmesi”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. Mete Çamdereli vd. (İstanbul: Köprü Kitapları, 2015), 35-36.

⁵²⁰ Eken, “M Nesli’nin Online İnanç Pratikleri”, 65.

⁵²¹ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 48.

değiştirilebilmektedir. Bu etmenlerin başında kültürü taşıyan araçlar gelmektedir. Kültür; tarih boyunca kendisini geleceğe aktaran sözlü ve yazılı iletişim araçları tarafından değiştirildiği gibi bugün teknik yenilenmeye paralel dijital iletişim araçları tarafından hızla dönüştürülmeye devam etmektedir. İşte kültür; bu dönüşüm sürecinde sözlü-sözsüz ve eş zamanlı-art zamanlı iletişime imkan veren dijital araçlar sayesinde merkezless bir form kazanmakta ve ortaya dijital kültür olgusunu çıkarmaktadır. Bahsedilen teknik araçlar kültürü etkilerken aynı zamanda kültürü taşıyan dilin doğasında birtakım değişikliklere yol açmaktadır. Bu süreçte ardışık seslerin yapılandırılmasıyla ortaya çıkan sözlü dil, yeni iletişim ortamının beslediği ardışık görüntülerin yapılandırılmasına, yani dilin görselleşmesine evrilmektedir. Görsel dil; yazıyı bütünüyle dışlamayan, aksine yazılı dil ile görsellerin kombine edilmesinden oluşan ağıba bağılı, çokkipli, esnek, akışkan ve hiyerarşik olmayan bir dil formudur. Bu ekseninde inşa edilen kültür çerçevesi ise görsel kültür olarak adlandırılmaktadır.

Din fenomeninin dijital ortama uyum sağlama süreci; kutsal ve profan alanların birbiriyle temas etmesiyle başlamaktadır. Bu karşılaşma esnasında bir yandan temel inançlar yeni bir dil içinde sunularak yayılma imkanı elde etmekte; diğeryandan dini mitler, dijital ortamlarda tüketilmeye uygun mümbit bir alan haline gelmektedir. Yani dijital araçlar ve din fenomeni arasında karşılıklı bir kullanma-yararlanma döngüsü bulunmaktadır. Kutsal sirayet edici bir yapıya sahip olduğundan, kutsalın temas ettiği dijital ortama uygun hareketli, yenilikçi, sürdürülebilir ve evrensel anlamda erişilebilir bir dijital dindarlık ve teoloji formu ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan dijitalleşme sürecinin dini inançlar ve pratiklere ilişkin kolaylaştırıcı olduğu ifade edilebilir. Ancak süreç, aynı zamanda bir aşkınlık krizinin patlamasına sebep olacak potansiyelleri de barındırmaktadır. Bu açıdan dinin dijitalleşme sürecindeki serüveni; fırsatlar ve tehditler arasında salınım göstermektedir.

Mütedeyyin kimseler dijital platformlar üzerinde var olmaya çalıştığında, platformun doğasına uygun şekilde anonimlik elde etmektedir. Bu anonimlik, mütedeyyin kimselere kimlik dolabından istediğini seçme hürriyeti vermektedir. Dini kimlikler burada bedensiz, melez, parçalı ve tekil olduğundan sıkça değiştirilebilme özelliğine sahiptir. Yani kişi burada arzuladığı herhangi bir dini anlatıya uygun kimlik inşa edebilmektedir. Bununla beraber dijital ortamda dini kimlik edinme süreci her

zaman bir inşa süreci değildir. Aksine kişi farkındalığı nispetinde ya hazır dini kimliklerden birini seçmekte ya da özgürce kendine has bir dini kimlik inşa etmektedir.

Mütedeyyinler dijital ortama politik ve apolitik olmak üzere iki türde katılım sergileyebilmektedir. Birincisi internet erişimine sahip oldukları müddetçe dünyanın her yerindeki çevrimiçi dini etkinliklere ulaşma şansına sahiptirler. İkincisi ise dezavantajlı toplumlarda yaşayan mütedeyyin kitlenin politik baskılara karşı sesini yükseltebilme imkanı bulunmaktadır. Dijital katılım imkanı, kurumsallığa karşı stratejik bilgiyi öne çıkardığı için aynı zamanda yatay toplumsal hareketliliği artırabilmektedir. Ancak eğer mevcut toplumda dijital bölünme varsa ve herkes eşit katılım hakkına sahip olamıyorsa, o zaman dijital katılımı çatlaklar ortaya çıkmakta ve katılanların katılamayanlar üzerinde hiyerarşik güç oluşturma tehlikesi baş göstermektedir. Dijital ortama katılım sağlamayı başaran mütedeyyin kimlikler için yeni bir sosyalleşme ortamı söz konusu olmaktadır. Bu ortamlarda çok boyutlu, esnek, geniş ve bireysel özgürlüklere dayanan bir tür kendi kendine sosyalleşme süreci gerçekleşmekte; dini ve toplumsal normların yeni kuşağa olduğu gibi bütünüyle aktarılması şeklindeki geleneksel sosyalleşme biçimi giderek zayıflamaktadır. Ancak iletişim olanaklarının ve bireysel özgürlüklerin sınırsız olması; dini kimlikler için belirli bir kafa karışıklığına ve mütedeyyin kitleyi kendine yabancılaştıran bazı uygunsuz sosyalleşme formlarına neden olabilmektedir.

Dijitalleşme sürecinin din fenomeniyle kesiştiği bölgede en çok tartışılan hususlardan bir diğeri; dini değerlerin bir gösteriş unsuruna dönüşmesi ve dini mahremiyet kurallarının yaşadığı tehditkar dönüşümdür. Dijitalleşme sürecinde dini eylemler, sürecin doğasına uygun bir biçimde paylaşıldıkça ve gösterildikçe varılmakta; yani görülmedikçe ve paylaşılmadıkça hiçbir dini eylem icra edilmemiş kabul edilmektedir. Böylesi bir görülme arzusunun tatmin edilmesi yönündeki deneyimler kitlesel düzeyde bir öz şeffaflık getirmekte; bu öz şeffaflık ise özel hayatın imajlar dünyası tarafından işgal edilerek güvenlik zafiyetine neden olmaktadır.

Dijitalleşme sürecine adapte olmak bireylerin özel hayatları dışında, mütedeyyin kitleyi yönlendiren kanaat önderleri ve dini otoriteleri de dönüştürmektedir. Dijitalleşme sürecinin doğasında var olan akışkanlık; geleneksel dini hiyerarşiyi dağıtarak daha yatay ve çok katmanlı bir otoriteye dönüştürmektedir. Dini otoriteler bu dijital pazarın ihtiyaçları doğrultusunda ona dahil olmakta ve otantikliğinden vazgeçerek lidersizliğe liderlik etmek durumunda kalmaktadır. Burada arz-talep mantığı ekseninde çeşitli

pazarlama stratejileri geliştirilerek dini hizmet talebi ekseninde dijital ürünler pazarlanmaktadır. Yani dinin bir sermaye, dini sembollerin ise tüketim nesnesi haline geldiği dijital uzamda her türden inanç; alıcı bulmak için ambalajını yenilemek durumunda kalan dini bir marka haline gelmektedir. Tüm bunlara bakıldığında dijitalleşmenin sekülerleşmeyi beslediğini ifade etmek mümkün olsa da aslında dijital uzamda çok sayıda dini-mistik unsur dolaşıma sokularak dünyanın seküler portresi belli oranda dağılmaktadır. Sonuç olarak dinin dijital ortama uyum sağlama sürecinin tekil olmaktan uzak; çok katmanlı ve çelişkili bir yapıya sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.



İKİNCİ BÖLÜM

DRAMATURJİ, YOUTUBE VE DİN

2.1. Ana Hatlarıyla Goffman'ın Dramaturji Kuramı

2.1.1. Mikrososyolojik Bir Kuram Olan Dramaturji'nin Entelektüel Kökleri

Sosyolojik kuram, uzun yıllar boyunca klasik kuramcılarının makro düzlemde ele aldıkları konular üzerine inşa edilmiştir. Yapı, sistem, işbölümü, çatışma, toplumsal tipler gibi konular etrafında çerçevelenen makro sosyoloji; büyük adımlar, büyük konuşmalar ve büyük iddialar içermekteydi. Ancak yirminci yüzyılın başlarına gelindiğinde sosyolojik ilgi, söz konusu “büyük” mevzulardan daha “küçük” mevzulara doğru kayma eğilimi göstermiştir. Bu yeni ilginin nüveleri klasik makro kuramcılardan olan Weber'in “yorumlayıcı anlama”⁵²² ve Simmel'in “toplumsal atomlar arasındaki etkileşim”⁵²³ fikrinde bulunmaktadır. Ancak Weber ve Simmel mikrososyolojik bakış açısının ilk işaretlerini vermekle birlikte, doğrudan mikrososyolojik kuramcı olarak adlandırılmamaktadır.⁵²⁴

Mikrososyolojik kuram, ilk defa aynı dönemde yaşayan George H. Mead (1863-1931), William I. Thomas (1863-1947), Charles H. Cooley (1864-1929) ve Robert E. Park (1864-1944) gibi isimlerin çalışmaları üzerinde *doğrudan* temellendirilmiş; ardından Mead'in öğrencisi Blumer (1900-1987) ve Blumer'ın öğrencisi Goffman (1922-1982) tarafından güçlendirilmiştir. Goffman ile birlikte kuramsal zirveyi

⁵²² Max Weber, *Sosyolojinin Temel Kavramları*, çev. Medeni Beyaztaş (İstanbul: Yarn Yayınları, 2015), 20.

⁵²³ Simmel'e göre gündelik hayatın en basit eylemleri arasındaki sayısız sentez, toplum hayatını üretir. İnsanların birbirlerine bakması, birlikte yemek yemesi, birbirlerini kıskanması, birilerine güzel görünmek için giyinmesi, sokaktan adres sorması gibi bilinçli ve bilinçsiz tüm sıradan hareketler, insanları birbirine bağlar. Burada toplumun tüm bu atomları arasında etkileşim bulunmaktadır. Toplumsal hayatın katılığını, esnekliğini, renklerini ve tutarlılığını oluşturan şey işte bu insanlar arası etkileşimlerdir. Bk. Georg Simmel, *The Sociology of George Simmel*, ed. Kurt H. Wolff (Illinois: The Free Press, 1964), 10.

⁵²⁴ Özellikle mikrososyolojinin başlangıç noktasını oluşturan Mead, ne Marx'ın alt yapı-üst yapı anlayışına ne de Weber'in ideal tiplerine benzer bir sosyoloji kurar. Durkheim'in toplumsal bütünleşmenin sembolik temellerine ilgi duyması dolayısıyla biraz ona yakınlık gösterir. Ancak Durkheim'in toplumsal yapılara dayalı bütünleşmesi, Mead'in bütünleşmeyi zihin ve benlik kapasitesinin ürünü olarak gören anlayışından büyük bir farklılık göstermektedir. Mead; aynı şekilde etkileşim, roller ve benlikle ilgilenmesi bakımından sistematik bir mikrososyolojik süreç teorisi geliştiren Simmel'e benzemekle birlikte, bu süreçlerin bizzat kendisini benlik ve dili kullanan organizmaların rol alma özellikleri çerçevesinde inceleyerek onu büyük oranda aşmaktadır. Bk. Jonathan H. Turner vd., *Sosyolojik Teorinin Oluşumu*, çev. Ümit Tatlıcan (İstanbul: Sentez Yayınları, 2017), 499-500.

yakalayan sembolik etkileşimcilik, bugün için A. Russell Hochschild (1940-) ve P. Hill Collins (1948-) tarafından toplumsal cinsiyet alanına kaydırılarak sürdürülmektedir.⁵²⁵ Tarihsel serüvenine bakıldığında kendisiyle akran olan sosyologların sahaya olan katkılarına rağmen mikrososyolojik perspektifi eserlerinde kuramsal bir açıklıkla işleyen Mead’i, çizginin başlangıç noktası olarak işaretlemek ve Mead-Blumer-Goffman şeklinde bir kronolojik silsileden bahsetmek daha uygun görünmektedir. Bu anlamda iletişim çalışmalarında McLuhan nasıl merkezi bir yer işgal ediyorsa Mead de sembolik etkileşimciler için aynı pozisyonda bulunmaktadır.

Toplumu oluşturan özel bileşenlere vurgu yapmasına rağmen Mead’i makro bağlamın dışında tahayyül etmek zordur. O, “mikroskobik birimleri”⁵²⁶ “teleskop merceği”yle⁵²⁷ yakın çekimde analiz eden Blumer gibi haleflerinin amaçlarına ulaşmasını sağlayan öncü teorisyen olmuştur.⁵²⁸ Yani Mead’in alana en büyük katkısı mikro alana meşruiyet kazandıran makro bir kuram inşa edebilmesidir.⁵²⁹ En yalın haliyle bu mikrososyolojik kuram sağlıklı bir sosyal analiz için yapı, sistem ve kurumların çalışma biçimini betimlemenin yetersiz olduğunu, bunun yerine bireylerin bu organizasyonları kullanım biçimlerine, sosyal süreç için geliştirilen içeriden bakışa ve yorumsamacı bir anlayışa sahip olmak gerektiğini ileri sürmektedir.⁵³⁰ Özellikle Simmel, Park ve Goffman’ın eğitim aldığı Chicago Üniversitesi’nde kümelenen sembolik etkileşimci ekol, özünde bu mikrososyolojik anlayış üzerine inşa edilmiştir.

⁵²⁵ Mikrososyolojik kurama ilişkin bu panoramik veri, alandaki çeşitli kuramsal çalışmalardan süzölmüştür. Özellikle Alison Wolf - Ruth A. Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları: Klasik Geleniğin İyileştirilmesi*, çev. Mehmet Rami Ayas - Leyla Elburuz (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2015); George Ritzer - Jeffrey Stepnisky, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri*, çev. Irmak Ertuna Howison (Ankara: De Ki Basım Yayım, 2019); Turner vd., *Sosyolojik Teorinin Oluşumu* eserlerinin ilgili bölümlerine bakınız.

⁵²⁶ Wolf - Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 328.

⁵²⁷ Wolf - Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 302.

⁵²⁸ Yaşadığı dönemde takdir toplayan her bilimsel sima veya teorik perspektifin yeni nesilce ilgi görmemesi ihtimaline karşılık, tam tersi yaşadığı dönemden sonra büyük bir popülerite yakalayanlar da vardır. Mead işte ölümünden sonra teorisi kıymete binenlerden biridir. Mead’in teorisi bugün için büyük oranda güncelliğini korumaktadır. Bu güncelliği ele alan çalışmalardan biri için bk. Hans Joas - Daniel R. Huebner, *The Timeliness of George Herbert Mead* (Chicago: University Of Chicago Press, 2016).

⁵²⁹ Son zamanlarda Mead’in demokrasi, eğitim, savaş karşıtlığı, ulus-devlet psikolojisi gibi makro noktalarda çeşitli fikirlere ve tutumlara sahip olduğu, ancak öğrencileri tarafından kendisine atfedilen kitaplarında bu makro perspektifin bilinçli olarak göz ardı edildiğini belirten çalışmalar literatürde yer edinmeye başlamıştır. Bk. Mary Jo Deegan, *Self, War, and Society: George Herbert Mead’s Macrosociology* (New Brunswick: Transaction Publishers, 2008).

⁵³⁰ Michael Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, çev. Deniz Özçetin vd. (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2016), 18.

Mikrososyoloji burada Blumer'ın isim babalığı yaptığı sembolik etkileşimciliği kapsayan bir tür “ana üs”⁵³¹ konumundadır.

Mead'ın mikrososyal düşünce mirasını temel alan sembolik etkileşimcilik; gündelik hayata ilişkin hususları, birey ve toplum arasındaki “etkileşim” fikri başta olmak üzere “sembol”, “özne-benlik”, “eylem”, “rol”, “yorumlama”, “manipülasyon” ve “görelilik” gibi kavramlar üzerinden analiz etmektedir. Bu anlayışa göre toplum kişiden önce var olduğundan, bu kurulu düzene doğan bireylerin ona uyum sağlaması beklenmekte; toplum bu yönüyle bireyin üzerinde yer almaktadır.⁵³² Nitekim sosyal davranışçılık üzerine inşa edilen sembolik etkileşim; bireyden başlayarak toplumu bulmamakta, aksine toplumdan başlayarak bireye ulaşmaktadır. Yani bireysel düşünce, eylem ve etkileşim grup açısından açıklanmakta ve bütün parçadan önce gelmektedir.⁵³³ Bu nedenle Mead'ın mikrososyal nitelikli sosyolojisinde toplumsallık, insan eylemlerine sonradan eklemlenen bir şey olmayıp bu eylemlerin tam merkezinde yer almaktadır.

Toplumu “sembolik bir etkileşim biçimi”⁵³⁴ olarak kabul eden Blumer, Mead'ın jest iletişimi olarak adlandırdığı gerçekliği “sembolik olmayan etkileşim” (nonsymbolic interaction) biçimi olarak adlandırmaktadır.⁵³⁵ Çünkü jestler birer sembol değil, doğrudan harekettir. Fakat anlamlı semboller dizisi olan dil aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim biçiminde, bireyler bu semboller üzerinden etkileşirler.⁵³⁶ Dil aracılığıyla gerçekleştirilen bu sembolik etkileşimin “gösterge/indication” ve “yorum/interpretation” olmak üzere iki temel bileşeni bulunmaktadır. Bunlardan biri olan gösterge, anlamlı bir jestin sunumunu; yorumlama ise jestin anlamının belirlenmesini, başka bir deyişle “anlamın anlamı”nı⁵³⁷ ifade etmektedir.⁵³⁸ Eylemin ilk aşamasını jest oluşturur. Jest; eylemin kendisi değil, başkaları tarafından organizmanın niyetinin farkına varılmasını sağlayan bir hazırlık hareketidir. Bu nedenle iletişim esnasında karşılıklı jestler konuşması asli önem taşımamakta; burada önemli olan ve

⁵³¹ Wolf - Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 315.

⁵³² Turner vd., *Sosyolojik Teorinin Oluşumu*, 511.

⁵³³ Ritzer - Stepnisky, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 42.

⁵³⁴ Blumer, *Symbolic Interactionism*, 78.

⁵³⁵ Blumer, *Mead and Human Conduct*, 22.

⁵³⁶ Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, 105.

⁵³⁷ Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, 117.

⁵³⁸ Bir göstergenin yorumlayıcısı bir organizmadır. Yorumlama eylemi ise organizmanın işaret aracı sayesinde mevcut durumla doğrudan ilgisi olmayan nesnelere sanki varmış gibi tepki verme alışkanlığı, ortaya koyma çabasıdır. Bk. Charles W. Morris, *Foundations of the Theory of Signs* (Chicago: University of Chicago Press, 1938), 1/31.

iletişim için gereken asıl şey, karşılıklı duran iki organizmanın birbirlerinin eylemlerine nasıl tepki vereceği konusunda bilgi sahibi olmasıdır.⁵³⁹ Yani bir eylemin sembolik etkileşimsel olabilmesi için anlamlı olması gerekir. Düşünülmeden yapılan eylemler, kurallı olsa ve bir sonuca ulaşsa bile herhangi bir anlam taşımadığından etkileşimsel değildir.⁵⁴⁰ Böylesi anlamlı bir etkileşim sürecinin gerçekleşmesi için daha önce Mead'ın ifade ettiği *uyarıcı-tepki* şeklindeki iletişim dizisi Blumer tarafından *uyarıcı-yorumlama-tepki* ilişkisi olarak güncellenmiştir.⁵⁴¹ Buna göre iletişimsel bir süreç içinde gelişen insan deneyimleri, başkalarının söz ve davranışlarına verilen basit tepkiler değil, bu davranışlara verilen anlamlandırılmış tepkilerdir.

Yapısalcı yaklaşımın alternatifini olan sembolik etkileşim, büyük oranda yapılandırılmamış ve tanımlanmamış durumlara; sorunlu ve yeni yorumlar gerektiren durumlara odaklanır.⁵⁴² Bu yüzden sembolik etkileşimciler; temel ilgi alanlarını gündelik hayata kaydırarak aktör, eylem ve bunlarla ilişkili sembollere ve anlamlara odaklanmayı tercih etmektedir. Bu anlamlar ise kişilerarası etkileşim sayesinde ortaya çıkmakta ve öğrenilmektedir.⁵⁴³ Buna göre insanın çevresiyle kurduğu ilişki monolojik değil diyalogik nitelikte olduğu için, çokdilli özneler arasında etkileşimsel bir anlam ve dolayısıyla sınırsız bir bağlam ortaya çıkmaktadır.⁵⁴⁴ Bu sınırsız etkileşimsel bağlamda insanlar birbirleriyle etkileşerek ve tepkilerini birbirlerine göre ayarlayarak gündelik sosyal örüntüleri yeniden yapılandırır.

Mikrososyologlar; yukarıda ifade edildiği gibi mümbit bir saha olması nedeniyle gündelik hayatın, eleştirel bir metodoloji çerçevesinde ciddiye alınmayı hak ettiğini düşünür.⁵⁴⁵ özellikle sembolik etkileşimciler; sosyal eylemler üzerinde mikro bir perspektif geliştirirken, sıradan hayat deneyimlerini masa başında soyut kuram üretmekten ziyade, gerçek dünyaya karşarak derinlemesine analiz etmeyi tercih ederler.⁵⁴⁶ örneğin etik davranış kuralları buyurmadan, bütünsel bir kimliğin inşası için

⁵³⁹ Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, 84-86.

⁵⁴⁰ Wolf - Wallace, *ağdaş Sosyoloji Kuramları*, 286.

⁵⁴¹ Herbert Blumer, "Social Psychology", *Man and Society: A Substantive Introduction to The Social Science*, ed. Emerson P. Schmidt (New York: Prentice-Hall, 1937), 171.

⁵⁴² Wolf - Wallace, *ağdaş Sosyoloji Kuramları*, 298-299.

⁵⁴³ rneğin Amerika bayrağı fiziksel özelliklerinden dolayı değil, kişiler için taşıdığı anlam doğrultusunda önemlidir. Eğer kişi için vatani simgeliyorsa saygı duruşuna geçilir, emperyalizmi temsil ediyorsa yakılır. Bk. Ritzer - Stepnisky, *ağdaş Sosyoloji Kuramları*, 104.

⁵⁴⁴ Mihail M. Bakhtin, *The Dialogic Imagination: Four Essays*, ev. Caryl Emerson - Michael Holquist (Austin: University of Texas Press, 1982), 284.

⁵⁴⁵ Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, 280.

⁵⁴⁶ Ritzer - Stepnisky, *ağdaş Sosyoloji Kuramları*, 105.

gerekli olan stratejileri bulmayı öneren Mead, “teleolojik determinizm”⁵⁴⁷ olarak ifade edilen bir metodolojiyi; Cooley, “duygudaş içebakış” (instinctive emotion)⁵⁴⁸ yaklaşımını; W.I. Thomas ise “durumun tanımlanması”⁵⁴⁹ kavramsallaştırmasını önermektedir. Mead’ın takipçilerinden biri olan Blumer sosyal ilişkileri önermeler, tipolojiler ve kuramlara dayanan tündengelimci bir mantıktan hareketle a priori olarak değil, sürekli bir biçimde gözlem yaparak “keşfetmeyi” meşrulaştırırken⁵⁵⁰; Joas “öznelerarasılık” kavramını, rasyonel ve pozitivist anlayıştan yorumsal olana geçebilmek için bir “Arşimet noktası”⁵⁵¹ olarak kabul etmektedir. Bu metodolojik perspektiflerin kendine has ayrımları olmakla birlikte, hepsinde ortak olan husus; insan davranışının dondurulmuş görüntüsünü çekmekten daha çok, hareketli olan bu resme - tepeden değil- profilden bakmaya çalışmaktır.⁵⁵² Bu yönüyle sembolik etkileşimcilerin metodolojisi kesinliğe değil göreliliğe dayanır.

Sembolik etkileşimcilerin bahsedilen mikrososyal metodolojisi, bazı temsilcilerin son çalışmalarında birtakım değişikliklere uğramıştır. Bunlardan biri olan Blumer, sembolik etkileşimciliğin mikrososyal bir bakış açısına sahip olma zorunluluğunun olmadığını ve bu kuramın büyük örgütlerin ilişkilerini analiz etmenin mümkün olduğunu ifade ederek kuramsal sınırları genişletir.⁵⁵³ Benzer bir durum, Goffman’ın son çalışmasında etkileşimsel sosyolojiye çerçeve çizme ve yapılandırma çabasında görülmektedir.⁵⁵⁴ Ancak Blumer ve Goffman, bahsedilen ustalık eserlerinde makro çözümlemeler için ana taslak çizme girişimlerinde bulunsa da sembolik etkileşimciliğin makro ilişkilere nasıl uygulanacağını yeterince netleştirmemiştir. Bu nedenle sembolik

⁵⁴⁷ Joas, G.H. Mead: A Contemporary Re-Examination of His Thought, 168.

⁵⁴⁸ Bu kavramın tercümesi bana ait olmayıp, Ritzer’in çağdaş sosyoloji kuramlarına ilişkin eserinin İrmak Ertuna tarafından yapılan tercümesine dayanmaktadır. Bk. Ritzer - Stepnisky, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 106; Turner ve arkadaşlarının sosyoloji teorilerine ilişkin eserinin tercümesini yapan Ümit Tatlıcan aynı kavramı, “eylemin içsel seyri” olarak tercüme etmiştir. Bk. Wolf - Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 303; Kavramın orijinali için ise Bk. Cooley, *Human Nature And The Social Order*, 15.

⁵⁴⁹ Bu kavram durumun kendisinin önemli olmadığını, aksine insanların durumu tanımlama ve ona yükledikleri anlam biçiminin önemli olduğunu ifade etmektedir. Bk. William I. Thomas - Dorothy Swaine Thomas, *The Child In America: Behavior Problems And Programs* (New York: Alfred A. Knopf, 1928), 594.

⁵⁵⁰ Blumer, *Symbolic Interactionism*, 37.

⁵⁵¹ Joas, G.H. Mead: A Contemporary Re-Examination of His Thought, 2.

⁵⁵² Turner vd., *Sosyolojik Teorinin Oluşumu*, 515.

⁵⁵³ Herbert Blumer, “Sociological Theory in Industrial Relations”, *American Sociological Review* 12/3 (1947), 271-278.

⁵⁵⁴ Erving Goffman, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (Boston: Northeastern University Press, 1986).

etkileşimciliğin özünde tümevarımlı mikrososyolojik bir çözümleme biçiminin bulunduğunu söylemek kuramsal-tarihsel bağlamla uygun düşmektedir.

Bahsedilen öncü simaların düşünceleri üzerine inşa edilen sembolik etkileşimcilik; Goffman tarafından miras alınarak zirveye taşınmış, Goffman'den sonra günümüze ulaşan bugünkü süreçte ise Hochschild ve Collins tarafından bu kuramın çeperleri genişletilmiştir.⁵⁵⁵ Bunlardan Hochschild; sembolik etkileşimcilerin öncülerinde neredeyse hiç değinilmeyen, Goffman'de ise kısmen yer alan “duygular sosyolojisi”ne yönelmiştir. Özellikle Goffman ve Freud'den etkilenen Hochschild'a göre Goffman, utanma ve sıkılma duyguları üzerinde; Freud ise kaygı ve endişe duyguları üzerinde durarak konuyu sınırlı düzeyde ele almıştır.⁵⁵⁶ Ancak Hochschild; duyguları öfke, korku, küçümseme, suçluluk, üzüntü, kaygı, utanma, acıma, sevgi, özlem, gurur, minnettarlık ve karışık duygular gibi geniş bir yelpazede işleyerek onlardan farklılaşmaktadır. Duygular sosyolojisini özellikle toplumsal cinsiyetle ilintili bir biçimde çalışan Hochschild, çalışan kadınların ev işleri ve çocuk bakımı noktasında yaşadıkları duygusal gerilimlere odaklanmaktadır.⁵⁵⁷ Ayrıca Hochschild, literatüre kazandırdığı “duygusal emek” kavramıyla, herkes tarafından görülebilen yüz ve beden görüntüsünü düzenlemeye, yani “duygu yönetimi”ne harcanan mesaiyi ifade etmektedir.⁵⁵⁸ İşte alınıp satılabilir mahiyette olan duygusal emek, bu kullanım değeri nedeniyle duyguların yıpranma potansiyeline atıfta bulunur.

Sembolik etkileşimcilerin güncel simalarından olan Collins ise, pek az rastlanan Afro-Amerikalı çalışan bir kadın olarak yaşadığı saldırılardan edindiği deneyimler çerçevesinde bir sosyoloji üretmiştir. Ona göre geleneksel bilimin konu alanları beyaz erkeklerin ilgi tekelleri altındadır. Diğer kesimlerin deneyimleri ise geleneksel akademik tartışmalarda büyük oranda çarpıtılmış ve dışlanmış durumdadır.⁵⁵⁹ Collins'in eserlerinde “domination” (hakimiyet) ve “subordination” (boyun eğme) teması, cinsiyet ve ırk bağlamında yoğun bir biçimde işlenmektedir. Collins bu kavramları örneklemek için ise otobiyografik eserlerden ve romanlardan referans vererek mikrososyal

⁵⁵⁵ Wolf - Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 331.

⁵⁵⁶ Arlie Russell Hochschild, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling* (California: University of California Press, 1985), 216.

⁵⁵⁷ Arlie Russell Hochschild, *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home* (London: Penguin Publishing Group, 2012).

⁵⁵⁸ Hochschild, *The Managed Heart*, 7.

⁵⁵⁹ Patricia Hill Collins, *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment* (New York: Routledge, 2000), 202.

paradigmayla uyum içinde kalmaktadır.⁵⁶⁰ Bu paradigma çerçevesinde hareket eden Collins'in asıl vurmak istediği hedef ise, ötekileştirmenin normal ve gündelik hayatın kaçınılmaz bir gerçeği olarak görüldüğü sosyal manzarayı ifşa etmek ve eleştirmektir.

Tüm teorik bağlam özetlenecek olursa, mikrososyolojik bir kuram olan dramaturjinin entelektüel kökleri Mead ve Blumer'ın, geleceği ise Hochschild ve Collins'in kuramsal mirasında içkindir. *Etkileşim, süreç, benlik, bilinç, rol, deneyim, performans, yorum, denetim, manipülasyon, sahne, durum tanımlama, iç konuşma, duygudaş içe bakış* ve *duygusal emek* gibi kavramlar çerçevesinde inşa edilen bu mikrososyolojik kuram; makro-yapısal Avrupa sosyolojisinden büyük bir paradigmal kopuşu temsil etmektedir.

2.1.2. Dramaturji Kuramında Temel Kavramlar

Mead, paradigmal değişimin kavşak noktasıysa Goffman de bu yeni paradigmanın zirvesidir. Goffman; “mikrostudy” yapma noktasında tıpkı selefleri Mead ve Blumer gibi *karşılaşma, etkileşim, ilişki, eylem, rol ve benlik* gibi kavramlar üzerinde çalışarak onları usulen takip etse de seleflerinin mirasını kendi tarzınca güncellemiş ve onlardan aldığı sınırlı kavram kümesine çok sayıda ilaveler yapmıştır. Goffman'ın farkı ise, seleflerinin “teleskop merceği”yle baktığı etkileşimsel sosyal gerçekliğe (yani mikroskobik birimlere), “mikroskop merceği”yle daha detaylı bir biçimde bakmayı denemesidir.⁵⁶¹

Goffman, seleflerinin teorik mirasını tiyatrodan ithal ettiği dramaturji kavramıyla daha ileri taşımıştır. Webster sözlüğü, *drama* kavramını “sahnelenmek üzere üretilen bir kompozisyon ve oyun metni”; *dramaturjiyi* ise “bu kompozisyon ve oyun metninin sahneye uyarlanma sanatı” olarak tanımlamaktadır.⁵⁶² Bu çerçevede bir “drama kompozisyonunu yazan-üreten kişi” *dramatist*; “bu kompozisyonu sahneye uyarlayan

⁵⁶⁰ Wolf - Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 343.

⁵⁶¹ Goffman'ın Mead, Blumer ve Hughes'tan inanılmaz derecede etkilenmesine rağmen hepsine yaptığı atıf çok ama çok sınırlı sayıdadır. Çoğu eserinde bir veya iki defa hocalarına atıf yaptığı, bazısında ise hiçbir atıf yapmadığı görülen Goffman'ın tüm eserlerinde yine de en fazla Mead'e atıf yaptığı, Blumer ve danışmanı Hughes'a yaptığı atıfların ise birbirlerine yakın ve Mead'den daha az olduğu görülüyor. İlginç bir şekilde görgü kurallarını ele alan kitaplara, romanlara ve anı kitaplarına yaptığı sayısız atıfa kıyasla üstatlarına karşı bu görünür yok sayma girişimi, Goffman'ın özgün bir şeyler yapma ve ustalarını aşma niyetine bağlanabilir. Bu noktada Goffman'ın Hughes ile olan akademik ilişkisindeki gel-gitleri ele alan yararlı bir çalışma için bk. Gary D. Jaworski, “Erving Goffman: The Reluctant Apprentice”, *Symbolic Interaction* 23/3 (2000), 299-308.

⁵⁶² Inc Merriam-Webster, *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary* (Springfield: Merriam-Webster, 1994), 351.

teknik uzman” ise *dramaturg* olarak ifade edilmektedir.⁵⁶³ Görüldüğü gibi kavramlar arasında nüanslar olmakla birlikte hepsindeki ortak husus, teatral ve sembolik unsurlar taşıyan durumlarla ilişkili olmalarıdır. Goffman; çalışmalarında başta eylem, etkileşim ve otorite gibi kavramlar olmak üzere çok sayıda kavramı, durumu veya olguyu nitelerken “dramatik” ve dramaturjik” sıfatını birbirlerinin yerine kullanır.⁵⁶⁴ Goffman’ın eserlerinde sıkça kullandığı “dramatik/dramaturjik eylem” ifadesi, bir birey veya ekibin belirli davranış rutinlerini başka bir birey veya ekip önünde sergilediği incelikle tasarlanmış eylem biçimlerini ifade etmektedir.⁵⁶⁵

Bahsedilen tiyatro jargonunu sosyolojiye uyarlayan Goffman; sosyal yaşamı oyun perspektifiyle anlamlandıran birtakım “dramaturjik ilkeler” geliştirmiştir. Goffman, kullandığı metodun gözle görünür yetersizliklere sahip olduğunun farkındadır. Çünkü ne kadar benzese de yaşam, sahnedenkinden daha gerçek şeyleri iyi prova edilmeden sunarken, tiyatro sahnesi ise tamamen yapmacıktır. Yine sahnedeki oyuncu başka bir karakterin kılığına girerek ve diğer oyuncularla ortaklaşarak oyuncu olmayan seyircilere gösteri yaparken, gerçek hayatta oyuncu ve seyirci bütünleşmektedir.⁵⁶⁶ Yani gerçek hayatta her oyuncu aynı zamanda başkasının seyircisi olmakta, roller ve konumlar etkileşim esnasında hızla değişmektedir.

Genel yönetime dair “keşif”, “sunum” ve “kanıt” olmak üzere birbirleriyle ilişkili üç önemli konuya işaret eden Goffman; bu üç aşamalı genel metodolojinin daha çok ilk iki aşamasına ilgi duymuş, üçüncüsünü ise belli oranda çerçevesinin dışında tutmuştur.⁵⁶⁷ Yani Goffman’ın peşinde olduğu şey kanıtlamak değil, keşfetmektir. Ancak toplumsal hayattaki davranış kalıplarını keşfetmek, doğa bilimlerinin deneysel yöntemlerine kıyasla daha zordur. Çünkü toplumsal alan; doğa bilimlerinin kavramları ve bakış açısıyla yürütülebilecek bir alan olmadığından, onu bu bakış açısı çerçevesinde yeniden düzenleyecek kavramlara ve sosyal olguların keşfedilmesine yönelik yeni bir

⁵⁶³ *The Oxford English Dictionary: D-E* (Oxford: Clarendon Press, 1978), III/640.

⁵⁶⁴ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 103.

⁵⁶⁵ Goffman’ın kullandığı bu kavramlardan biri olan “dramatik eylem” için bk. Erving Goffman, *Forms of Talk* (University of Pennsylvania Press, 1981), 139; “dramatik üretim/sahne” için bk. Erving Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, çev. M. Fatih Karakaya (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2021), 159; “dramatik şaka/skeç” için bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 124.

⁵⁶⁶ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 13.

⁵⁶⁷ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 104.

çerçeve geliştirmeye ihtiyaç vardır. İşte Goffman, gündelik ve sıradan davranışlara ilişkin yeni bir kavrayış biçimine duyulan ihtiyaca kendi usulünce yanıt vermiştir.⁵⁶⁸

Gündelik söylem parçalı, muğlak ve eksiktir. Bu söylemin en küçük parçaları kelimeler, jestler ve yan dil oyunlarından; büyük söylem bütünü ise bu küçük parçalardan devşirilen anlamlardan oluşurlar. Goffman, tam da büyüklere kıyasla bu somut mikro parçalarla ilgilenir.⁵⁶⁹ Goffman; mikro teorisini inşa etmek üzere veri toplarken sıradan yaşamlar üzerine yapılmış saygın araştırmalardan, gayri resmi hatıralara ve daha çok bu ikisi arasında konumlanan çok sayıda kaynağa başvurmuştur.⁵⁷⁰ Tüm bu deneyim kırıntılarını “mikroskobik gözlem”⁵⁷¹ yoluyla bir araya getiren Goffman, kurumsal sosyal yaşamı kendince tutarlı bir çerçevede “mikroanaliz”⁵⁷² veya “mikroskobik analiz”⁵⁷³ olarak adlandırdığı bir teknikle çözümlenmiştir.

Goffman, mikro hayatı çözümlerken bir yandan bu hayatın kendine has yapısı ve ilkeleri olduğunu net bir biçimde belirtir.⁵⁷⁴ Diğer yandan aynı Goffman, sosyolojik yöntemde yapısal kavramlardan etkileşimsel kavramlara doğru bir dönüşüm olması gerektiğini de ifade eder.⁵⁷⁵ Çelişkili gibi görünse de Goffman sosyolojisinde “yapısallık” ve “belirsizlik” atbaşı gider. Nitekim ona göre birtakım yapısal unsurlar vardır; ancak bu yapısal unsurlar aktörlere ve sosyal durumlara içkindir. Yani Goffman’de özcü bakış açısından ziyade bir tür çoklu eylem ve yorumlama stratejisi vardır.⁵⁷⁶ Bu noktada Goffman’ın “yapısal sosyal psikoloji” olarak tanımladığı Hughes’un düşünce geleneğini takip ettiği açık bir biçimde görülmektedir.⁵⁷⁷ Burada Goffman’ın kendisini tanıtırken “sembolik etkileşimci” etiketinden özellikle uzak

⁵⁶⁸ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 17-19.

⁵⁶⁹ Thomas Scheff, “Goffman on Emotions: The Pride-Shame System”, *Symbolic Interaction* 37/1 (2014), 109.

⁵⁷⁰ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 13-14.

⁵⁷¹ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 267.

⁵⁷² Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 105.

⁵⁷³ Erving Goffman, *Karşılaşmalar: Etkileşim Sosyolojisinde İki Çalışma*, çev. Sercan Çalcı (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2018), 155.

⁵⁷⁴ Erving Goffman, *Toplum İçinde Davranmak: Etkileşimlerin Sosyal Düzenine Dair Açıklamalar*, çev. Adem Bölükbaşı (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2020), 216.

⁵⁷⁵ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 166.

⁵⁷⁶ Takdim bölümünde bu yoruma yer veren Levent Ünsaldı’ya teşekkürler. Bk. Erving Goffman, *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*, çev. Ş. Geniş vd. (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2021), 17.

⁵⁷⁷ Nitekim Goffman, kendisiyle yapılan bir röportajda çalışmalarını bu geleneğe yapılan bir katkı olarak görmekte; özellikle “Benliğin Sunumu” adlı çalışması özelinde kendi zihin dünyasının Hughes tarafından şekillendirildiğini belirtmektedir. Bk. Jaworski, “Erving Goffman”, 303.

durduğunu da belirtmek yararlı olacaktır. Nitekim kendisiyle yapılan bir röportajda “kendisini sembolik etkileşimci olarak görüp görmediği” şeklinde yöneltilen soruyu, “etiketlerin gerçekte hiçbir şeyi ifade etmemesinden dolayı belli bir kuramsal etiketle anılmayı doğru bulmadığı” şeklinde cevaplamıştır.⁵⁷⁸

Görüldüğü üzere gündelik ve mikro alana yönelen Goffman, Bourdieu’nün tabiriyle ifade edilecek olursa “devasa küçüklüğün kaşifi”⁵⁷⁹ olarak alanda mazbut bir konum işgal etmektedir. Bu noktada Goffman’ın ilgilendiği temel sosyal birim, etkileşim içinde olan en az iki kişilik “karşılaşmalar”⁵⁸⁰ ve “birliktelik”lerdir.⁵⁸¹ Nitekim ona göre kamusal alana çıkan bireyler, yapısal birim değil etkileşimsel bir birimdir. Çünkü birey kamusal alana yalnız olarak çıktığında bile başkalarıyla “odaklı” veya “odaksız”, “sözlü” veya “sözsüz” pek çok şekillerde etkileşim kurduğu için “tek kişilik bir ekip”⁵⁸², yani etkileşimsel birim olarak eylemde bulunmaktadır.⁵⁸³

Goffman’e göre toplumsal etkileşim; tıpkı bir sahne gibi dramatik açıdan şişirilmiş eylemler ve karşı-eylemlerin karşılıklı alışverişinden oluşmaktadır. Burada insanlar bir senaryoyu pratik yapmadan sahneleme kabiliyetine sahiptir, çünkü hayatın kendisi dramatik canlandırmaya dayalı bir etkileşim bütünüdür.⁵⁸⁴ Kamusal hayatla ilgilenen Goffman, yönünü yapılardan ziyade gösterilere, ifade biçimlerine ve sosyal düzenlemelere çevirir.⁵⁸⁵ Bu yüzden Goffman’ın dramaturji kuramının üzerine inşa edildiği temel kavram “performans”tır. Goffman’ın sıklıkla ele aldığı “karşılaşma” ve sıradan “etkileşim” sürecinden ayrı bir şey olan “performans”, bir katılımcının diğer katılımcı/ları etkilemeye yönelik etkinliklerini ifade etmektedir.⁵⁸⁶

Kişi; ister tanımadığı kişilerle karşılaşacağı kamusal alana, isterse tanışıklığının olduğu sosyal bir grubun huzuruna çıksın birtakım jestler aracılığıyla bir tür “kamusal

⁵⁷⁸ Ayrı röportajda “insanlar belli bir etiket kullanmakta ısrar ediyorsa şayet, sanırım ben de herkes kadar sembolik etkileşimciyim. Ama aynı zamanda geleneksel anlamda bir yapısal işlevselciyim” şeklinde dile getirdiği ifadeler için bk. Jef Verhoeven, “An Interview with Erving Goffman, 1980”, *Research on Language and Social Interaction* 26/3 (1993), 317.

⁵⁷⁹ Plerre Bourdieu, “Erving Goffman: Discoverer of the Infinitely Small”, *Theory, Culture & Society* 2/1 (1983), 112-113.

⁵⁸⁰ Tanım ve detaylı bilgi için bk. Goffman, *Karşılaşmalar*, 18-19.

⁵⁸¹ Karşılaşma ve birliktelik arasındaki etkileşimsel fark için bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 46.

⁵⁸² Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 40.

⁵⁸³ “Odaklı etkileşim”, insanların fiziksel olarak birbirine yakın olacak şekilde bir araya gelerek işbirliği içinde tek bir ilgi odağına yoğunlaştıkları bir etkileşim biçimini; “odaksız etkileşim” ise gözlemcinin yanından geçen birinin görüş açısına girmesiyle birlikte, kabaca göz gezdirerek onun hakkında anlık bilgi toplamasını mümkün kılan etkileşim türünü ifade eder. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 33.

⁵⁸⁴ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 77.

⁵⁸⁵ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 235.

⁵⁸⁶ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 28.

gösteri” veya “niyet gösterisi” sahneler ve böylece kendisini başkalarının okuyup tahminde bulunabileceği bir şey haline getirir.⁵⁸⁷ Goffman’e göre kişiler elbette kısmi bir gösteri sunma hakkına da sahiptir. Yani kişiler, istedikleri bilgileri açık edip istemediklerini ise göze çarpmayacak hale getirme noktasında serbesttirler. Ancak bu serbestlik sadece kültürün izin verdiği ölçüde olabilir.⁵⁸⁸ Çünkü kişinin toplum karşısında sergilediği gösteri; içine doğduğu kültürün kendisine sunduğu ve herkesin yararlandığı aynı “rol repertuarı”ndan⁵⁸⁹ seçilen eylem kalıplarıyla inşa edilir.⁵⁹⁰ Tüm bunlar kültür içinde gömülü bir tür “teatral çerçeve”⁵⁹¹ içinde gerçekleşir.

Performansları, içten ve dürüst nitelikli “gerçek performans” ile imalatçıların titiz emeklerinin ürünü olan “düzmece performans” olmak üzere ikiye ayıran Goffman, gerçek performanslara kıyasla sahte performanslara daha çok ilgi duyar.⁵⁹² Çünkü ona göre asıl amaçları için kullanılan nesnelerin araçsal yönlerini gerçek performanslarda anlamak çok zordur ve bir nesneye verilen etkileme işlevleri ise en çok sahte performanslarda açığa çıkar.⁵⁹³ Bu anlayışa göre bir şeyin dramatize edilmesi, hatta dramatizasyon sürecinin bile dramatize edilmiş olması onu gerçeklikten koparmaz. Aksine gerçeklik burada farklı bir düzlemde devam eden yeni bir forma bürünmüştür.⁵⁹⁴ Bir performansı sahte yapan şey, yanlış veya yeni bir rutinin üretilmesi değil, eski ve geçerli olan rutinlerin değişen şartlar altında devam ettirilmesidir.⁵⁹⁵ Yani Goffman’e göre sahtekar yalan söyleyen değil, yalanını ustaca söyleyemediği için performansını sekteye uğratan kişidir.⁵⁹⁶ Bu anlamda bir performansın başarısı, ona şahit olan kimselerin oyuncu içtenliğine büyük ölçüde inanmasına bağlıdır.

⁵⁸⁷ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 31,159.

⁵⁸⁸ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 240.

⁵⁸⁹ Goffman, *Damga*, 102.

⁵⁹⁰ Vaftiz, evlilik, mezuniyet, cenaze gibi dönüm noktaları; selamlaşma ve vedalaşmalar gibi toplumsal ilişkiler; ayrıca tatiller ve hafta sonu buluşması gibi her türlü günlük eylem ideal ortamlarda resmi törenlerle icra edilir. Bu davranış kalıpları toplumda hazır bir şekilde mevcuttur ve nasıl icra edileceklerine dair kurallar ayrıntılarıyla betimlenmiştir. Bk. Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 17.

⁵⁹¹ Goffman, *Frame Analysis*, 123.

⁵⁹² Goffman, *Benliğin Sunumu*, 76.

⁵⁹³ Örneğin evinden ayrılmayanların ellerinde egzotik mekanların kartlarını bulundurması veya sıradan arabası olanların bunlara şık jantlar takması, çok sık seyahat ederek bu kartları edinenler ve şık arabasına şık jant takan kimselere kıyasla daha fazla dramaturjik malzeme taşır. Bu yüzden gerçek performansın doğası, ancak sahte olanı anladığımızda ortaya çıkar. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 73.

⁵⁹⁴ Goffman, *Frame Analysis*, 560.

⁵⁹⁵ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 320.

⁵⁹⁶ İnsanlar bir performans sırasında iyi niyetli dürüst bir eylemin kötü bir izlenim yaratması nedeniyle utanç duyabilirler. Bu duruma düşmemek için kişinin kendisinin inanmadığı gösteriler sahnelemeye

Goffman'e göre tecrübe edilen tüm performansların arka planını görme şansı bulunsaydı, insanlar tarafından taviz verilmemiş gibi sunulan nihai duyguların, inandırıcı olmak için birazcık "prova edildiği" ve aslında tüm görünüş biçimlerinin "ayarlanmış" olduğu anlaşılacaktır.⁵⁹⁷ Yani burada aslında en küçük detayı bile ustaca kurgulanan bir düzenek söz konusu edilmektedir. Bu düzenek, sahne arkasından oynatılan gösterinin inandırıcı olabilmesi için bir araya getirilen büyük bir oyundur.⁵⁹⁸ Bu oyunun başarısı ise büyük bir kurguyla hazırlanan olaylar dizisinin kendiliğinden ve bağımsız bir biçimde gerçekleştiğine inandırmasına bağlıdır.⁵⁹⁹

Goffman'e göre bir performansta performansı sahneleyen "oyuncular", performansın hedeflediği "izleyiciler" ve performansta herhangi bir rolü olmayan "dışarıdakiler" olmak üzere üç kritik rol bulunmaktadır.⁶⁰⁰ Dramaturjik anlayış, insanları kendilerine sunulan pek çok senaryodan birini seçmek durumunda kalan oyunculara benzetir. Bazı senaryolar o rolü oynamaktan zevk alınmadığı için hemen reddedilebilir. Ancak nihayetinde bu senaryolardan biri, hayal gücümüzdeki öteki rollerden biri baskın çıkana kadar canlı bir şekilde oynamak üzere seçilir.⁶⁰¹ Bununla beraber toplumsal düzende yer alan her oyuncu hayati roller üstlenmez. Bazı oyuncuların rolleri sadece "vitrin süslemek"ten ibarettir.⁶⁰² Bu nedenle "kamusal veya sosyal birey"in⁶⁰³, tek tip role mahkum olan bir oyuncu olmaktan ziyade, çok sayıda rolü oynayabilme becerisine sahip bir tür "çoklu rol oyuncusu"⁶⁰⁴ konumunda olduğu ifade edilebilir.

çalışır. İşte bu durum kişinin kendisine karşı bir tür yabancılaşmasına ve başkalarına karşı da çekinceli birisine dönüştürebilir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 220-221.

⁵⁹⁷ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 76,150.

⁵⁹⁸ Her karşılaşma esnasında, sahnelenen ana oyunun yanı sıra katılımcıların bazı alt kümeleri tarafından bir yan hikaye oluşturması olasıdır. Bu yan hikayeler çoğunlukla resmi karşılaşmaya saygılı görünen jestlerin ardında gizli kapaklı olarak sürdürülür. Bk. Goffman, *Karşılaşmalar*, 67.

⁵⁹⁹ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 368-369.

⁶⁰⁰ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 140.

⁶⁰¹ Richard M. Gale, *The Philosophy of William James: An Introduction* (Cambridge University Press, 2004), 47.

⁶⁰² Vitrin süsleyenlerin rolleri salt törensel bir yapıya sahiptir. Örneğin geçmiş dönemlerde vazifesi efendisinin gücünü ve mülkünü sergilemek olan uşaklar, diğer hizmetkarlara kıyasla efendisinin gösterisinin en önemli parçasıydı. Bugünün gösterişçi tüketim toplumunda ise kocalara sosyo-ekonomik statü edinme, eşlere ise bu statüyü sergileme rolü biçilmiştir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 104-105.

⁶⁰³ Goffman'ın terminolojisinde kamusal hayat ile sosyal hayat birbiriyle bitişik olarak ele alınsa da kesinlikle eşitlenmez. Buna göre toplumsal hayat hayvanlarda da görülebilen sürü, çete ve küme halindeki yaşamı; kamusal hayat ise sadece insan türüne özgü olan yüz yüze anlamlı ilişkiler bütününe kapsayan bir sosyalliği ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 17-18.

⁶⁰⁴ Goffman, *Karşılaşmalar*, 153.

Bir performans tekil bir oyuncu (tek kişilik ekip) tarafından sahnelenebileceği gibi birden fazla kişinin birleştiği daha büyük “takım”lar tarafından da sahnelenebilir.⁶⁰⁵ Goffman’a göre bir takım, birbirine “karşılıklı bağımlılık” ve “aşinalık” bağlarıyla bağlı olan işbirliği halindeki mikro bir topluluktur.⁶⁰⁶ Bir takımdaki tüm üyeler, takım değerlerine aynı derecede bağlı olmadığı için takımların sunduğu gösterilerin her an zedelenme tehlikesi bulunur. Böylesi bir zedelenme durumunda saldırgan ve izleyici genelde üstü kapalı işbirliği yaparak “durum”u ve “yüz”lerini kurtarabilirler.⁶⁰⁷

Goffman’ın ele aldığı ikinci performans öznesi, “izleyici”dir. Ona göre bir performansın doğasında oyuncuların daima “düzeltim” sunması, izleyicilerin ise “yatıştırma” sunması olağandır.⁶⁰⁸ Ona göre oyuncunun başarılı bir performans sergilemesi için izleyicinin incelik göstermesi; oyuncunun da seyircinin incelik göstermesine izin vermesi ve bu inceliği sürdürmesi gerekir. Yani oyuncu, seyircinin performansın gidişatına yönelik verdiği ipuçlarını değerlendirerek sunumunu güncellemeli ve seyircinin hoş göremeyeceği bayat bahanelerin arkasına saklanmadan, durumu ustaca kurtarmalıdır.⁶⁰⁹ İzleyicinin oyuncuyla “erişilebilir irtibat” (accessible engagement) kurarak performansa müdahil olabilmesi ve irtibatın sınırlarını/bütünlüğünü koruyabilmesi için ise davranışlarını uygun bir biçimde düzenlemesi gerekir. İzleyici kendisini irtibata kapatır, uygar kayıtsızlık gösterir veya kulak misafiri olmak gibi meşru olmayan yollara başvurursa bu irtibat sekteye uğrar ve performans tehlikeye girer.⁶¹⁰ Goffman’ın ele aldığı diğer bir kategori olan “dışarıdaki”ler, performans alanının dışında kalan bireyleri ifade eder. Ancak bu performanstan keskin bir şekilde dışlananların kategorisi değildir. Çünkü dışarıdaki biri;

⁶⁰⁵ Goffman sosyolojisindeki “takım”, Mead’in “genelleştirilmiş öteki” olarak ifade ettiği gerçeklikle büyük benzerlik göstermektedir. Nitekim beyzbol takımı örneğinden yola çıkan Mead’e göre genelleştirilmiş öteki, böylesi birliktelikleri oluşturan bireylerin her birinin ortak deneyimine dayanan ve onlara benlik bütünlüğü veren genel bir topluluktur. Bk. Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, 181.

⁶⁰⁶ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 87-89.

⁶⁰⁷ Üstü kapalı işbirliği yaparken en sık kullanılan yöntemlerden biri kişinin kendi hakkından feragat etmesidir. Bu kibar feragat sayesinde kişi; mütevazî olduğunu ve ritüel yasaya bağlılık hususunda güvenilir biri olduğunu beyan etmiş olacak, böylece kişinin muhatabı tarafından övülmesine ve kendisine müsamaha gösterilmesine yol açacaktır. Bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 37, 41.

⁶⁰⁸ Goffman; olumlu ya da olumsuz olsun insanlar arasındaki tüm ilişkilerin daima karşılıklı bir değiş-tokuş olduğunu düşünür. Selamlaşma ve vedalaşma gibi olumlu ilişkilerde “destekleyici değiş-tokuş; olumsuz ilişkilerde ise “telafi edici değiş-tokuş” süreci işler durumdadır. Goffman; telafi edici değiş-tokuşun düzeltim, yatıştırma, şükran ve minimize etme şeklinde dört aşamadan oluşan -ancak her ilişkide dördünün gerçekleşmek zorunda olmadığı- bir döngü olduğunu ifade eder. Bunlardan düzeltim, etkileşimi başlatan bir saldırı veya istek; yatıştırma ise buna verilen olumlu veya olumsuz cevaptır. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 117,181,197.

⁶⁰⁹ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 219.

⁶¹⁰ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 172-173.

beklenmedik bir anda performansa dahil olabilmekte veya mevcut performansın beklenen izleyicisi haline gelebilmektedir.⁶¹¹

Goffman'ın bahsettiği performans öznelinin “dramatik eylem”de bulundukları üç farklı “bölge”⁶¹² vardır. Bunlardan biri, performansın sunulduğu yer olan “vitrin bölgesi” (frontregion) veya “sahne önü” (frontstage)’dir.⁶¹³ Performansın gözlemci önünde işleyen kısmını ifade eden “vitrin”; sahneyi oluşturan dekorasyon ve arkaplan düzenlemelerini içeren “set” ile oyuncuların *görünüş* ve *tutumlarını* ifade eden “kişisel vitrin” olmak üzere iki unsurdan oluşmaktadır.⁶¹⁴ Bir performansın gerçekleşmesi için vitrini oluşturan tüm unsurlar arasında -yani set, görünüş ve tutum arasında- tutarlılık olması beklenir.⁶¹⁵ Bu tutarlılık, oyuncunun ön bölgede jestler ve mimikler aracılığıyla seyirciye nasıl davranması gerektiğini ifade eden nezaket kuralları ve çeşitli ahlaki kurallardan oluşan birtakım davranış standartlarına uyarak gerçekleştirilir.⁶¹⁶

Goffman'ın bahsettiği ikinci bölge, “sahne arkası” (backstage) veya “arka bölge” (backregion) bir performans tarafından çizilen izlenimle çelişen görüntülerin yer aldığı işlevsel bir bölgedir. İzlenimler, yanılsamalar, sahne dekorları, kişisel vitrin unsurları gibi her şey burada depolanır. Takımlar, performansını burada prova eder. Gösteriyle çelişecek tüm nesneler buraya saklanır ki seyirci bunu görüp performansla karşılaştırmaz. Oyuncu sahne arkasında soluklanır ve vitrinini bir kenara bırakır.⁶¹⁷ Sahne önü iyi dekore edilmiş ve düzgün iken sahne arkası dağınıktır ve etkileyici değildir.⁶¹⁸ Gündelik yaşamda yatak odası ve mutfak arka bölgeyi, salon ve bahçe ise

⁶¹¹ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 132.

⁶¹² Goffman etolojiden ithal ettiği “bölge” kavramını, farklı çalışmalarında kişilerin veya şeylerin kendilerine ait olan özel alanlarını ifade etmek üzere çeşitli bağlamlarda kullanır. Bu noktada “benliğin bölgeleri” olduğunu iddia eden Goffman’a göre bu bölgelerin ev veya arsa gibi bazıları coğrafi olarak “sabit”, bazıları parklardaki banklar veya restoran masaları gibi “durumsal”, diğer kısmı ise cüzdan gibi öznesiyle birlikte hareket eden “egosantrik” karakterlidir. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 54.

⁶¹³ Sahne, kurgulanan aksiyonun bağlamını belirten herhangi bir arka plan ve fondur. Bk. Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 96.

⁶¹⁴ Kişinin cinsiyeti, boyu, yaşı veya yüz ifadeleri gibi fiziksel özellikleri “görünüş”; küstah, saldırgan, iyimser gibi sayısız davranışsal özellikleri ise “tutum” olarak adlandırılır. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 33-35.

⁶¹⁵ Örneğin bir şehri yöneten valinin tahtırevanını bir düzine adamın taşıması gibi heybetli tutumunun, fiziksel özellikleriyle -valinin iriyarı olması- uyum içinde olması beklenir. Ancak bazen üst düzeydeki birinden daha eşitlikçi bir tavır veya üst konumdaki birinin daha üst konumdaki birine karşı daha mütevazı davranması gibi görünüş ve tutum arasında tutarsızlıklar olabilir. Bu tür tutarsızlıklara sık rastlanmadığı için şaşkınlığa sebep olur. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 36.

⁶¹⁶ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 108.

⁶¹⁷ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 112.

⁶¹⁸ Bunu, Sabahattin Ali’nin ünlü romanında kahramanın evini tasvir ederken kullandığı ifadelerde görmek mümkündür: “Evin, misafirlerin gözüne görünmeyen kısımlarındaki perişanlığına mukabil, holdeki ve misafir odasındaki intizam bir dereceye kadar Necla’nın eseri idi. Fakat ötekiler de, temasta

vitrin bölgesini temsil eden çok sayıda örnekten sadece birkaçıdır. Yatak odalarında temizlenen, makyajı yapılan ve giydirilen bedenlere yapılan işlemlerin benzeri, mutfakta yiyeceklere yapılır.⁶¹⁹

Goffman'ın ele aldığı üçüncü bölge ise oyuncu ve seyircinin performans alanı dışında kalan, sınırlarla çevrelenmiş “dışarı”dır. Oldukça esnek olan bu “dışarı” bölgenin statüsü, etkileşim esnasında bazen açık bir sahneye bazen de bir tür “yarı-sahne”ye⁶²⁰ dönüşebilmektedir. Görüldüğü üzere bulundukları konum itibarıyla oyuncu, sahne önü ve sahne arkasında bulunan ve gösteri hakkında yıkıcı bilgilere sahip olan; seyirci sadece sahne önünde bulunan ve gözlem yaparak sınırlı bilgi edinebilen; dışarıdaki ise iki bölgeden de dışlanarak performansın imajını ve sırlarını bilmeyen kişidir.⁶²¹ Özetle bir performans; işlev, erişilebilen bilgi ve girilen bölge arasındaki bağlantının ürünü olmaktadır.

Kişi, kamusal alana çıktığında topluluk içinde kendisini umursayanlara karşı standart bir gösteri sunmaktadır. Bu gösteride kullanılan ekipman ise kişinin bedeninin bütünüdür.⁶²² Yani kişi sahne önüne çıktığında kendini sahneler. Ancak kişinin kendini sahneleme”si (self-enactment) nasıl mümkün olur? Goffman'ın sıklıkla atıf yaptığı Jung'a göre kolektif psişede olasılıklar sonsuz olduğu için bireysel bilinç kendisini bu sonsuzluğa teslim eder. Öyle ki nihai aşamada bilinçli kişilik, satranç tahtasındaki pek çok figürden birisi haline gelerek görünmez bir oyuncu tarafından hareket ettirildiğini hisseder.⁶²³ Bu düşünceyi sürdüren Goffman'e göre kişi; elindeki mevcut durumların tamamen normal olduğunu varsayarak davranmak, kendisini şartlara uygun bir biçimde

bulundukları ahabaplarına karşı evlerinin suratına bu şekilde bir maske geçirmeyi muvafık bulmuşlardı. Bu yüzden hatta kendileri de iştirak etmek suretiyle, mobilya mağazalarına senelerce taksit ödemişler, bir hayli sıkıntıya katlanmışlardı. Fakat şimdi kırmızı kadife takımlar misafirleri takdirle başlarını sallamaya sevk ediyor ve on iki lambalı radyo, bütün mahalleyi gürültüye boğabiliyordu. Camekanlı büfede dizili duran altın yaldızlı kristal içki takımı ise, sık sık getirip beraber rakı içtiği arkadaşlarına karşı Nurettin Bey'i asla küçük düşürmüyordu.” bk. Sabahattin Ali, *Kürk Mantolu Madonna* (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2019), 30.

⁶¹⁹ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 122.

⁶²⁰ “Yarı-sahne” seyircilerin mevcut karşılaşmanın dışında kaldıkları zeminlerdir. Örneğin iki kişinin kamusal alanda başkası tarafından işitilecek kadar yüksek sesle konuşması, ancak zaman zaman ses tonlarını değiştirerek ve kısarak duyulmasını önlemeye çalıştıklarında bir yarı-sahne durumu meydana çıkar. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 205.

⁶²¹ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 140.

⁶²² Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 170-171.

⁶²³ Carl Gustav Jung, *Two Essays On Analytical Psychology*, çev. H. G. Baynes (London: Bailliere, Tindall & Cox, 1928), 169.

yapılandırmak veya cebir altında kalarak “rol kesmek” şeklinde üç farklı şekilde kendisini sahneleyebilir.⁶²⁴

Goffman’e göre etkileşim esnasında zor durumda kalan veya bocalayan bedenler, kendilerine has oyunlara başvururlar. Bu noktada kullanılan birtakım jestler, oyundan düşen oyuncunun oyuna tekrar dönene kadar arkasına saklandığı ekranlar gibi işlev görür.⁶²⁵ Kişi; bu ekranların ardında, bireysel veya takım olarak işgal ettiği sosyal konumun gerektirdiği çok sayıda role bürünür. Bu roller arasında bir asimetri olmakla birlikte, rollerin her zaman birbiriyle uyumsuz olması gerekmez.⁶²⁶ Daha ziyade her rolün bağlamsal bir yapısı vardır. Yaş, cinsiyet, bölge ve sınıfsal farklılıklar rollerin sergilenmesinde kültürel açıdan karmaşıklık sağlar ve her role bir bağlam kazandırır. Bu nedenle bireylerin bazı bağlamlarda sahip oldukları kimlik, benlik ve öncelik verilen rol başka bağlamlarda değişmekte veya etkisiz olabilmektedir.⁶²⁷

Goffman’e göre kişi role büründüğü gibi bu rolle arasına mesafe koyabilmekte ve rolden çıkabilmektedir. Bu noktada Goffman, Merton’dan aldığı “rol kümesi” (role-set) ve Mason-Gross’tan aldığı “rol dilimleri” (role sectors) kavramlarından esinlenerek “rol mesafesi” kavramını geliştirmiştir.⁶²⁸ Rol mesafesi, icracının icra ettiği rollerden mağrur bir biçimde uzaklaştığını gösteren eylemleri ifade etmektedir.⁶²⁹ Goffman; kişinin yerleşik rolünü küçümseyerek role mesafe konulmasının yanı sıra rolden tamamen veya kısmen çıkılan birtakım “çerçeve-dışı faaliyet”⁶³⁰ (out-of-frame activity)’lerden de bahseder. Alışıldık durumlardan farklı olan bu “ayrıksı roller”; *muhbir*, *yem*, *gözcü*, *aracı* ve *profesyonel müşteri* gibi rutin karakterin dışında bir iletişim biçimi sergilemektedir.⁶³¹ Bu ayrıksı rollerin gerçekleştirdiği karakter dışı iletişim, bir oyuncu

⁶²⁴ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 317,322.

⁶²⁵ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 116-117.

⁶²⁶ Baba ve çalışan rolleri birbirinden farklı olsa da örneğin çocuğuyla birlikte dolaşırken patronuyla karşılaşan kişinin baba rolünden sıyrılması gerekmez veya beklenmez. Bk. Goffman, *Damga*, 111-112.

⁶²⁷ Goffman, *Karşılaşmalar*, 163.

⁶²⁸ Rol kümesi”, bir kişinin aynı statünün gerektirdiği çok sayıda rolü olduğunu; “rol dilimleri” ise bir tür alt rolleri ifade eder. Bk. Goffman, *Karşılaşmalar*, 89-90.

⁶²⁹ Goffman rol mesafesine biri atlıkarıncaya binen yaşı büyük çocuklar üzerinden spesifik bir örnek verir. Buna göre bir çocuk atlıkarıncaya bindiğinde, becerilerini sergileyeceği bir role bürünür ve burada sergilediği tehlikeli davranışlar ise kendisine biçilen bu rolden daha fazlası olduğunu anlatır. Bu tehlikeli davranışlar ister kasıtlı isterse kasıtsız yapılsın, nihayetinde birey bunlarla kabul edilen rolün imlediği benliği reddetmektedir. Bk. Goffman, *Karşılaşmalar*, 113-118.

⁶³⁰ Goffman, *Frame Analysis*, 201.

⁶³¹ Bunlardan “yem”; oyuncularla işbirliği halinde olmasına rağmen, seyircilerin arasına karışıp sıradan biriymiş gibi davranan; “gözcü” tıpkı muhbir gibi seyircinin arasında bulunan ancak marifetlerini muhbirden farklı olarak oyuncular için değil, seyircilerin yararına kullanan kişiyi tanımlamaktadır. “Profesyonel müşteri”, seyirci kısmında alçakgönüllü bir biçimde bulunmasına rağmen gösteri sonrasında

veya takımın etkileşim esnasında gösterilen resmi izlenimle uyuşmayan bilgileri içerir.⁶³² Yani çoğu rol, rutin etkileşim içinde belirli standartlara göre biçimlenmiş olsa da rutin olmayan etkileşim biçimleri esnasında rutin olmayan rollerin üstlenilmesi mümkündür. Fakat insanlar neden rol yapmak zorunda kalırlar?

Goffman’a göre insanlar, başkalarının kendileri hakkında iyi şeyler düşünmesini istedikleri için, dahası başkalarına “normal”⁶³³ görünmek için rol yaparlar. Belirli bir karşılaşma, şartları önceden belirlendiği için kişiye az rol ve dolayısıyla daha az yüz seçeneği verecektir. Bu durumda kişi elindeki rol ve yüz sayısını kullanarak etkileşimde bulunduğu, işler yolunda olduğu sürece karşıdaki kişi, kendisinin noksan vasıflarını fark edemeyecektir. Ancak işler yolunda gitmediğinde, kişinin bu vasıflara sahip olmadığı, sadece sahipmiş gibi davrandığı ortaya çıkar.⁶³⁴ Nihayetinde “normal görünüm” kişilerin dikkat çekmeme ve dikkat çekmediğinin anlaşıldığını anlamaya çalışma gibi bir dizi döngüsel eylem aracılığıyla “normallik gösterisine” dönüşür.⁶³⁵

Goffman’a göre kadınlar erkeklere kıyasla kişisel görünimleri noktasında daha katıdır.⁶³⁶ Bu anlamda bir kadının kendi statüsüne göre giyinme eylemi bir oyun oynamaya benzetilir. Makyaj, korse, saç boyası gibi uygulamalar; bir yandan kadının gözlemcilerle kendisini sunmasını mümkün kılmakta; diğer yandan kadını bir resim, heykel ve aktör gibi orada bulunmayan bir karakteri temsil eden bir araç haline getirmektedir. Kadını burada tatmin eden şey ise, gerçekdışı olsa da mükemmel bir şeyle özdeşleşme çabasıdır. Bu özdeşleşme sürecinde kişi, kendisini ihtişamı içinde istikrar kazanan ve meşrulaşan biri olarak görmeye çalışır.⁶³⁷ Cooley’e göre şayet insanların böylesi bir “olduğundan daha iyi görünme dürtüsü” olmasaydı, kişisel gelişim

izlediği takımın rakibi olan kendi takımına gördüklerini anlatan; “aracı” ise iki tarafın sırlarını öğrenip tarafların sırrını saklayacağı yönünde bir yanlış izlenim oluşturan, kişiyi tanımlamaktadır. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 141-145.

⁶³² Oyuncu ve seyircinin birbirlerinin olmadığı ortamlarda birbirleri hakkında aşağılayıcı bir biçimde konuşmaları bu durumu örnekler. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 163.

⁶³³ Goffman’a göre “normal” ve “damgalı” olanın rolleri aynı kumaşın parçasıdır. Çünkü kişiler hayatın belli dönemlerinde her iki rolü de oynamaktadır. Bu anlamda normal olan damgalıyı, damgalı da normal olanı potansiyel olarak barındırdığından, kişiler “itibarsız olanlar” ve “itibarsız olması muhtemel olanlar” olarak tasnif edilir. Bk. Goffman, *Damga*, 187,192.

⁶³⁴ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 17.

⁶³⁵ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 330.

⁶³⁶ Erving Goffman, “The Arrangement between the Sexes”, *Theory and Society* 4/3 (1977), 329.

⁶³⁷ Simone de Beauvoir, *The Second Sex*, çev. H. M. Parshley (London: Jonathan Cape, 1956), 509.

mümkün olmazdı.⁶³⁸ Bu anlamda işlevsel olduğu söylenebilir. Ancak bir görünüm yaratma çabası, bu görünümle kalıcı bir şekilde özdeşleşmek anlamına gelmez. Nitekim kadınlar görünümlerine çok özen göstermesine rağmen, bu görünüm modasının erkeklere kıyasla daha hızlı değişmesi bu kalıcı özdeşliğin olmadığını göstermektedir.⁶³⁹

İster kadın isterse erkek olsun, yüz yüze etkileşim esnasında gerçekten bir şey “olmak” önemli değildir; daha çok “mış gibi yapmak” ve buna başkasını inandırmak önemlidir. Bu anlamda kelimenin sözlük anlamıyla kullanılacak olursa “normal görünüm”, aslında başkalarının tavırlarını öngörerek iyi bir şekilde kurgulanmış “sahte görünüm”den ibaret bir şeydir.⁶⁴⁰ Ancak etkileşim esnasında böylesi bir “aldatıcı görünüm” kasıtlı veya kasıtsız bir biçimde sahnelendiğinde, saklanan şeyin açığa çıkması ve gözden düşmeler sıklıkla yaşanır.⁶⁴¹

Kişi “-mış gibi”⁶⁴² yapma noktasında başarılı olmak ve gözden düşmemek için gizleme yapmak durumunda kalır. Yani sıradan bir davranışın performansla dönüşmesi daha iyi görünme veya kötü olan bir şeyi saklama gibi niyetlere sahip olunduğunda gerçekleşir.⁶⁴³ Kişi, burada hem normal görünümün altında yatan “meseleye dair gerçeği” hem de “bu gerçeği gizlemek için sarf ettiği çabayı” gizler.⁶⁴⁴ Bu gizleme süreci, duruma uygun “persona”lar sayesinde mümkün kılınan bir tür “maskeleme” sürecidir. Jung’a göre persona, insanların şu ya da bu şekilde görünmesini sağlayan bir tür barikattir.⁶⁴⁵ Kavramı sosyolojiye uyarlayan Ezra Park’a göre “kişi” (person) sözcüğünün ilk anlamının “maske” olması bir tesadüf değildir. Kavramın bu anlamı; herkesin her zaman ve her yerde, az veya çok farkında olarak belirli bir rolü oynadığının kabul edildiğini apaçık bir şekilde göstermektedir.⁶⁴⁶ Peki maskeleme süreci hangi yollarla yapılır?

⁶³⁸ Bu dürtü belirli meziyetleri gerektiren çeşitli meslekler veya sınıflar aracılığıyla örgütlü bir halde temsil edilir. Şayet bir meziyet ne kadar sosyal kabul görürse, ona sahip olmayanlar tarafından da o kadar benimsenecek ve arzu edilecektir. Bk. Cooley, *Human Nature And The Social Order*, 179.

⁶³⁹ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 170.

⁶⁴⁰ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 409.

⁶⁴¹ Özellikle de atıp tutan birinin gerçek biyografik kimliğine dair bir şeyler bilen birinin ortamda bulunmasıyla bu durum sıkça yaşanır. Hatta böylesi durumlarda aldatıcı görünümün ifşa olmaması için bazen şantaj yaparak belli davranışların sürdürülmesi sağlanabilir. Bk. Goffman, *Damga*, 115.

⁶⁴² Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 24.

⁶⁴³ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 63.

⁶⁴⁴ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 308.

⁶⁴⁵ Jung, *Two Essays On Analytical Psychology*, 185.

⁶⁴⁶ Robert Ezra Park, *Race and Culture* (Glencoe: The Free Press, 1950), 249.

Goffman'e göre maskeleye süreci, öncelikle kişisel vitrin unsurlarından olan "görünüş" ve "tutumun" dikkatli bir şekilde role uydurulmasıyla gerçekleştirilir. Özellikle bir karşılaşma esnasında kimliği belirlemede "erken uyarı işlevi"⁶⁴⁷ gören giyim kuşam, saç şekli ve ses tonu gibi *görünüş* unsurları dikkat edilmesi gereken hususların başında gelir. İkincisi, istem dışı durumlara karşı etkileşimin güvenli seyretmesinde bir sigorta gibi işlev gören "görgü kuralları" tarafından şekillendirilen *tutumlar*dır.⁶⁴⁸ Maskeleyenin üçüncü unsuru ise bir gösteri mekanının, "sosyal rolün takıları"⁶⁴⁹ olarak işlev gören sahne araçlarının kullanılarak uygun bir biçimde dekore edilmesidir. Tüm bu unsurlar, kişilerin sahip olmadıkları şeyin "izlenim"ini yaratmak için gereksinim duyulan şeylerdir.

"İzlenim denetimi" kavramı, performans kavramıyla birlikte Goffman sosyolojisinin bel kemiğini oluşturmaktadır.⁶⁵⁰ Kişinin kendisi hakkında muhatapları üzerinde bıraktığı imajı ifade eden izlenim, doğrudan ifadelerle dayanan "verilen izlenim" ve sözsüz, dramatik ve bağlamsal bir yapıya sahip olan "yayılan izlenim" olmak üzere iki türdür.⁶⁵¹ Goffman denetime tabi tutulan şeyin sadece izlenim olduğunu ifade etmez. Bilakis ona göre "set denetimi"⁶⁵² ve "bilgi denetimi"⁶⁵³ başta olmak üzere kişi pek çok unsuru denetime tabi tutar. Goffman'e göre kişi bu özdenetim uygulamalarında ne kadar başarılı olur ve ortaya koyduğu "durum tanımı"na⁶⁵⁴ uygun davranırsa işte o zaman hem durumu hem de "yüzünü kurtarmış" olur.⁶⁵⁵ Ancak

⁶⁴⁷ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 22.

⁶⁴⁸ Kişi beden dilini doğru kullanmaya çalışarak, bir yandan "duruma özgü görgü kuralları"na uymaya çalışırken aynı zamanda "duruma özgü münasebetsizlikler"den kaçınır. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 211,236.

⁶⁴⁹ Goffman, *Karşılaşmalar*, 123.

⁶⁵⁰ Performans ve izlenim arasındaki ilişki, diyalojik bir neden-sonuç ilişkisidir. Çünkü bir yandan performansın gerçekleşme nedeni, muhatapta olumlu bir izlenim bırakmak iken; diğer yandan başlatılan her performans, kişiyi belirli izlenimler yaratmaya zorlamaktadır. İlk durumda izlenim neden, performans ise sonuçtur. İkincisinde ise performans neden, izlenim ise bunun sonucudur.

⁶⁵¹ Bunlardan "verilen izlenim", sözlü olarak kişinin kendisi hakkında gönüllü olarak verdiği malumat ve istediği imajı vermek üzere kurguladığı cümlelerden; "yayılan izlenim" ise sözlü olarak ifade edilenlerin doğrulayan veya yalanlayan jest, mimik ve çeşitli bedensel hareketler aracılığıyla muhataplarda oluşturulan imgelerden oluşmaktadır. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 16-18.

⁶⁵² "Set denetimi" performansın sahnelendiği ortamı performansın amaçları doğrultusunda düzenleme uygulamalarını ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 96-97.

⁶⁵³ Bu kavram, doğrudan fark edilmeyen kusurları bulunan kişinin bu kusura ilişkin bilginin açığa çıkmaması için gerçekleştirdiği uygulamaları ifade etmektedir. Yani kusur değil, kusurun açığa çıkmasına neden olabilecek bilgi denetlenir. Bk. Goffman, *Damga*, 78.

⁶⁵⁴ Bu kavram, kişinin mevcut konumu ve durumuna ilişkin gerçeklik iddialarını ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 89.

⁶⁵⁵ Kişinin en özel varlığı onun toplumsal yüzüdür. Toplum bu yüzü ona ödünç verir, değerini bilerek davranmadığında ise geri alır. Bu yüzden toplumsal yüzünü korumak için büyük çabalar göstermek zorunda kalan benlik, üzerinde büyük bir baskı hisseder. Bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 20.

başarısız olursa samimiyeti sorgulanacak, yapmacık olmakla etiketlenecek, itibarını ve “yüzünü kaybedecek” ve nihayetinde “mahcubiyet” duygusu yaşayacaktır.⁶⁵⁶ Peki tüm bu performans icra etme sebebine ilişkin neler söylenebilir?

Goffman’e göre bahsedilen tüm performans sürecini motive eden şey “kabul edilebilir bir benlik imgesi”⁶⁵⁷ elde etmek ve onu sürdürmektir. Benliğin ana hatları organizmanın rol alma yeteneğini kazanmasıyla şekillenmeye başlar. Bu şekilde benlik imgeleri ortaya çıkar ve kişi kendisini bir nesne olarak görebilir.⁶⁵⁸ Çeşitli rollerin sahnelendiği benlikle özdeşim kuran kişinin görmeyi arzuladığı ve umduğu bu benlik imgesi, bireyin ortamlarda pozisyon alması ve kendisine uygulanan baskılara uygun davranmasıyla birlikte inşa edilir.⁶⁵⁹ Bir performans açısından bedensel-benlik imgesi öylesine önemli bir şeydir ki giysideki leke, yırtık veya saçın kötü yapılması; kırık bir vazo veya yanık bir ekmekten daha büyük bir felakettir. Kişinin doğrudan kendisiyle ilişkili böylesi bir felaket, kendilik imgesini doğrudan yıkar.⁶⁶⁰

Görüldüğü üzere Goffman’ın dramaturji kuramında etkileşim, benlik, performans ve rol gibi temel kavramlarla ilintili olarak oyun, oyuncu, izleyici, takım, bölge, sahne önü, sahne arkası, kişisel vitrin, izlenim, durum tanımı ve ritüel gibi pek çok kavram; insanlar arası mikro ilişkileri analiz etmek üzere özelleştirilerek kullanılmıştır.

2.2. Çokkipli (Multimodal) Bir Paylaşım Platformu: YouTube

2.2.1. Bloglardan Vloglara YouTube'un Tarihçesi

Blog; etkileşim araçlarını kullanan kişi veya gruplar tarafından günlük biçiminde olan çeşitli mesajları, ters kronolojik bir biçimde sunan ve oldukça sık güncellenen kişisel web sayfasını ifade etmektedir.⁶⁶¹ Bloglar; kullanıcıların ilgisi, barındırdıkları içerik ve içeriğin sunulma biçimine göre büyük bir çeşitlilik göstermektedir. Sanatsal ürünleri barındıran “artlog”, fotoğrafları içeren “photoblog”, mimari çizimlerin taslaklarını içeren “sketchblog”, sadece sesli içeriklerden oluşan “audioblog” ya da

⁶⁵⁶ Goffman; cesaret, dürüstlük, kendine hakim olma, itidal, nezaket, kibarlık gibi karakter özelliklerini tek tek ele alsa da genelde eserlerinde olumsuz durumlarla karşılaşan kişilerin yaşadığı mahcubiyet ve utanma duygusuna daha çok ağırlık verir. Bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 111; Goffman, *Benliğin Sunumu*, 197; Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 272.

⁶⁵⁷ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 327.

⁶⁵⁸ Turner vd., *Sosyolojik Teorinin Oluşumu*, 490.

⁶⁵⁹ Goffman, *Karşılaşmalar*, 92-94.

⁶⁶⁰ Beauvoir, *The Second Sex*, 512.

⁶⁶¹ Wen Gao vd., “Vlogging: A survey of videoblogging technology on the web.”, *ACM Computing Surveys* 42/4 (2010), 3.

“podcast” ve video içeren “videoblog” ya da kısaca “vlog” olarak adlandırılan blog türleri bunlardan bazılarını oluşturmaktadır.⁶⁶² Ancak geniş blog çeşitliliği barındıran “blogosfer”de⁶⁶³ en popüler olan blogların büyük ölçüde yazarının günlük yaşamına odaklanan “lifelog”⁶⁶⁴ türü olduğunu belirtmek mümkündür.

Tüm kültürel yapılara hızla sirayet eden Usenet ve bloglarla başlayan metin temelli sosyal ağlar, 2000’li yılların başında görsel ve işitsel özellikleri bünyesine katarak çok boyutlu sosyal ağlara dönüşmüştür. Bu süreci öngören Castells, iletişim teknolojileri arasında çekişmeli bir rekabet olduğunu ve bu gerilimin “yeni bir tür televizyon”un geliştirilmesiyle sonuçlanabileceğini belirtmişti.⁶⁶⁵ Nitekim bu öngörü; 2005 yılında Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim’in ortak çabasının ürünü olan YouTube’un kurulmasıyla birlikte gerçekleşti. Bu isimlerin öncülüğünde “kendini yayınl”⁶⁶⁶ sloganıyla yola çıkan video paylaşım sitesi YouTube’taki ilk paylaşım, kuruculardan biri olan Karim’in halen ulaşılabilir durumda olan “Me at the zoo”⁶⁶⁷ adlı video içeriğidir.

YouTube ortaya çıkan ilk çevrimiçi video barındırma sitesi değildir.⁶⁶⁸ Ancak yeni bir işletim sistemi ve hizmet biçimini tercih eden ilk sitedir. Nitekim YouTube’tan önceki platformlarda kullanıcıların bir dosyayı izleyebilmesi için önce indirmesi gerekiyordu ve bu siteler genelde ücretliydi. Ancak YouTube sahip olduğu akış teknolojisi sayesinde çevrimiçi bir videoyu yayınlanırken izlemeyi ücretsiz bir biçimde mümkün kılarak rakiplerinin önüne geçmeyi başarmıştır.⁶⁶⁹ Misyonunu herkese sesini duyurma, dünyayı tanıma şansı verme ve kendi yaşam tarzını yansıtmayı sağlama olarak ifade eden YouTube; daha çok dinlemenin, paylaşmanın ve hikayelerle birbirine bağlamanın dünyayı daha güzel bir yere dönüştüreceğini ifade eder.⁶⁷⁰ YouTube platformu, “hakkında” sayfasında dört temel değere dayandığını ifade etmektedir.⁶⁷¹

⁶⁶² Gao vd., “Vlogging”, 4.

⁶⁶³ Bu kavram tüm bloglar ve aralarındaki bağlantılar bütünü ifade etmektedir. Bk. Andrew Rosenbloom, “The Blogosphere”, *Communications of the ACM* 47/12 (2004), 30-59.

⁶⁶⁴ Paul Hodkinson, “Subcultural Blogging? Online Journals and Group Involvement among U.K. Goth”, *Uses of Blogs*, ed. Axel Bruns - Joanne Jacobs (New York: Peter Lang, 2007), 188.

⁶⁶⁵ Castells, *Ağ Toplumu’nun Yükselişi*, 493.

⁶⁶⁶ YouTube’un çıkış noktası olan “Broadcast Yourself” sloganı tüm felsefesini özetlemektedir. Bk. Burgess - Green, *YouTube*, 43; Charlotte Bouillot, *YouTube, The Home of Vlogging: The Rise of Video on Demand*, çev. Emma Hanna (50Minutes.com, 2017), 16.

⁶⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

⁶⁶⁸ Örneğin 1997’de piyasa sürülen ShareYourWorld.com gibi öncülleri mevcuttur.

⁶⁶⁹ Bouillot, *YouTube*, 12.

⁶⁷⁰ <https://about.youtube/> (Erişim Tarihi: 11.03.2023)

⁶⁷¹ <https://socialimpact.youtube.com/about/> (Son güncellenme tarihi: 11.03.2023)

- *İfade özgürlüğü*: Yaratıcılığı destekleyen bir diyalog ortamı olması
- *Bilgi edinme*: Herkesin bilgiye kolayca erişmesi ve videoların insanları eğitebilmesi
- *Fırsat eşitliği*: Neyin popüler olacağına seçkinlerin değil kitlelerin karar vermesi
- *Aidiyet özgürlüğü*: Herkese ilgileri çerçevesinde ait olabileceği topluluklar sunması şeklinde ifade edilmektedir.

Elbette YouTube'un başlangıcından bu yana görünen ve ifade edilen misyonları, hem kurumsal uygulamalar hem de kitle kullanımının bir sonucunda sürekli olarak şekil değiştirmiştir. 2023 yılı ile 2005'teki "hakkında" sayfası karşılaştırıldığında, platformun ciddi bir profesyonel mesafe kat ettiği görülmektedir.⁶⁷²

YouTube (senin kanalın) bir anlamda WeTube⁶⁷³ (bizim kanalımız); bir tür "nihai gerçek Tv" olarak adlandırılabilir. Çünkü sadece "sana" değil "bana/bize/herkese" günlük hayatı hakkındaki saçma şeyleri konuşmaktan yeteneklerini sergilemeye kadar her türlü amaç için kendini yayınlama fırsatı vermektedir.⁶⁷⁴ Bu açıdan bakıldığında katılımcı kültür temelinde yükselen YouTube'la birlikte televizyonun gözünü amatör videoya kaptırdığını söylemek mümkündür.⁶⁷⁵

Televizyonun üretilmesi ve kontrol edilmesi, belirli güç türlerini yarattı ve belirli ilişki türlerini sürdürdü. Bu Tv gücü ağırlıklı olarak tekeldiydi ki hala öyledir. YouTube ise televizyonla akış ve dinamik imge yansıtıcısı olma ve gündelik hayata odaklanması açısından ortak, ancak daha hızlı bir ritimle ondan belirgin bir şekilde farklılaşan oldukça istikrarsız bir araştırma nesnesidir.⁶⁷⁶ Her iki iletişim aracının nitelikleri göz önünde bulundurulduğunda, bir Tv istasyonuna sahip olmakla bir kameraya sahip olmak aynı şey olmasa da YouTube'un yapım ve dağıtım sisteminin bugün için amatör kameramanlara Tv gücünün belirli yönlerini vermektedir.⁶⁷⁷ Bu çerçevede YouTube; bir

⁶⁷² Platformun 2005'teki "hakkında" sayfasında şu ifadeler yer almaktadır: "En sevdiğiniz videoları dünyaya gösterin. Köpeklerinizin, kedilerinizin ve diğer evcil hayvanlarınızın videolarını çekin. Dijital kameranız veya cep telefonunuzla çektiğiniz videoları bloglayın. Videoları dünyanın dört bir yanındaki arkadaşlarınıza ve ailenize güvenli ve gizli bir şekilde gönderin... Ve bunların çok daha fazlasını!" Bk. Burgess - Green, *YouTube*, 3.

⁶⁷³ Henry Jenkins, "From YouTube to WeTube...", *Henry Jenkins* (12 Şubat 2008).

⁶⁷⁴ Bouillot, *YouTube*, 17.

⁶⁷⁵ Michael Strangelove, *Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People* (Toronto: University of Toronto Press, 2010), 6.

⁶⁷⁶ Burgess - Green, *YouTube*, 6.

⁶⁷⁷ Strangelove, *Watching YouTube*, 9.

yandan yukarıdan aşağı doğru bir şirket faaliyeti olarak üretilirken diğer yandan çeşitli kültürel, sosyal ve ekonomik değer biçimleri, tüketimleri, değerlendirmeleri ve girişimcilikleri yoluyla kullanıcılar tarafından aşağıdan yukarıya doğru toplu halde üretilir.⁶⁷⁸ Bu ikili işleviyle birlikte oldukça karmaşık hale gelen YouTube; geleneksel kitle iletişim araçlarının tekelleştirme mantığına meydan okuyarak onu dağıtma fonksiyonuna sahip olmaktadır.

Amatörlere fırsat veren bir medya şirketi olan YouTube'un kendisi içerik üreticisi değil, sadece başkaları tarafından üretilen içerikleri toplayan bir platformdur. Bu yönüyle kendisinin bir "meta işletme"⁶⁷⁹ olduğu ve bugün için "değişen ekonomik bir model"⁶⁸⁰ in öncülüğünü yaptığı ifade edilebilir.⁶⁸¹ Bu durumda üretici olmayan YouTube bu ekonomi sarmalında bulunduğu konum itibarıyla nasıl kazanmakta ve kazandırmaktadır? Aslında YouTube'un yaptığı şey tam olarak, ücretsiz erişim sayesinde kazandığı izleyici kitlesini reklam müşterisine satmaktır.⁶⁸² Ancak çevrimiçi kitle reklamdan hoşlanmaz. Hatta videolardan önce oynatılan reklamlar yüzünden izleyicinin %70'inin videoyu izlemeyi bıraktığı tespit edilmiştir.⁶⁸³ Bu yüzden kurulduğu ilk dönemde herhangi bir ekonomik geliri olmayan YouTube; barındırdığı videoların içine reklamları entegre ederek 2007 yılından itibaren görüntüleme trafiğinden para kazanmaya başladı.⁶⁸⁴ Ardından birincisi reklamlarla finanse edilen ücretsiz içerik hizmeti, ikincisi reklamlarla bölünmeyen ancak abonelik ücreti isteyen hizmet biçimi olmak üzere 2014'te "freemium" olarak adlandırılan iki seçenekli bir iş modeli sundu.⁶⁸⁵ "Bir patron haline gelen YouTube şirketi"⁶⁸⁶ "herkesi" coşkulu bir biçimde iş ortağı olmaya davet etmektedir. Yeni nesil bir şirket olan YouTube, reklam ve premium hizmetleri üzerinden büyük oranda kar elde eden finansal bir aktördür. Bu aktör, "müşteriyle ortak ama daha çok müşterilerin kendi başına tasarlayıp ürettiği

⁶⁷⁸ Burgess - Green, *YouTube*, 5.

⁶⁷⁹ Meta işletme, başka yerde geliştirilen bilgilerin değerini artırarak bilginin orijinal üreticilerine yarar sağlayan yeni bir iş kategorisi olarak tanımlanmaktadır. Bk. David Weinberger, *Everything Is Miscellaneous: The Power of the New Digital Disorder* (New York: Henry Holt, 2007), 224.

⁶⁸⁰ Bouillot, *YouTube*, 26.

⁶⁸¹ Ancak şunu vurgulamakta yarar var: YouTube'un da içinde bulunduğu bu yeni ekonomik modeli besleyen şirketlerin amacı ekonomide bir devrim yaratmak değil, çeşitli sosyokültürel ihtiyaçlar duyan bireylerin bu ihtiyacından yararlanarak daha fazla kullanıcı ve doğal olarak kazanç elde etmektir.

⁶⁸² Akhilendra Sahu - Saqib Malik, *The YouTube: A Full History* (Chicago: Independent Publisher, 2019), 21.

⁶⁸³ Strangelove, *Watching YouTube*, 6.

⁶⁸⁴ Bouillot, *YouTube*, 13.

⁶⁸⁵ Bouillot, *YouTube*, 27.

⁶⁸⁶ Burgess - Green, *YouTube*, 60.

değerleri bir araya getirme”⁶⁸⁷ rolü üzerinden ekonomik demokrasinin temsilcisi olarak kabul edilmektedir. Ancak bu iddia tartışılır. Zira bunun “emek maliyetinin azaltıldığı incelikli bir sömürü olduğunu”⁶⁸⁸ söylemek bağlama daha uygun düşmektedir.

YouTube ticari bir kuruluş olmasına rağmen sıradan vatandaşların kültürel katılımını mümkün kılmaktadır. Bu nedenle tamamen piyasa ve pazar mantığı tarafından şekillendirilmiş; ancak kasıtsız ve doğrudan hedeflemediği halde kamusal ve sivil değer üretim mekanı haline gelmiştir.⁶⁸⁹ Yani YouTube hakkında konuşmak teknolojik olmakla birlikte, aslında daha çok sosyal, kültürel ve politik bir nitelik arz etmektedir. Platformda kimin neyi/nasıl ürettiği, hangi kazanımları elde ettiği, hangi bedelleri ödediği, otorite etrafındaki belirsizlikler ve popüler kültürün değeri/ meşruiyeti gibi tüm konular YouTube’un katılımcı kültürel yapısıyla yakından ilişkilidir.⁶⁹⁰

Televizyonun birincil hikaye anlatıcısı ve sosyal organizasyonun gücü olmaktan çıkmasının ardından onun yerini alan YouTube; amatörlerden profesyonellere kadar binlerce içerik üreticisi tarafından desteklenerek televizyon dönemine ait olan merkezileşmiş kitleyi dağıtmış ve yerine daha küçük izleyici topluluklarını geçirmiştir.⁶⁹¹ Popüler kültür alanında meydana gelen bu evrim; “kişisel ilgi”⁶⁹² ve “deneyimin derinliği”⁶⁹³ olmak üzere iki değerın yükselişe geçmesine bağlanabilir. Bu değerler; popüler kültür taşıyıcılarından biri olan YouTube platformunda bir parça amatör üretim ve biraz da yaratıcı tüketimle melezlenerek deneyimlenmektedir.⁶⁹⁴ Özellikle pandemi süreciyle birlikte video ile olan ilişkiyi yeniden şekillendiren bu platform, sunduğu kişiselleştirilmiş önerilerle uzun vadeli yeni trendleri hızlandırmış ve birtakım kişiselleştirilmiş deneyimleri olanaklı kılmıştır.⁶⁹⁵

⁶⁸⁷ Don Tapscott - Anthony D. Williams, *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything* (New York: Portfolio Hardcover, 2006), 289.

⁶⁸⁸ Sahu - Malik, *The YouTube*, 21.

⁶⁸⁹ Burgess - Green, *YouTube*, 76.

⁶⁹⁰ Burgess - Green, *YouTube*, 11.

⁶⁹¹ Strangelove, *Watching YouTube*, 166-167.

⁶⁹² Özellikle gençler, zamanın ruhuyla daha az bağlantılı olsa bile, kişisel olarak ilgi duyduğu şeylere odaklanmaktadır. YouTube verilerine göre özellikle Z kuşağının %65’i kendileriyle kişisel olarak alakalı içeriğin diğer pek çok kişinin hakkında konuştuğu içerikten daha önemli olduğunu düşünmekte; %55’i ise tanıdıklarının ilgilenmediği içerikleri izlediğini kabul etmektedir. Bk. *YouTube Culture & Trends Report* (2022), 10-13.

⁶⁹³ YouTube kullanıcıları kültürel parçalanmanın bunaltıcı hisleri karşısında işe yaramaz ve önemsiz söylemlerden vazgeçerek derinleşmeyi tercih etmektedir. Bk. *YouTube Culture & Trends Report*, 12.

⁶⁹⁴ Jean Burgess, “Blogging to Learn, Learning to Blog”, *Uses of Blogs*, ed. Axel Bruns - Joanne Jacobs (New York: Peter Lang, 2007), 14.

⁶⁹⁵ *YouTube Culture & Trends Report*, 8.

YouTube platformu, kullanıcılardan destek alan içeriği öne çıkararak amatör içerik etrafında bir değer üretse de bu değeri eşit bir biçimde dağıtmamaktadır.⁶⁹⁶ Burada site ziyaretçilerinin anaakım zevkleri ile site sahiplerinin ticari çıkarları çerçevesinde bir değer dağıtımı gerçekleşir. Bu yüzden örneğin azınlıklara ait içerikler üretilme ve yayınlanma noktasında özgürlüğe sahip olsa da böylesi içeriklerin geniş bir izleyici kitlesine ulaşma şansı neredeyse hiç yoktur ve burada baskın zevklerin/ilginin dışında kalanlar bir kenara itilmeye devam eder.⁶⁹⁷ Yani hayranların ve diğer tüketicilerin yeni içeriğin üretilmesine ve dolaşımına aktif olarak katılmaya davet edildiği katılımcı YouTube kültürü, potansiyel olarak özgürleştirici olabilir; ancak gerçekte bünyesinde barındırdığı çatışmacı içeriklerle, katılımcı kültürün temsil ettiği ekonomik ve kültürel yeniden düzenlemelerin yıkıcı ve rahatsız edici yönleri olduğunu kanıtlamaktadır.⁶⁹⁸

YouTube birçok kültürel akışın kesiştiği ve farklı motivasyonlara sahip medya üreticilerinin birbirlerini fırçaladığı ortak bir alandır.⁶⁹⁹ Burada her gün vlogger'lar, pazarlamacılar, sanatçılar, izleyiciler, tasarımcılar, eleştirmenler, eğitimciler, kütüphaneciler ve gazeteciler tarafından hep birlikte katılımcı bir kültür yaratılmaktadır. Tüm bu katılımcılardan bazısının sosyokültürel gerçeklik üzerinde diğerlerine kıyasla daha fazla gücü, mülkiyeti ve kontrolü vardır. Ancak hepsinin cevabını aradığı soru aynıdır: “Biz bu gerçekliğe nasıl müdahale edebiliriz?”⁷⁰⁰ Örneğin blog ve vlog'larla birlikte akademisyenler hızla güç kaybedip proleterleşmeye ve ellerinde bulundurdıkları bilgi tekeli sosyal ağlardaki içerik üreticilerine kaptırmaya başlamıştır. Akademideki bu prestij kaybı ve tekelin yıkılması, bir yandan eleştirel işlevin demokratik bir biçimde genele yayılmasına katkıda bulunduğu söylenebilir.⁷⁰¹ Öte yandan akademinin bu platformlara katılarak tekeli yeniden oluşturması, kesin olmasa da mümkündür.

YouTube'un kendisine has yaratıcı içerik türlerinden biri, oldukça popüler olan vlog'lardır. Vlog sözcüğü, “video” ve “blog” sözcüklerinin bileşimiyle elde

⁶⁹⁶ Ürettiği kültürel değerler açısından eşitlik olduğu ifade edilemese de %51'i kadınlardan, %49'u ise erkeklerden oluşan YouTube kullanıcı profilinin cinsiyet bazında bir eşitliği sağladığı ifade edilebilir. Bk. Strangelove, *Watching YouTube*, 11.

⁶⁹⁷ Henry Jenkins, “What Happened Before YouTube”, *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, ed. Jean Burgess - Joshua Green (Malden: Polity Press, 2009), 124.

⁶⁹⁸ Burgess - Green, *YouTube*, 10.

⁶⁹⁹ Jenkins, “What Happened Before YouTube”, 114.

⁷⁰⁰ Burgess - Green, *YouTube*, 108.

⁷⁰¹ Rosi Braidotti, “Postface”, *Postcolonial Studies* 24/4 (02 Ekim 2021), 531.

edilmiştir.⁷⁰² Bloğun yeni bir formu olan vlog, her tür konuyu gayri resmi bir şekilde ele almak için kullanılan, genelde altyazı ve resimleri içeren videoları ifade etmektedir.⁷⁰³ Diğer dijital türlere kıyasla blog ve vlog içerik ve yapılış bakımından ikiz gibidir. Vlog, sesli blog’da bulunan pek çok özelliği içermekte, ancak ona kıyasla daha yoğun bir interaktivite barındırmaktadır.⁷⁰⁴ Ayrıca metinsel bir üretim temelinde yükselen blog kültürü okuma-yazma oranının yüksek olduğu bağlamlarda daha fazla ilerleme katederken, okur-yazar oranının zayıf olduğu kültürlerde ise gelişim gösterememektedir.⁷⁰⁵ Ancak “multimodal nitelikli otobiyografik bir tür”⁷⁰⁶ olan vlog’ları çekmek için dili iyi kullanmaya, hatta okur-yazar bile olmaya gerek yoktur. Bu durumda blogları vloglara kıyasla daha entelektüel bir çaba olarak değerlendirmek mümkündür.

Vlog oluşturmanın kendisi YouTube’a özgü değildir, ancak YouTube katılımının sembolik bir biçimidir.⁷⁰⁷ YouTube’daki kullanıcı tabanlı içerikleri türlerine göre taksim eden çalışmalarda tüm içeriklerin neredeyse yarısını vlog’ların oluşturduğu tespit edilmiştir.⁷⁰⁸ YouTube’da ölçülemeyecek kadar çok sayıda içerikte vlog’la karşılaşmak olası olsa da kişisel-gündelik hayat, seyahat, mizah-güldürü, moda-kişisel bakım, eğitim-bilim, haber-yorum ve deneysel olmak üzere belli başlı vlog türlerinin daha popüler olduğunu söylemek mümkündür.⁷⁰⁹ Birbirinden farklı tüm bu içerikleri barındıran YouTube, insanların kendi benliğini yansıtan bir ayna olarak kullanılmaktadır. Esasında kullanıcıların sadece %1’i kendini gerçek anlamda yayınlamakta, kalan büyük kesim ise benliğini sunanların aksettiği aynada aslında

⁷⁰² Terence Armentano - Matthew Eppinette, “Beginner’s Toolbox: New Media-Podcasting, Video Podcasting, and More”, *The New Media Frontier: Blogging, Vlogging, and Podcasting for Christ*, ed. John Mark Reynolds - Roger Overton (Wheaton: Crossway Books, 2008), 83.

⁷⁰³ Bouillot, *YouTube*, 10.

⁷⁰⁴ Gao vd., “Vlogging”, 4. Nitekim blog’lardan bu yana güncellenen YouTube algoritması farklı parametrelere göre hiç tanımadığınız, bilmediğiniz ve daha önce hiç tıklamadığınız tarzda paylaşımları ana sayfanıza yönlendirebilmektedir.

⁷⁰⁵ Günseli Bayraktutan Sütçü, *Blog Ortamı ve Türkiye’de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği* (Ankara: Ankara Üniversitesi, Doktora, 2010), 223.

⁷⁰⁶ Gao vd., “Vlogging”, 2.

⁷⁰⁷ Vlog’u diğer video formatlarından ayıran en temel özellik; profesyonel olmayan kullanıcılar tarafından talk-radyo formatında, genelde kısa, nispeten düşük çözünürlükle kodlanmış ve ters kronolojik olarak arşivlenmiş olmasıdır. Bk. Gao vd., “Vlogging”, 7.

⁷⁰⁸ Thomas Simonsen, “Categorising YouTube”, *MedieKultur* 51 (2011), 85.

⁷⁰⁹ Aaron Asadi, *YouTube Vlogging: The Complete Manual* (Bournemouth: Imagine Publishing Ltd, 2015), 14-17.

kendini izlemektedir.⁷¹⁰ Bu anlamda YouTube’da üretilen içeriklerin küçük bir içerik üretici kitle tarafından üretilmesine karşın, platformdaki altkültürler ve fanlar arasındaki sosyal ağı oluşturanlar ise daha çok çoğunluğu oluşturan izleyicilerdir.⁷¹¹ Burada izlenen şey tam olarak birilerinin hayatlarının veritabanıdır. YouTube’da bulunan bu veritabanında karşılaştığımız şey ise büyük oranda kendi zihinsel kapasitemizin sınırlarıdır.⁷¹²

“Matbaa kültürünün şekillendirdiği bilincin bir ürünü”⁷¹³ olan eski günlüklerin aksine, bugün akışkan ve “çoklu öz-dolayım” (multiple self mediation) temsillerine dayanan yeni otobiyografi ve günlük türlerinde görsel stillere yönelik çağdaş bir dönüş yaşanmaktadır.⁷¹⁴ Bu dönüşümün ürünlerinden biri olan vlog, daha önceleri web kamerası kültürü, kişisel bloglar ve günlük hayatın gözlenmesi üzerine kurulu tv talk-showlarıyla karakterize edilen itiraf kültürünün devamı niteliğindedir.⁷¹⁵ Tıpkı bloglar gibi vlog’lar da günlük veya haftalık taksitlerle samimiyet ve kendini ifşa etme imkanı sunmakta ve halka açık sosyal bir platformda, abonelikler ve yorumlarla şekillenen hayata aktif bir katılım sağlamaktadır.⁷¹⁶ Ev içi ve kişisel yaşam tarzı hakkında sohbet etmeye dayalı olan vlog, bazı durumlarda eleştiriye ve tartışmaya davet etmektedir.⁷¹⁷ Özellikle bu tartışmalar çerçesinde şekillenen vloglar, meta yorumları ve metinlerarasılığı içermektedir. Bu bağlamda vlog’lar, izleyicileri abone olmaya, oy vermeye ve diğer videolara bağlantı vermeye teşvik eden yan metinsel bir yorum parçası olarak işlev görmektedir.⁷¹⁸

“Vlogosfer”deki yaşam döngüsü; üretim, dağıtım ve arşivleme olmak üzere üç aşamalı bir niteliğe sahiptir.⁷¹⁹ Vlogger’lar, video prodüksiyonu ve düzenleme, görünürlük, etkileşim, ilişkiyi yönetme ve tutarlılık gösterme gibi pek çok uzmanlık

⁷¹⁰ Geert Lovink, “The Art of Watching Databases: Introduction to the Video Vortex Reader”, *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*, ed. Geert Lovink - Sabine Niederer (Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008), 11.

⁷¹¹ Burgess - Green, *YouTube*, 58.

⁷¹² Lovink, “The Art of Watching Databases: Introduction to the Video Vortex Reader”, 9.

⁷¹³ Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür*, 123.

⁷¹⁴ Kylie Cardell, *Dear World: Contemporary Uses of the Diary* (Madison: University of Wisconsin Press, 2014), 10.

⁷¹⁵ Burgess - Green, *YouTube*, 53.

⁷¹⁶ Ümit Kennedy, “Arriving on YouTube: Vlogs, Automedia and Autoethnography”, *Life Writing* 18/4 (02 Ekim 2021), 569.

⁷¹⁷ Tobias Raun, *Out Online: Trans Self-Representation and Community Building on YouTube* (London: Routledge, 2016), 180.

⁷¹⁸ Raun, *Out Online*, 4.

⁷¹⁹ Blogosferin bir türevi olan “vlogosfer”, tüm vlog’ları kapsayan kolektif manzarayı ifade etmektedir. Bk. Gao vd., “Vlogging”, 5.

becerisi sergileyerek kimliklerini oluşturur ve sunarlar. Üretilen içeriğin kalitesini optimize etmek için aydınlatma ve ses ekipmanları dahil olmak üzere filme alma konusunda uzmanlık gösterirler.⁷²⁰ Ayrıca vlogger'lar, YouTube algoritması tarafından tercih edilen içerikleri üretmeye çalışarak görünürlük elde etmeye çalışır. Bu durum ana sayfamıza gelen videoların neden hep birbirine benzediğini açıklayan bir tür “algoritmik dedikodudur”⁷²¹ Diğer taraftan vlogger topluluğu birbirlerine atıfta bulunmayı son derece seven bir topluluktur. Bir vlogger'ın başka bir vlogger'a atıfta bulunmasıyla ikisinin de görünürlüğü artar ve güçlenirler.⁷²² Ancak yine de vlog'lar ve vlogger'lar savunmasız ve geçici olmakla maluldür. Vlog'daki kimlik ve anlatı daima hareket halinde olduğundan sürekli olarak güncellenmekte, değiştirilmekte ve bazen de silinmektedir.⁷²³ Nihayetinde burada kendilik temsiliinde nihai sona asla ulaşamaz ve anlatının tutarlı tek bir versiyonu bile vlogger'ın elinde bulunmaz.

Özetle YouTube platformu; matbaa temelli eski günlüklerden dijital metin temelli bloglara ve ardından görsel temelli vloglara doğru gelişen süreçte, eski ve yeni gelenekleri bünyesinde melezleyerek tüm “sen”lere benliğini sunma ve özgürleşme çağrısında bulunmuştur. Nitekim “ben”ler; bu çağrıya büyük bir karşılık vererek YouTube sahnesinde büyük bir iştiaqla var olduğunu kanıtlama ve unutulmama çabası içerisine girmiştir/girmektedir.

2.2.2. YouTube'da Özneleşme: "YouTuber" Olmak

Şayet özne (subject), açık bir şekilde nesne (object) olmayan şeyi ifade ediyorsa o halde özneleşme (subjectivity) veya faillik (agency) de kendi hayatının muktediri olmak şeklinde tanımlanabilir. Ancak durum bu kadar basit görünmemektedir. Hem Batı dillerindeki hem de dilimizdeki tarihsel serüvenine bakıldığında “özne” ve “nesne” kavramlarının anlam kayması yaşayarak birbirinin yerine kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Nitekim Latince'de “subjecto”, “subjectio” ve “subjectus” şeklinde farklı türevleriyle yer alan kavram, “bir şeyin altına veya üstüne koymak, yerleştirmek, bir temsiliyet, boyun eğdirme ve bir hatibin sorduğu soruya itaat ettirdiği bir cevap”⁷²⁴ anlamında kullanılmıştır. “objecto”, “objectio” ve “objectus” şeklindeki türevleriyle yer

⁷²⁰ Asadi, *YouTube Vlogging: The Complete Manual*, 46-59.

⁷²¹ Kennedy, “Arriving on YouTube”, 568.

⁷²² Gao vd., “Vlogging”, 39.

⁷²³ Kennedy, “Arriving on YouTube”, 566.

⁷²⁴ Glare, *Oxford Latin Dictionary*, 1777.

alan kavram ise “bir şeyin karşısında durmak, kınamaya veya azarlamaya itiraz etmek, görülmek üzere kendisini sunan nesne ve seyirlik şey”⁷²⁵ anlamında kullanılmaktadır. Kavramların bugünkü kullanımından oldukça uzak olan bu kök anlamları, aslında üretildikleri çağa egemen olan kolektif felsefenin birer yansımasıdır. Çünkü hiçbir kavram boşlukta üretilmez; aksine tüm kavramlar içine doğdukları sosyokültürel yapının ve felsefi düşünüş biçiminin rengini taşırlar.

Özne; nihayet 17. yüzyıla egemen olan hümanizmle beraber tarihsel köklerinden koparak artık dolaylımsız yaşayan kimseleri tanımlayan bir kavram olarak değil, Descartes’çı anlamda insanın kendisini güvene alma ve özerk kılma arayışının ürünü olarak modern bir anlam kazanmıştır.⁷²⁶ Nitekim TDK’nın “özne”yi “bilinci, sezgisi, düş gücü olan, bazı filozoflara göre de dış dünyaya karşıt olan birey”⁷²⁷ olarak; “nesne”yi ise “öznenin dışında kalan her konu ve obje”⁷²⁸ olarak tanımlaması bu çağdaş felsefeyle uyum arz etmektedir.

Felsefi evrimini sürdüren özne; hümanizmin “posthümanizme”, modernizmin “postmodernizme” dönüştüğü bugünkü felsefi bağlamda hakimiyetini kaybederek bir tür parçalanma evresine girmiştir. Bu parçalanmışlığı “ayna evresi” üzerinden ele alan Lacan’a göre insan vücudunun tüm biçiminin aynada bütünsel görünümü, özneye vücudu üzerinde hayali bir hakimiyet sağlar.⁷²⁹ Özne burada kendisini bütünlük içinde, fakat yabancılaşmış ve sanal bir birlik olarak tanır. Burada güçsüzlük ve parçalanma duygularıyla bağlantılı olarak altı devamlı oyulan, diyalektik bir kendi kendine yeterlik ve faillik arzusu bulunmaktadır.⁷³⁰ Değişken, kırık, parçalanmış ve hatta oluşturulmamış bir yapıya sahip olan bu yeni özne, ancak insanın içinde yaşadığı dil gibi sembolik evrenler sayesinde bu parçalanmayı bir nebze olsun dindirebilmektedir.⁷³¹ Özetle Lacan’ın psikoloji temelli öznellik teorisi, sağlam bir zemin ve güven arayışına yönelik arzusun karşısındaki bir tür yalpalama ve kararsızlık durumudur. Bu “varoluş

⁷²⁵ Glare, *Oxford Latin Dictionary*, 1235.

⁷²⁶ Doğan Özlem, *Kavramlar ve Tarihleri* (İstanbul: Notos Kitap, 2016), 216.

⁷²⁷ *Türkçe Sözlük* (Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 2017), 1871.

⁷²⁸ *Türkçe Sözlük*, 1766.

⁷²⁹ Jacques Lacan, *The Seminar of Jacques Lacan: Freud’s Papers on Technique*, çev. John Forrester (New York: Cambridge University Press, 1991), 1/79.

⁷³⁰ Jacques Lacan, *The Seminar of Jacques Lacan: The Ego in Freud’s Theory and in the Technique of Psychoanalysis*, çev. Sylvana Tomaselli (New York: Cambridge University Press, 1991), 2/50.

⁷³¹ Lacan, *The Seminar of Jacques Lacan I*, 1/158-159.

trajedisi”ni⁷³² farklı bir bakış açısıyla ele alan Foucault’cu mantalitede ise özne, iktidar tarafından inşa edildiğinden saf öznellik haline ancak deliler dışında rastlanmaz.⁷³³

Bahsedilen parçalı ve yabancılaşmış özne anlayışı, yine çağdaş akım temsilcilerinden biri olan Mead’da daha olumlu bir nitelik gösterir. Nitekim Mead bireyin, içinde bulunduğu toplumun dahil olduğu ortak toplumsal tavrı benimsediği sürece bütünsel bir benlik geliştireceğini ileri sürerek uyum düşüncesini ön plana çıkarmaktadır.⁷³⁴ Aslında gerçek anlamda asla tamamlanmayacak bir sürece atıfta bulunan özne nosyonu, aynı anda hem uyum sağlama hem de direniş gösterme imkanına sahiptir.⁷³⁵ Şayet özne, çekişmeli bağlantıları engellemeyi seçebiliyorsa, o zaman kesinlikle bu çekişmeli bağlantılara izin verme veya olasılıklarını tanıma konusunda her zaman sınırlı ama yine de önemli bir yeteneğe sahiptir.⁷³⁶ Bu durumda insanın benliğini “uyum” kadar “çatışma” süreçleri içerisinde de oluşturduğunu, hatta kendinden en çok emin olan benlik biçimlerinin, çatışma süreçleri sonrasında inşa edildiğini söylemek daha doğru olacaktır.

Kimlik kavramının genişliğine kıyasla daha dar ve derin bir anlam ifade etmekte olan öznenin oluşumu, yani “öznellik” veya “özneleşmek”; bitmiş bir durumdan ziyade süregelen ilişkilere ve sürece işaret eden bir nosyondur.⁷³⁷ Bu anlamda öznellik (subjectivity); kişinin kendisini sadece kendisi üzerinden değil, başkası üzerinden tanımlayıp konumlandırmasını ifade etmektedir. Nitekim kişi, kendisini ekseriyetle “o olmayan” olarak tanımlamaktadır.⁷³⁸

Eleştirel bir kavram olan öznellik, kimliğin nasıl ve nereden ortaya çıktığı, ne ölçüde anlaşılabilir olduğu ve ne ölçüde sahip olduğumuz bir şey olduğu sorusunu düşünmeye davet etmektedir.⁷³⁹ Bu çerçevede ele alındığında neoliberal bir öznenin üretilmesi anlamındaki öznellik; bir yandan girişimcilik, kendini keşfetme ve gerçekleştirme ideallerini merkeze alan küreselleşme projesinin arkasındaki itici gücü

⁷³² Mukadder Yakupoğlu, “Özne ve Söylem”, *Doğu Batı: Söylem Üstüne Söylem* (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011), 86.

⁷³³ Michel Foucault, *Deliliğin Tarihi*, çev. Mehmet Ali Kılıçbay (Ankara: İmge Yayınları, 2006), 467.

⁷³⁴ Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, 181.

⁷³⁵ Aksu Bora, *Kadınların Sınıfı: Ücretli Ev Emeği ve Kadın Öznelliğinin İnşası* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2010), 43.

⁷³⁶ Dorothy E. Smith, *The Everyday World as Problematic: A Feminist Sociology* (Boston: Northeastern University Press, 1987), 128.

⁷³⁷ Bora, *Kadınların Sınıfı*, 33.

⁷³⁸ Bora, *Kadınların Sınıfı*, 23.

⁷³⁹ Smith, *The Everyday World as Problematic*, 3.

oluşturmaktadır.⁷⁴⁰ Burada özneleşme; bakışını kendine yöneltmeyi başaran, kendini keşfetme ve gerçekleştirme idealleri etrafında kendi hakkında düşünebilen bir özne söylemi olarak çerçevelenmektedir.

Diğer yandan insanların özgür iradeye kesin olarak inanmasına rağmen politikalarını, kıyafetlerini, tavırlarını ve kimliklerini yazılı olarak ellerinde olmayan bir menüden seçerek farkına varamadıkları güçler tarafından kısıtlandığı ifade edilmektedir.⁷⁴¹ Bir tür seçim yanılsaması olarak çerçevelenen bu özne söylemi, her şeyden önce öznelliği dilin kendisini ifade ettiği biçim olarak tanımlamakta ve var olmanın aslında kendisini dille ifade etme sürecinde dil içinde kendini kaybederek mümkün olduğunu ifade eder.⁷⁴² Yani ne olursa olsun dilin sınırlarına hapsolmuş olan özne, dilin nesnesi konumundan asla çıkamaz; bu durumla başa çıkmak için ise daha çok kendi öz imajını veya öznelliğini baltalayan rahatsız edici parçalanmaya karşı kurgusal fantezi dünyasına başvurur.⁷⁴³

Özneleşme çabası; sosyal varlığı tartışılmaz kesimlerden daha çok, yok sayılan bireylerde görülür. Bu anlamda kendini keşfetme ve varlığını kabul ettirme şeklindeki özneleşme deneyiminin, örneğin kadın özneleşmesi veya dini özneleşme şeklindeki bazı türlerinden bahsetmek mümkündür. Genelde ev ve ev işleriyle kurulan ilişkiyle şekillenen kadın öznelliği; kadının sınıf, statü, kuşak ve eğitim düzeyine bağlı olarak değişmekte ve çok sayıda özneleşme biçimini üretmektedir.⁷⁴⁴ Söz konusu tecrübeyi, “orası” ve “burası” olarak adlandırılan kültürel çerçeveler arasında salınım gösteren bir özneleşme biçimi olarak değerlendirmek mümkündür.⁷⁴⁵ Biz ve onlar, liberaller ve sağcılar, yerliler ve işgalciler olarak üretilen ikilikler, aynı şekilde dini özne olmanın mahiyetini de belirlemektedir.⁷⁴⁶ Yani tıpkı diğer özneleşme pratikleri gibi dini özneleşme de “ötekinin karşısında konumlanma pratiği” üzerine inşa edilmektedir. Bu ikiliğin önemli olmasına karşın, özneleşme süreci daha kompleks bir yapıya sahiptir. Örneğin dini öznenin oluşumu aslında makro (politik iktidar, eğitim sistemi, iletişim

⁷⁴⁰ Gül Özyeğin, “Arzunun Nesnesi Olmak: Romans, Kırılgan Erkeklik ve Neoliberal Özne”, *Neoliberalizm ve Mahremiyet: Türkiye’de Beden, Sağlık ve Cinsellik*, ed. Ayşecan Terzioğlu vd. (İstanbul: Metis, 2011), 151-152.

⁷⁴¹ Friedman, *The Horizontal Society*, 240.

⁷⁴² Donald E. Hall, *Subjectivity* (New York: Routledge, 2004), 80-81.

⁷⁴³ Lacan, *The Seminar of Jacques Lacan II*, 2/50.

⁷⁴⁴ Bora, *Kadınların Sınıfı*, 21.

⁷⁴⁵ Özyeğin, “Arzunun Nesnesi Olmak”, 176.

⁷⁴⁶ Kiran Vinod Bhatia, “Religious Subjectivities and Digital Collectivities on Social Networking Sites in India”, *Studies in Indian Politics* 9/1 (2021), 33.

ortamları/temsilleri) ve mikro (topluluk katılımı, gündelik yaşam ve akran etkileşimi) düzeyde olmak üzere iki biçimde gerçekleşir.⁷⁴⁷ Yani bir dini öznenin oluşumu hem yönetim pratiklerine hem de benlik pratiklerine bağlıdır.

Bahsedilen özneleşme çerçeveleri ışığında, “kullanıcı üretimli içerik” (user-created content) ⁷⁴⁸ barındıran YouTube ve onun üretimi olan “YouTuber”lığın konumuna ilişkin neler söylenebilir? Başka bir deyişle sıradan insanlara başrol olma fırsatı veren YouTube’un üzerine inşa edildiği “amatörizm”⁷⁴⁹ içerik üreticilerine veya izleyicilerine “özne” olma fırsatı veriyor mudur?

Temel iddiası “sen”in⁷⁵⁰ varlığını görünür kılmak olan YouTube, bu iddiasını vlog’lar aracılığıyla büyük oranda gerçekleştirmiş görünmektedir. Özellikle “kişinin sürekli bir biçimde kendi hikayesini anlatmak ve geri almakla meşgul olduğu” ⁷⁵¹ otobiyografik bir tür olan vlog, “etkili bir benlik” ⁷⁵² yaratmanın yolu olarak kullanılmaktadır. Vlog çekerken benlik, dolayımalarla birleştirilir, inşa edilir ve yine aynı yolla ifade edilir. Yani YouTube gibi bir dijital medya platformu, mevcut kimliği ifade eden bir araç olmaktan ziyade, kimliği bizzat oluşturmada ve genişletmektedir. ⁷⁵³ Böylesi dijital platformlarda benlik sunumu yapılırken, kendiliğindenliğin özgürleştirici gücü ve yansıtıcı derinliği bağlamında bir anlatı üretilir. ⁷⁵⁴ Bununla beraber vlogdaki anlatı, sabit bir anlatı olmaktan daha çok akış halinde bulunan bilinçli bir anlatım eylemidir. ⁷⁵⁵ Bu nedenle çevrimiçi performansta hakikatin ve kurgunun ölçülebileceği tek bir benlikten söz edilemez; aksine çevrimiçi

⁷⁴⁷ Bhatia - Pathak-Shelat, *Challenging Discriminatory Practices*, 8.

⁷⁴⁸ Burgess - Green, *YouTube*, 107-108.

⁷⁴⁹ Said’in profesyonelizme karşı bir alternatif olarak tutunduğu “amatörizm”, herhangi bir ödül veya kâr beklentisine girmeksizin, dinmek bilmez bir merakla uzmanlık alanlarına kapatılmayı reddetme ve meslekten olmanın getirdiği kısıtlamalara karşı kendi düşüncelerine ve değerlerine uygun hareket etme isteği olarak tanımlanmaktadır. Bk. Edward W. Said, *Entelektüel: Sürgün Marjinal Yabancı*, çev. Tuncay Birkan (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018), 85.

⁷⁵⁰ Time Dergisi 2006 yılında yılın kişisi olarak “sen”i seçti. Yeni medya ortamının en önemli unsurları olan blog, vlog ve podcast’lerin üretilmesinin ardındaki en temel mantalite; işte bu kendi başına değerli, birey ve özne olan “sen”in biricikliğidir. Bk. Armentano - Eppinette, “Beginner’s Toolbox”, 94.

⁷⁵¹ Raun, *Out Online*, 126.

⁷⁵² Glynda A Hull - Mira-Lisa Katz, “Crafting an Agentive Self: Case Studies of Digital Storytelling”, *Research in the Teaching of English* 41/1 (2006), 43-81.

⁷⁵³ Kennedy, “Arriving on YouTube”, 564-565.

⁷⁵⁴ Alessandra Micalizzi, “Cyber-Self: In Search of a Lost Identity?”, *Identity Technologies: Constructing the Self Online*, ed. Anna Poletti - Julie Rak (Madison: The University of Wisconsin Press., 2013), 219.

⁷⁵⁵ Örneğin güvenlik ayarlarını değiştirerek vlogları herkesin izlemesini engellemek, daha önce sunulan anlatılarda düzenleme yaparak yeniden sunmak ve anlatının bir kısmını veya tamamının silmek mümkündür. Kennedy, “Arriving on YouTube”, 574.

bağlamda çerçevelenen benlik, birbirinden farklı formlarda tezahür eder.⁷⁵⁶ Kişisel anlatı ve benlik sunumları, özellikle aşağıdan yukarıya doğru amatörler ve sıradan insanlar tarafından gerçekleştirilen bir tür “dijital hikaye anlatıcılığı”⁷⁵⁷ formunda gerçekleştirilmektedir.

Katılımcı kültür ethosu üzerine inşa edilen YouTube, tüm tüketicileri potansiyel yazarlara dönüştüren yeni bir özneleşmeye ilham vermektedir.⁷⁵⁸ YouTube; bir yandan icracı özne olan YouTuber ve vlogger’ı “benim, benim ve benim hakkımda”⁷⁵⁹ olanı içeren vlog’ları üretmeye ve daima “bana bakmaya” teşvik etmektedir. Diğer yandan taşıdığı multimodal niteliklerle metin temelli internet platformlarının çevrimiçi anonimliğini ve bedensizliğini kıran, ayrıca izleyicilere birden fazla seçenek sunan görsel-işitsel bir bedenin inşa edilmesine olanak tanımaktadır.⁷⁶⁰ Yani YouTube’da benlik; “icracı özne” (YouTuber-vlogger) ile “izleyici özne” arasında “ilişkisel” bir biçimde inşa edilmektedir. Çünkü benlik; içsel bir sürecin sonucu olmaktan daha çok, kişinin dahil olduğu ilişkiler ve aralarında süregelen etkileşimler yoluyla iç içe geçmiş bir kimlik dokusu biçiminde üretilmektedir.⁷⁶¹ Bu yüzden YouTube gibi interaktif bir ortamda anonim bir izleyici kitlesine hitaben gerçekleştirilen bu yeni iletişim biçimini, monolog veya diyalog olarak adlandırmak yerine; üreticiler ve tüketicilerin arasına sanal bir alanın girmesinden dolayı bir çeşit “interlog”⁷⁶² olarak adlandırmak daha doğru olacaktır.

Tıpkı diğer çevrimiçi yaşamların “ilişkisel, etkileşimli ve başkasıyla bağlantılı olması”⁷⁶³ gibi YouTube’daki ilişkisel benlik de pazarlama ve markalama ilkelerinden yararlanmakta; ilişkisel benlik bu ilkeler ışığında vlog’u ustaca hazırlamak, sosyal medyada tanıtarak görünürlüğünü artırmak ve yorumlara belirli aralıklarla cevaplar yazmak suretiyle inşa edilmektedir.⁷⁶⁴ Artık tanımlanmış tek bir alandan ziyade çok

⁷⁵⁶ Strangelove, *Watching YouTube*, 76.

⁷⁵⁷ Lundby, *Digital Storytelling*, 4.

⁷⁵⁸ Jenkins, “What Happened Before YouTube”, 116.

⁷⁵⁹ Sonia Livingstone, “Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers’ Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression”, *New Media & Society* 10/3 (2008), 397.

⁷⁶⁰ Raun, *Out Online*, 203.

⁷⁶¹ Micalizzi, “Cyber-Self”, 218.

⁷⁶² Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, 114.

⁷⁶³ Sidonie Smith - Julia Watson, “Virtually Me: A Toolbox about Online Self-Presentation”, *Identity Technologies: Constructing the Self Online*, ed. Anna Poletti - Julie Rak (Madison: The University of Wisconsin Press, 2014), 70-71.

⁷⁶⁴ Brooke Erin Duffy - Emily Hund, “‘Having It All’ on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers”, *Social Media + Society* 1/2 (2015), 2.

sayıda ilişkisel bağlamı içeren bu uzamsal boyutta, kişinin kendi hakkında yazma ve konuşma eylemi başkalarıyla paylaşılan bir katılım biçimi haline gelmektedir.⁷⁶⁵

Üreticilerin yanı sıra YouTube’u gece ve gündüz her zamanda ve her mekanda izleyenler de benlik duygusunu bu platformda paylaştığı, beğendiği, +1’lediği, yorum yaptığı ve yeniden paylaştığı sosyal etkileşimlerle şekillendirmektedir.⁷⁶⁶ Yani bir vlog’ta sunulan benliğin şekillenmesinde geri bildirimde bulunan, öneride bulunan, beğenen veya beğenmeyen herkes aktif bir rol oynamaktadır. Hatta üretici öznenin gösterisi, izleyicilerin geri bildirimlerine göre şekillendiği için bir anlamda izleyicilerin sahnelemenin ortak yazarı haline geldiğini ifade etmek mümkündür.⁷⁶⁷ Yani bir YouTuber hem diğer YouTuber’larla kurduğu ilişkilerle hem de izleyicilerden gelen geri bildirimlerle kendini daima inşa etmeye devam eder. Bu süreçte hem icracı özneler hem de izleyici özneler; kurulan ilişkilerin -platformun doğası gereği- geçiciliğine rağmen mevcut ilişkileri çeşitli stratejilerle beslemek ve sürdürmek zorundadır.⁷⁶⁸

İlişkilerle örülen YouTube’daki özneleşme pratiklerine topluca bakıldığında, toplumda görünürlükleri bulunan beyaz, erkek ve zengin kesimin özneleşmesinden daha çok; yok sayılan, damgalanan ve ötekileştirilen siyahi, kadın, trans ve alt sınıfların özneleşme çabası içinde olduğu görülmektedir.⁷⁶⁹ Örneğin Mipsterz topluluğunun *Somewhere in America* adlı video projesi girişimi, Amerikan geleneksel medyası tarafından kurban olarak nitelendirilen Müslüman kadınların bir tür özneleşme çabası olarak okunabilir.⁷⁷⁰ Aynı şekilde “benimle bir gün” başlıklı oldukça popüler olan bir vlog türünde kendi normlarına göre yaşadığı bir günün çekimini yapan çocuklu genç kadınların da bu yolla özne olma çabasında olduğu görülmektedir.⁷⁷¹ Başlangıçta üreticisi tarafından eğlenmek ve eğlendirmek amacıyla hazırlanan tüm bu içerikler, zamanla “sıradan olanı anlamlı kılma”⁷⁷² ve “sunulan benlikler arasında seçim yapma”⁷⁷³ imkanı sunmak gibi daha farklı işlevler kazanmaktadır. Yani YouTube’daki vloglar aracılığıyla özellikle yok sayılanlar başta olmak üzere herkes, sınırsız benlik

⁷⁶⁵ Micalizzi, “Cyber-Self”, 219.

⁷⁶⁶ Benson, *The Discourse Of YouTube*, 113.

⁷⁶⁷ Kennedy, “Arriving on YouTube”, 569.

⁷⁶⁸ İcracı özne vlog etkileşimini artırmak için başka kanallara bağlantı vermek, başka kanallarla ortak yayınlar yapmak ve mizah kullanarak sempatik görünmek gibi çeşitli stratejiler kullanmaktadır.

⁷⁶⁹ Raun, *Out Online*, 91.

⁷⁷⁰ Löyheim - Lundmark, “*Identity*”, 64.

⁷⁷¹ Kennedy, “Arriving on YouTube”, 565.

⁷⁷² Kennedy, “Arriving on YouTube”, 572.

⁷⁷³ Smith, *The Everyday World as Problematic*, 126.

dolabından istediği benliği seçme özgürlüğüne kavuşmuş ve fail olma fırsatı yakalamıştır. Tüm bu çabalar gerçek bir özneleşme deneyimi olarak adlandırılabilir mi?

Smith ve Watson’a göre kamuya açık bir biçimde konuşma riskini almaya cesaret edemeyen kurbanlar adına konuştuğunu ifade ediyorsa, bu çevrimiçi kimliğin gerçek olup olmamasının bir önemi yoktur.⁷⁷⁴ Elbette kurbanların var olma çabası başlı başına önem taşımaktadır. Ancak özneleşme sürecinin bütüncül bir biçimde değerlendirilebilmesi adına YouTube’daki özneleşmenin sahiciliğini tartışmaya açan bu soru önemsiz sayılamaz ve bu yüzden göz ardı edilemez.

Öncelikle YouTube’da özneleşme, benliğin çeşitli “kimlik koordinatları”⁷⁷⁵ üzerinden sunulmasıyla gerçekleştirilmektedir. Tutarlı bir benlik sunabilmek için ise bu koordinatlar arasında var olan anormallikleri gerçek veya sahte yollarla gidermek gerekir. Yani kişi kabul görmek için ya gerçekten yaşamındaki uyumsuzluğu giderecek ya da gidermiş görünecektir. İşte genel olarak dijital uzamda özel olarak YouTube’da büyük oranda ikinci yol tercih edilmektedir.

YouTube’da “performatif bir görünüm”⁷⁷⁶ içinde temsil edilen icracı özne; doğallık ve kendiliğindenlik iddiasında bulunan bir öznedir.⁷⁷⁷ Ancak bu platformlarda öznenin sahnelenmesi sürecinde büyük bir dikkat ve görünmeyen emek bulunmaktadır.⁷⁷⁸ Özellikle gerçek hayatı yansıtıyor gibi duran videolar dahil olmak üzere her vlog, bireyin etrafında dönen bir hikayeyi anlatmak için özenle hazırlanmaktadır. Bu süreçte birileri tarafından izlendiğinin bilinciyle hazırlanan içerikler, uygun hale gelene kadar defalarca deneme çekimi yaptığı halde sanki ilkinde mükemmelce hazırlanmış gibi servis edilmektedir.⁷⁷⁹ Hatta alanda belli bir uzmanlığa erişen YouTuber’lar, etkililiğini artırmak için içerik üretme noktasında kendilerine fikir

⁷⁷⁴ Smith - Watson, “Virtually Me”, 77.

⁷⁷⁵ Bu kavram; cinsiyet, etnik köken, yetenek ve yaş gibi çeşitli kimlik kategorilerini ifade etmektedir. Rob Cover, “Becoming and Belonging: Performativity, Subjectivity, and the Cultural Purposes of Social Networking”, *Identity Technologies: Constructing the Self Online*, ed. Anna Poletti - Julie Rak (Madison: The University of Wisconsin Press, 2014), 59.

⁷⁷⁶ Cardell, *Dear World*, 3.

⁷⁷⁷ Kendi benliğini medyaya taşıma eylemi olan “otomedy”nın doğasını daha iyi anlamak için otoetnografi yapan Kennedy, bu yolla kamera önünde söylenmeyenleri tespit etmeye çalışan ilginç bir örnek sunmuştur. Nitekim kendi vlog çekme deneyimini analiz ettiği çalışmasının bulgularına göre, YouTube’da ilişkisel olarak oluşturulan benliklerin temel motivasyon kaynağı sürekli bir biçimde kendini anlatma arzusudur. Bu arzunun ürünü olan vlog’lar arasında en çok tutulanlar ise kaliteli prodüksiyona sahip olanlardan daha çok, yüksek düzeyde samimiyet içeren ve kişinin kendisi hakkındaki en derin ve gizli duygularını paylaşan içeriklerdir. Bk. Kennedy, “Arriving on YouTube”, 571-573.

⁷⁷⁸ Duffy - Hund, “‘Having It All’ on Social Media”, 5.

⁷⁷⁹ Vlog çekimlerinin düzenlenme işlemi acemiler için günlük 5-6 saat, uzmanlaşanlar içinse en az 3-4 saat süren oldukça zahmetli bir süreçtir. Bk. Kennedy, “Arriving on YouTube”, 571.

verecek menajer ve danışmanlardan profesyonel yardım dahi almaktadır.⁷⁸⁰ Bu durumda YouTube'un vadettiği özneleşme, kendin gibi olma ve dolaysız eylem felsefesinin ne derece yürürlükte olduğu sorgulanabilir.

İzleyici ilgisini canlı tutacak içerikte ve çeşitlilikte bir planlama yapma düşüncesi, kişinin normal yaşantısını belli oranlarda kesintiye uğratmakta ve YouTube öznesini belirli şekillerde davranmaya/belirli kişiler olmaya yönlendirmektedir. Nihayet icracı özne; neyi paylaşıp neyi paylaşmayacağını belirleyen “medya yetkisini”⁷⁸¹ kabul ederek üstü kapalı olan medyatik yönergeler doğrultusunda ve “belirli tarihsel söylemler ve pratikler yoluyla”⁷⁸² benliğini inşa etmeye başlar. Ancak benliğini bu yolla inşa eden bu “öznenin birliği”nden artık bahsetmek mümkün değildir.⁷⁸³ Yani bireyin kendini benzersiz bir özne olarak hissetmesini sağlayan dijital platformlar, verdikleri yönergelerle ve çeşitli donanım-yazılım manipülasyonlarıyla fark edilmeyen bir otorite tesis ederek aslında bir tür “özneleşme yanılgısı” oluşturmaktadır. Post-yapısalcıların özneyle ilişkin düşünceleri çerçevesinde düşünürsek şayet dijitalleşmenin sunduğu özneleşme; aslında gerçek bir özneleşme değil, “benliğin sorgusuz teslimiyeti”⁷⁸⁴ şeklinde oldukça yüksek bir bedel karşılığında verilen sahte bir özneleşmedir.⁷⁸⁵

Gerçekte “kimin konuşma hakkını elinde bulundurduğu”⁷⁸⁶ ve “bu faillerin kimin doğaçlama hikayesini inşa ettiği”⁷⁸⁷ meselesi sorunsallaştırıldığında, aslında her bireyin halihazırda iktidar ağları içinde konumlanmış kurulu özneler olduğu ve kendisini üretirken aynı zamanda bu iktidar ağlarını da yeniden ürettiği sonucuna varılmaktadır.⁷⁸⁸ Eski iktidarın hayatları yaşanabilir kılma görevlerinden sıyrılmasıyla ortaya çıkan bu yeni iktidar biçiminde, varoluşun belirsizlikleri büyük bir hevesle özelleştirilir. Nitekim sosyokültürel yapıda meydana gelen bu değişimle birlikte,

⁷⁸⁰ Asadi, *YouTube Vlogging: The Complete Manual*, 17.

⁷⁸¹ Anna Poletti - Julie Rak, “Introduction: Digital Dialogues”, *Identity Technologies: Constructing The Self Online*, Wisconsin Studies In Autobiography (Madison: University Of Wisconsin Press, 2014), 5.

⁷⁸² Michel Foucault, *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences* (New York: Routledge, 2002), 44.

⁷⁸³ Michel Foucault, *Bilginin Arkeolojisi*, çev. Veli Urhan (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019), 74.

⁷⁸⁴ Toffler, *Üçüncü Dalga*, 462.

⁷⁸⁵ Debord'un analog bağlamda söyledikleri büyük oranda YouTube öznesi için de geçerlidir. Nitekim ona göre sahnedeki gösterinin faili, gerçek anlamdaki bireyin zıddıdır. Çünkü bireye farklı olma ve bazı konularda yetersiz olabilme hürriyeti verilmesine karşın, gösterinin faili daima mükemmel olmak ya da görünmek zorundadır. Bu yüzden tüketimin ünlü kişileri, bir anlamda özerkliklerinden yani bireyselliklerinden vazgeçmek durumundadır. Bk. Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, 35.

⁷⁸⁶ Foucault, *Bilginin Arkeolojisi*, 69.

⁷⁸⁷ Talal Asad, *Dinin Soykütükleri: Hristiyanlıkta ve İslamda İktidarın Nedenleri ve Disiplin* (İstanbul: Metis Yayınları, 2015), 24.

⁷⁸⁸ Asad, *Dinin Soykütükleri*, 304.

benlikler teşhir edilmekte ve bir tür anı patlamasına yol açmaktadır.⁷⁸⁹ Yani dijitalleşmeyle birlikte YouTube’da görünür olan öznenin konumu, birden fazla varoluşu mümkün kılan ilişki hiyerarşisinde dolaylı ve dolaysız biçimlerde değişerek parçalanmıştır. Bu “parçalı kamu”⁷⁹⁰ ve son derece kişiselleşmiş bireyler, makro düzlemde bir bütün tasavvurunu ise giderek daha çok zorlaştırmaktadır.

Parçalanmış özne olan YouTuber ve vlogger’ın sermayesi kendi bedenidir. Bu yüzden icracı özne, kendi bedenini nesneleştirerek ve ifşa ederek özneleşmeye çalışmaktadır. Nitekim statü ve popülerliğin maddi servetler kadar görüntülenme, beğeni ve takipçi sayısı ile elde edileceğini düşünen dijital benlik; sürekli olarak kendini izleyen, takip eden ve sayılarla ölçen (quantified self)⁷⁹¹ bir forma bürünmüştür.⁷⁹² Bu durum bilgisayarların teknik diliyle ifade edilecek olursa şayet, bir “enformasyon işlemcisi”⁷⁹³ olarak tanımlanan insan; özünde bir makinedir.⁷⁹⁴ Yani düşünüyor olsa da nihayetinde bir makine olan bu insan, vloglar aracılığıyla “kendi kendisinin tefekkür nesnesi”⁷⁹⁵ haline gelmiştir. Bu nedenle kendisini başlı başına bir “değer” olarak gören YouTube’un vlogger öznelerini, Sennett’in⁷⁹⁶ perspektifinden hareketle “güçlü benlik severler” veya “dijitalleşmenin beslediği narsistler” olarak ifade etmek mümkündür.

Diğer yandan insan türü başkaları tarafından tanınmaya ihtiyaç duyduğu için kendisini anlatırken ve kendisiyle konuşurken bile anlatısını hep başkaları için kurgular. Bu yüzden takip edilen, izlenilen ve beğenilen bir benlik/özne olmak için dijitalin “ifşa

⁷⁸⁹ Cardell, *Dear World*, 7.

⁷⁹⁰ Sütçü, *Blog Ortamı*, 223.

⁷⁹¹ Smith - Watson, “Virtually Me”, 87.

⁷⁹² Bunun en uç örneği Bangladeş asıllı Amerikalı sanatçı Hasan Elahi’nin yürüttüğü The Orwel Project’tir. 11 Eylül saldırılarına yönelik gerçekleştirilen operasyonlar kapsamında FBI tarafından sürekli taciz edilen Elahi, bu proje kapsamında masumiyetini ispat etmek amacıyla, GPS takarak ve Google Earth’ü kullanarak tüm yaşamını gönüllü olarak kayıt altına almış ve web sitesinde sergilemiştir. Bedeninden daha çok konumunu ve bulunduğu mekanları paylaşan Elahi, burada hükümet denetimine karşı benliğini ölçülebilir bir formda sunarak kamuyu ifşa etme mantığını tersine çevirmektedir. Yani bu protest hareket hükümetin her şeyi izlemesine değil, izlediği şeyleri yanlış anlamasına yönelik verilen bir tepkiydi. Bk. <http://elahi.wayne.edu/track/>

⁷⁹³ Postman, *Teknopoli*, 108.

⁷⁹⁴ Bu analoji, daha önce filozofların insanı düşünen hayvan olarak tanımlamasının dijital evrime uyarlanmış hali gibi görünür.

⁷⁹⁵ Benjamin, *Yeniden-Üretilbilirlik Çağında Sanat*, 59.

⁷⁹⁶ Sennett’e göre kamusal insanın ölümünün ardından oluşan sosyal boşluğu narsist birey doldurmaktadır. Toplumsal değerler ve görenekler üzerinde yıkıcı birtakım etkilere sahip olan bu narsisizm, üstelik bunu insanlar arasındaki engelleri ortadan kaldırmak ve insanları birbirine yakınlaştırmak adına gerçekleştirmektedir. Ancak iddiasının şıklığına rağmen narsisizm, toplumsal tahakküm yapılarını psikolojik bir temelle yeniden inşa etmenin aracı olmaktan öteye gidememektedir. Bk. Richard Sennett, *Kamusal İnsanın Çöküşü*, çev. Serpil Durak - Abdullah Yılmaz (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2020), 421.

ve itiraf mekanizması”⁷⁹⁷ tarafından samimiyetin bu “başkalarınca” tescil edilmesi gerekmektedir. Benlik sunumunun doğrudan değil de dijital bir arayüz üzerinden yapılması işte bu ifşaat için nispeten samimi ve güvenli bir alan yaratılmasına yardımcı olmaktadır.⁷⁹⁸ Kişi, bu arayüzün hijyenik mesafesi üzerinden anlatısını dolaysız bir biçimde sunmanın konforunu sürmeye çalışır.

Şeffaf olması yönünde sürekli bir baskıya maruz kalan YouTube’un icracı öznesi, beden sermayesini ifşa ederek sömürür. Bu yüzden şeffaf olma yönünde yapılan baskı; ahlaki veya biyopolitik değil, özünde ekonomiktir. Aşırı düzeyde şeffaflaşarak benliğini teşhir eden herkes, bu sömürüye kendisini teslim etmekte ve nihayet bu şeffaf müşteri dijital panoptikonun yeni mahkumu haline gelmektedir. Ancak bu mahkum diyalektik bir biçimde hem kurban hem de fail durumundadır.⁷⁹⁹ Ifşaat mantığına uyum sağlayan vlogger’ın benliği ve anlatısı, bu mantık tarafından savunmasız ve güvensiz hale getirilmektedir. Çünkü vloglamanın yazılı olmayan bir kuralına göre, ne kadar çok güvenlik açığı bırakılır ve samimi içerik üretilirse o kadar çok talep görülür.⁸⁰⁰ Ancak 7/24 açık ve ulaşılabilir esnek bir platformda olmanın, her vlog’un altına yorum yapılmasını isteyen vlogger’ın tüm yorumlara cevap yazmak zorunda olması gibi, bunalıcı tarafları da bulunmaktadır.⁸⁰¹ Yani özgürlük ve eşitlik temasına rağmen her yerde ulaşılabilir durumda olan bu dijital birey, aslında kontrol edilen ve kısıtlanan bireydir. Çünkü diji-bireyler kendi benlikleri üzerine düşünemeyecek kadar başkalarının varoluşlarıyla meşgul olmaktadır.⁸⁰²

YouTube’da bir ürün olarak sunulan benlik, henüz inşa edilirken değiştiği ve hikayesini henüz tamamlamadığı için belirsiz bir sona sahiptir. Bu belirsizliklerle başa çıkma sorumluluğu ise doğrudan bireyin omuzlarına yüklenir ve bizzat mağdur bireyler

⁷⁹⁷ Tobias’a göre Freud’cu özne; iyileşmek için gereken “ifşa etme” üzerine kuruluyken; Foucault’cu özne ise “itiraf etme” üzerine kuruludur. Ancak Foucault’cu anlamda öznellik, kişinin özünde sahip olduğu bir şey değil, samimi hikaye anlatımı aracılığıyla sonradan edinilen bir yetidir. Bu yüzden ona göre vlog’larda her iki mekanizma sözkonusu olsa da “itiraf” daha çok ön plana çıkmaktadır. Yani “itiraf” kavramını Foucault’cu anlamda düşünecek olursak, vlogger’ın itirafçı öznesi; aynı zamanda “kendi üzerine düşünen özne” haline gelmektedir. Bk. Raun, *Out Online*, 145. Bu tespiti yararlı bulmakla birlikte vlogger’ın özneleşme tecrübesinde, kendini “teşhir etme”nin daha çok ön planda olduğunu düşünerek Tobias’tan ayrılmaktayız. Çünkü vlogger olmak için önce benliği “kabaca” teşhir etmek, ardından daha samimi görünmek için benliğin en gizli sırlarını itiraf etmek gerekmektedir.

⁷⁹⁸ Micalizzi, “Cyber-Self”, 219.

⁷⁹⁹ Han, *Şeffaflık Toplumu*, 70-72.

⁸⁰⁰ Kennedy, “Arriving on YouTube”, 573.

⁸⁰¹ Duffy - Hund, “‘Having It All’ on Social Media”, 9.

⁸⁰² Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 124.

tarafından “kendin yap” (diy) işleri olarak servis edilir.⁸⁰³ Şayet bu “kendin yap” felsefesiyle birlikte geleneksel tüketici profili üre-tüketici ve üre-kullanıcılara dönüşmeseydi, yüzlerce ülkeden her gün binlerce videonun paylaşıldığı YouTube platformunu ayakta tutmak imkansız olurdu.⁸⁰⁴ Dijital-görsel kültür uzamında işte bu bireysel gönüllü katılıma dayanan YouTube sayesinde “merkezsizleşen özne”nin yükselişe geçtiğine yönelik bir düşünce kitleselleşmektedir. Elbette YouTube ortamının özneleşme deneyimini fiziksel mekanın ötesine taşıma noktasında önemli katkıları olsa da merkezsizliğin ve hareketsizliğin aktif bir özneleşmeye yol açacağını iddia etmek mümkün değildir. Çünkü Arendt’in de vurguladığı gibi merkezsizlik veya köklerinden kopma hali bireylerde daha fazla hareketliliğe, hareketlilik ise daha fazla merkezsizliğe ve nihayet “öznelik” yerine “fazlalık” olarak görülmeye yol açar.⁸⁰⁵

YouTube teoride herkese özneleşme fırsatı sunsa da aslında kısmen özneleşenler içerik üreten az sayıda YouTuber ve vlogger’lardır. Kalan büyük bir izleyici kitlesi özneleşenlerin özneleşme deneyimlerini izleyerek “sahip olmak yerine izlemek istemekle”⁸⁰⁶ yetinmektedir. Bununla beraber, “insanların hangi durumlarda ve ne ölçüde fail-meful, özne-nesne olduğu”⁸⁰⁷ sorunsallaştırıldığında YouTuber-izleyici ilişkisini bütünüyle özne-nesne ilişkisi olarak formüle etmek mümkün görünmemektedir. Çünkü kişiler (icracı özneler de dahil); kendi hayatlarında yalnızca “etken ve fail” olarak yer almaz; başkalarına ait anlatıların konusu oldukları için belli ölçüde “nesne” olarak yer alır.

Diğer yandan eski medya tüketicisinden büyük oranda farklılaşan YouTube’un bazı izleyicileri, içerikleri pasif bir biçimde izlemek yerine izlediklerine aktif bir katılım göstermektedir.⁸⁰⁸ YouTube’daki bu aktif izleyici; takip, beğeni ve yorumlarıyla en az icracı özne kadar özneleşme sürecini deneyimlemektedir. Aktif izleyici dışındaki diğer bir izleyici kategorisi ise “pasif izleyici”dir. “İcracı özne” ve “aktif izleyici”yle herhangi bir etkileşimde bulunmaksızın sunulan içerikleri sadece tüketen “pasif izleyici”, Debord’un tabiriyle gösteri ekranının tutsağı olan ve bilinci kuşatma altına alınan

⁸⁰³ Zygmunt Bauman, “From ‘Official’ to ‘Do It Yourself’ Fear”, *Revue Internationale de Philosophie* 277/3 (2016), 420.

⁸⁰⁴ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 68.

⁸⁰⁵ Hannah Arendt, *The Origins of Totalitarianism* (New York: Harcourt Brace, 1976), 196-197.

⁸⁰⁶ Strangelove, *Watching YouTube*, 46.

⁸⁰⁷ Asad, *Dinin Soykütükleri*, 14-15.

⁸⁰⁸ Strangelove, *Watching YouTube*, 14.

kurgusal muhataplardan oluşmaktadır.⁸⁰⁹ Özneleşme deneyimini fiilen gerçekleştirmekten uzak olan bu çevrimiçi izleyicilerin tepkileri, beğenileri ve muhakeme biçimi ise oldukça mantıksız ve çelişkilidir.⁸¹⁰ Bu yüzden manipülasyonun asıl hedefini bu kitle oluşturmaktadır. Özetle, YouTube’da herkese kendini ifade etme fırsatı verilse de özneleşme tecrübesi; pratikte en çok içerik üretenler için, ardından aktif katılım gösteren izleyiciler için, en son ise pasif izleyici için geçerlidir. Tüm bu olumluluklar ve olumsuzluklar çerçevesinde değerlendirilecek olursa YouTube’daki icra deneyimini bir “sömürü” olarak mı yoksa bir “özneleşme” olarak mı görmek uygundur?

Marksist teorisyenler muhtemelen YouTube için üretilen etkinliği ücretsiz emek olarak adlandırıp bunun bir sömürü olduğunu söylerdi. Ancak gerçekte amatörler siber uzamda çalıştıklarında pazarın sömürü mantığını yeniden üretmekle beraber, aynı zamanda bu mantığı saptırmakta, telif hakkıyla korunan içeriği eğip bükerek ürünlerin marka imajlarını yaralamakta veya bazı durumlarda katlamaktadır.⁸¹¹ Yani YouTube; bir yandan özneyi kültürel tahakkümün kurbanı haline getirirken diğer yandan aynı tahakküme meydan okuma imkanı vermektedir. Benzer şekilde bir yandan yazarı ve özneyi parçalarken aynı zamanda parçalı özneyi “oyuncu”nun şahsında yeniden kamusallaştırmaktadır.⁸¹² Ayrıca bireysel bir mimariyle tasarlanan YouTube; bir yandan kişiyi kendi evlerinde bireysel eylemde bulunmaya yöneltmekte, diğer yandan YouTuber’lar bu bireysel eylemleri büyük kitlelerin tüketimine sunarak bu mimarinin tutsağı olmadıklarını göstermektedir.⁸¹³

⁸⁰⁹ Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, 115.

⁸¹⁰ Strangelove, *Watching YouTube*, 14.

⁸¹¹ Strangelove burada ironik bir analogiyle YouTube’un bir sömürü düzeneği olmadığını ifade eder. Nitekim ona göre ormanda ötücü bir kuşun bedava müziğinin keyfini çıkardığında kuşu neredeyse hiç sömürmeyen kişi neyse, kendi isteğiyle çekip sunduğu videoyu birilerinin izleyip keyif alması aynı şeydir. Üstelik kişinin kendi zevki için video oluşturmasıyla, eşit olmayan bir ilişkinin pençesinde acı çekmesi de söz konusu değildir. Bk. Strangelove, *Watching YouTube*, 182.

⁸¹² Walter Benjamin’e göre nasıl ki yazar ve okuyucu arasındaki sınır geçmişte bulanıp, “yazarın ölümü”ne doğru bir gerçeklik tecrübe edildiyse bugün bu tecrübeyi takip edercesine, oyunculuk sektörü de aynı değişimi geçirmektedir. Nitekim o, kapitalist sinema sömürüsüne karşı, kalabalık kitlelerin bu gösteri sürecine dahil olduğu yeni bir sosyal bağlamın üretilmesini ve yeni teknolojik olanakların azınlık çıkarlarına hizmet etmesi için proletaryanın acilen sinema sermayesini kamulaştırması gerektiğini ifade etmektedir. Bk. Benjamin, *Yeniden-Üretilebilirlik Çağında Sanat*, 42. Nitekim Benjamin’in kamulaşma hayali bugün için YouTuber’lar tarafından, bütünüyle olmasa da kısmen gerçekleştirilmiş görünmektedir.

⁸¹³ Örneğin YouTube kanalında bir arkadaş listesi bulunmaz, video indirmek zahmetlidir ve çeşitli şekillerde engellenir. Tüm bu özellikler onu diğer platformlara kıyasla daha bireysel yapmaktadır. Ancak bireyler burada kendilerini çevreleyen sosyal ve kültürel ağlarla bağlantı kurarak kimliklerini ve içeriklerini birden çok site ve platform arasında ileri ve geri taşıyarak etken olmaya çalışırlar. Bk. Burgess - Green, *YouTube*, 63-66.

Benliğin çevrimiçi olarak dolayımlanması, bir yandan en özel anlatıyı ifşa ve itiraf yoluyla tüketir. Diğer yandan yaratıcılığı besleyerek farklı parçaları bir araya getirir ve alternatif kimlikler üzerinden başka biri olma imkanı sunar. Nitekim daha önce, özellikle sanayileşme süreciyle birlikte bağımlı fabrika çalışmasının erkekleri nesnel olmaya, evde kalarak bağımlılık gerektiren işleri daha az yapmak durumunda kalan kadınları ise öznel olmaya zorlamıştır.⁸¹⁴ Bugün ise kadınların piyasada üretim işleri yapmasıyla birlikte onlar da erkek gibi düşünmeye ve nesnelleşmeye teşvik edildi. Benzer şekilde giderek daha fazla erkeğin ise nesnellik ihtiyacı azalmakta, erkekler de bir tür öznelleşme tecrübesi yaşamaktadır. YouTube’da daha fazla sayıda -muhafazakar-kadının, görünür olmasında etkili olan faktörleri incelerken bu durumu değerlendirmekte fayda var. Ancak bu rol değişimi sürecinde genel bir ‘erkek’ ve ‘kadın’ tutumu yerine iki tutumu sentezleyebilen kişilerin ödüllendirildiği yeni bir dünyaya kapı aralanmaktadır.

Belli oranlarda her iki tutumu da bünyesinde barındırdığı için YouTube’daki öznelleşme tecrübesini, platformun sadece sunduğu katkılar veya yaptığı birtakım tehditler çerçevesinde ele almak sağlıklı olmayacaktır. Özellikle “YouTube’un konuşkan karakteri”nin⁸¹⁵ ürünü olan vlog gibi dijital günlükler; bir yandan pazar mantığı etrafında şekillenen yayınlanmış bir meta olarak diğer yandan ise kişilerin arzularıyla şekillenen bir benlik sunumu olarak esnek ve melez bir yapıya sahiptir.⁸¹⁶ Bu yüzden arayüz üzerinden benliğin sunulması (otomedy) ve öznelleşme süreci, doğuştan gelen tutarlı bir özden ziyade farklı parçalardan oluşan bir kolaj, mozaik ve pastiş estetiği şeklinde tecrübe edilmektedir.⁸¹⁷

Sonuç olarak; YouTube’da benlik başlıca içerik üreticisi olan “YouTuber/Vlogger” ve aktif tüketici olan “izleyici” olmak üzere iki boyutta dolayımlanır. Bunlardan YouTuber, son derece sıkıcı bulduğu nesnellik yerine öznel deneyimlerin bayraktarlığını yapan ve nesne olmaktan sıyrılarak bir özne olma çabasında olan; izleyici ise içerikleri tüketerek ve geri bildirimde bulunarak hem içerik üreticilerinin hem de kendi öznelleşme sürecinin mimarı olan dijital yerlileri ifade etmektedir. Burada oldukça karmaşık bir biçimde tecrübe edilen öznelleşme süreci ise

⁸¹⁴ Toffler, Üçüncü Dalga, 477.

⁸¹⁵ Strangelove, *Watching YouTube*, 47.

⁸¹⁶ Cardell, *Dear World*, 3.

⁸¹⁷ Smith - Watson, “Virtually Me”, 78.

ifşaat, itiraf ve narsisizm temelinde yükselen parçalı bir görünüme sahip olmakta ve kişinin beden sermayesinin sömürülmesi yoluyla gerçekleştirilmektedir.

2.3. Dinselliğin Sergilendiği Dijital Bir Ekoloji: YouTube Platformu

2.3.1. Dramatik Bir Sahne Olarak YouTube

Goffman; tiyatrodan ithal ettiği “ilk kuşak” kavramları, insanların günlük yaşamlarında kendilerini sunma biçimlerine uyarlayarak kavramların “ikinci kuşak” tanımlarını vermiştir. Peki bu dramaturjik kavramların genelde iletişim çalışmalarına özelde ise YouTube platformuna uyarlanması mümkün müdür?⁸¹⁸ Bu soruya cevap verebilmek için öncelikle Goffman’ın medya ve iletişim konusuna dair herhangi bir fikir ileri sürüp sürmediğine bakmak, ardından Goffman’ın kuramının medyaya uyarlanabilir olup olmadığını incelemek yararlı olacaktır.⁸¹⁹ Bu çerçevede Goffman’ın eserlerine bakıldığında, reklamlar üzerinden toplumsal cinsiyet sorununu irdelediği bir çalışmasının doğrudan medya ve iletişim kapsamına girdiği görülmektedir.⁸²⁰ Goffman, tıpkı diğer eserlerinde olduğu gibi bu eserinde de “gerçeklikler” yerine “görünümlere” odaklanır ve bu ikisini ustaca ayırır.⁸²¹ Ancak bu eserin Goffman’ın diğer eserlerinden farkı ise sahne olarak düzenlendiğini ifade ettiği fotoğrafları akademik araştırma nesnesi haline getirmesi ve bu fotoğrafları analiz etmesidir.⁸²² Kişisel hayatında medyatik biri olmaktan özellikle kaçınan biri olsa da Goffman, bu eserinde görüldüğü üzere yaşamının olgunluk dönemlerinde dramaturji kuramını medyaya uyarlamayı, bizzat kendisi denemiştir.⁸²³

⁸¹⁸ Dramaturji kuramını YouTube’a uyarlayarak ona üçüncü kuşak anlamlar yükleyen yararlı çalışmalar için bk. Eda Akgün, “Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi”, *Yeni Medya* 1/4 (2018), 29-49; Timothy David Bowman, “Backstage or Front Stage with YouTube” (iconference, University of Illinois, 2010).

⁸¹⁹ Goffman üzerine yapılan çalışmalar arasında biri özellikle çalışmamız açısından bizleri çok heyecanlandırmıştır. Winkin ve Leeds-Hurwitz’in ortak emeğinin ürünü olan “Erving Goffman: A Critical Introduction to Media and Communication Theory” adlı bu eser Goffman’ın bakış açısını medya ve iletişim teorisi bağlamında ele almıştır. Ancak bu eseri çokça aramama rağmen temin edemedim. Eser üzerine yapılmış inceleme yazısı için ise bk. Timothy Tangherlini, “Erving Goffman: A Critical Introduction to Media and Communication Theory”, *Folklore* 127/3 (2016), 371-373.

⁸²⁰ Çalışmanın orijinali için bk. Erving Goffman, *Gender Advertisements* (Harper & Row, 1988).

⁸²¹ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 287.

⁸²² Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 93.

⁸²³ Goffman’ın kişisel hayatında derslerinin kaydedilmesinden ve fotoğrafının çekilmesinden hoşlanmayan birisi olduğu belirtilir. Bu noktada kaynaklarda sadece yayınlarıyla tanınmak ve yargılanmak istediği için medyaya röportaj vermekten çekindiği, bu çerçevede kayıt altına alınan iki röportajının da bulunduğu kişisel arşivini mühürlettiğine dair ifadeler bulunmaktadır. Bk. Dmitri N. Shalin, “Interfacing Biography, Theory and History: The Case of Erving Goffman”, *Symbolic Interaction*

Dramaturji kuramının temel argümanları ve YouTube platformunun temel nitelikleri karşılaştırıldığında birbirleriyle büyük oranda örtüştükleri görülmektedir. Goffman'ın analog bağlamda yüz yüze insan ilişkilerinin doğasını ele alırken ifade ettiği pek çok şey, YouTube'un dijital bağlamında sürdürülen dolayimli ilişkilerini yansıtmaktadır. Bu anlamda YouTube'un dramaturjik bir çerçevesi-yapısı olduğunu ifade etmek mümkündür. Nitekim Goffman'e göre bir çerçeve içinde olmak, yani sınırlandırılmış olmak; bir yandan kişinin fiziksel çerçevenin dışındakilerle bağlantısını keserek onu koruyucu bir işleve sahip olurken diğer yandan bazen bu durum kişinin benliğine yapılacak muhtemel saldırıları fark etmesini engelleyerek aleyhine dönebilir.⁸²⁴ Benzer şekilde YouTube ağında olmak, kişiyi erişilebilir kılmaktadır. Bu ağa giren kişilerin bulundukları mekanlarda fiziksel bir çerçeve teorik olarak sürüyor olsa da pratikte sınırlar kalkmış ve çeşitli tehditlere açık olma hali baş göstermiştir.⁸²⁵ O halde YouTube'u çevreleyen ağların "tam tekmil çerçeve" (the furnished frame)⁸²⁶ olmaktan uzak olduğunu söylemek mümkündür. Tam tekmil olmasa da platformun kendi doğasına uygun dijital bir çerçeve inşa ettiği görülmektedir. Bu nedenle şayet Goffman yaşasaydı onun dilinden "YouTube'un çerçevesi" (the YouTube frame) gibi bir kavram duymamız olasıydı.

Goffman'e göre dünyanın çok yoğun ve sert yapılanma biçimi bulunmaktadır. Ama kişisel benlik duygusu bu yapılar arasındaki "çatlak"lar arasında kendisine yer bulur.⁸²⁷ YouTube'un sistematik bir yapısı olmasına rağmen, sunduğu imkanlarda benliğin kendisi olmasına yol açacak birtakım çatlaklar bulunmakta; dahası platformun kendisi bireylerin sosyal "çekime karşı koymak" amacıyla sığındıkları bir "çatlak" haline gelmektedir.⁸²⁸ Bu çatlaklar, YouTube'u kişiselleştirilebilir bir "sosyal bölge"⁸²⁹

37/1 (2014), 2; Jaworski, "Erving Goffman", 299; Yves Winkin, "Erving Goffman: What is a life? The Uneasy Making of An Intellectual Biography", *Goffman and Social Organization: Studies in a Sociological Legacy* (London: Psychology Press, 1999), 56-57.

⁸²⁴ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 335.

⁸²⁵ Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi*, 84.

⁸²⁶ Goffman sosyolojisinde bu kavram, kişinin içinde konumlandığı kaplanmış, korunmuş ve sınırları çizilmiş mekanları ifade eder. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 333.

⁸²⁷ Erving Goffman, *Asylums: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates* (New York: Anchor Books, 1961), 329.

⁸²⁸ Fakat Philip Dick'in ünlü romanında bahsettiği "süprüntü felsefesi" (süprüntünün her yeri ele geçireceği) çerçevesinde bakacak olursak, yapılaşma adeta bir süprüntü gibi her yere girmeye çalışır ve önlenmediği müddetçe bunu büyük oranda başarır. Nitekim YouTube'da yapılaşmanın her yere yayılmasıyla birlikte, çatlakların dahi büyük yapıların kontrolü altına girmesine yol açmıştır. Özellikle platformun kurumsallaşması ve içerik üreticinin güçlü bir popülarite elde ettiği durumlarda yapılaşma

veya bir tür “eylem alanı” haline getirir. Goffman’a göre bir rutin faaliyetin sınırları zorlayarak yeniden yapılandırılması, bu faaliyetlerin bir “eylem alanına” dönüşmesini mümkün kılar. Mesele diğerleriyle aynı özelliklere sahip olan araçları ustaca ve tehlikeli sınırına kadar kullanabilme becerisidir.⁸³⁰ Bu yönüyle YouTube, sayısız kanal arasında “sen”in kanalının öne çıkması yönünde tüm kullanıcılara motivasyon kaynağı olacak bir vaatte bulunur. Kullanıcıların sınırları zorlayarak, yani risk alarak öne çıkmasını ve diğer kullanıcılara galip olmasını mümkün kılan YouTube platformu, bu anlamda Goffman’ın bahsettiği türde bir eylem alanı haline gelir.

Yapısal özellikleri göz önünde bulundurulduğunda YouTube’un dramatizasyon yapmaya uygun bir eylem alanı, yani “dramatik bir temsiliyet alanı” olduğu görülmektedir. Goffman’a göre dramatizasyon, sosyal statünün gerektirdiği eylemlerin çok çarpıcı bir biçimde yerine getirilmesini ifade etmektedir. Bu anlamda boksörlük, cerrahlık, kemancılık ve polislik gibi meslekler bu dramatizasyon için oldukça müsait alanlardır.⁸³¹ Goffman’ın bu düşüncesinden hareketle YouTube platformuna baktığımızda sayılamayacak kadar “YouTube draması”⁸³² ile karşılaşmak mümkündür. Bu dramaları icra eden YouTuber’lığın ise Goffman’ın bahsettiği mesleklerden çok daha fazla dramaturjik yetenek isteyen bir meslek olduğunu belirtmek mümkündür.

YouTube’un dramaturjik ve kurgusal nitelikte olması, bu platformda performansta bulunan kimseler arasında gerçekliğin bütünüyle ötelendiği anlamına gelmemektedir. Aksine buradaki dramaturjik icracı özneler arasında gerçek ve kurgu aynı öz-temsiliyet alanında ortaya çıkabilmektedir.⁸³³ Bu yüzden tasarlanmış videolarda bile şeffaf ve sahici olma ihtimali bütünüyle göz ardı edilemez. Kuşkusuz itiraf mekanizması bu şeffaflığın en önemli özelliğidir. Burada bir parantez açmak yararlı olacaktır. Zira Goffman’ın analog bağlamda ele aldığı kuramına göre gizlemek dramaturjik; itiraf ve ifşa mekanizması ise “anti-dramaturjik” bir yapıya sahiptir.⁸³⁴ O halde teşhir ve itiraf

kaçınılmaz bir biçimde çatlaklardan içeri sızarak benlik sunumunu kontrolüne geçirir. Bk. Philip K. Dick, *Androidler Elektrikli Koyun Düşler Mi?*, çev. Nur Yener (Alfa Yayınları, 2021), 74.

⁸²⁹ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 234. Goffman’a göre sıradan bir fiziksel bölgenin anlamlı sosyolojik bir bölgeye dönüşmesi, burada meydana gelen iletişim olanaklarına ve bu iletişimi kontrol etmek üzere geliştirilen düzenlemelere bağlıdır. Bu düşünce; dijital bir bölge olan YouTube’a uyarlandığında, fiziksel bir bölge olmamasına rağmen iletişimi mümkün kıldığı ve bu iletişimin dayanağı olan kendine has normlara/düzenlemelere sahip olduğu için YouTube’un sosyal bir bölge olduğu ifade edilebilir. Bk. .

⁸³⁰ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 234.

⁸³¹ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 41.

⁸³² Burgess - Green, *YouTube*, 54,97-98.

⁸³³ Strangelove, *Watching YouTube*, 79.

⁸³⁴ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 193.

kültürü üzerine inşa edilen dijital platformları, Goffman’ci yaklaşım çerçevesinde anti-dramaturjik bir kültürel form olarak tanımlamak mümkün müdür?

Aslında buna olumlu cevap vermek mümkün değildir. Çünkü dijital ortamdaki veya YouTube’daki itiraf-ifşa mekanizması doğal bir ifşa değil, “gönüllü” olarak ve “adabına” uyarak bazen basitçe ama genelde çok iyi kurgulanmış dramaturjik bir itiraf mekanizmasıdır.⁸³⁵ YouTube’daki dramaturjik özne, itiraf ederken tamamen dürüst değildir; burada planlanan ve editlenen itiraf, dramaturjik kaygılarla törpülenen bir itiraftır. Bu anlamda doğal görünümlü mükemmel bir kurgu söz konusudur. Goffman, profesyonel model ve oyuncuların izleyici huzurunda bütün doğallık iddiasından vazgeçerek her türlü pozda görünebilir hale geldiklerini belirtir.⁸³⁶ Buna mukabil YouTube’un sıradan içerik üreticileri, tamamen bu doğallık iddiası üzerine kurulan içerikler üretmektedir. Bu yüzden poz kestiklerini gösteren düzeyde bir profesyonellik platformun doğasına aykırı olacaktır. Ancak bazı içerik üreticiler belirli senaryolar belirleyip bunu da sahnelemeyi tercih etmektedir. Bu durumda bu tip YouTuber’ların profesyonelleşme çabasında olan oyuncular olduğunu ifade etmek ve YouTube’un değerlerini sürekli güncellediğini belirtmek uygun olmaktadır.

Değerlerini sürekli güncelleyerek, gerek tamamen amatör gerekse profesyonel senaryoların canlandırıldığı içerikleri barındıran YouTube; önü ve arkası olan bir tür “dramatik sahne”dir.⁸³⁷ Sahnenin ön ve arka bölgelerinin birbirlerine yakın ve genelde bir koridorla birbirlerinden ayrılmış kısımlardan oluştuğunu belirten Goffman’e göre bu yakınlık oyuncunun performansa kısa süreli mola vermesini sağlamak açısından işlevseldir.⁸³⁸ YouTube’da bu ön ve arka bölge ayrımı bazı farklılıklar göstermesine rağmen büyük oranda korunmaktadır. Bununla birlikte analog bağlamda sahne arkasının merak edildiği gibi YouTube videolarının sahne arkası da merak edilmektedir. Bu

⁸³⁵ Goffman; “ifşa adabı”nı, duyulması rahatsızlık verici olan bir şeyin uygun bir zaman ve ortamda usulünce söylenmesi olarak, “gönüllü ifşa”yı ise kişinin kusurlarıyla barışması ve ahlaki kariyerini tamamlayan nihai aşaması olarak tanımlamaktadır. Bk. Goffman, *Damga*, 145.

⁸³⁶ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 76.

⁸³⁷ Goffman’ın teorisinden beslenen çalışmanın bu başlığında “dramaturjik” yerine “dramatik” ifadesinin kullanılması iki sebebe dayanmaktadır. Birincisi bu kavramın tıpkı “dramaturji” gibi eylemin “oyun” yönüne vurgu yapması, ikincisi ise kavramın mecazen “acıklı” anlamını taşıyor olmasıdır. Yani “dramatik” sıfatı burada dijital çağda kendi özel alanından sıyrılarak var olma çabası veren öznelerin trajik boyutunu aynı anda sunan daha işlevsel bir kavram olması nedeniyle tercih edilmiştir. Anlamsal açıdan ise dramatik ve dramaturjik kavramları tıpkı Goffman’ın eserlerinde olduğu gibi bazı yerlerde eş anlamlı olarak kullanılmıştır.

⁸³⁸ Nitekim oyuncu sahne arkasına geçtiğinde karakter dışı davrandığı için bu bölgelerin yakın ama korunaklı olması hayati derecede önem taşır. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 113.

nedenle YouTuber'ların kamera arkası çekimi olarak ayrı bir içerik türü üretmeye yöneldikleri, ancak bu içeriklerde sahne arkasını kontrollü bir biçimde sahne önüne dönüştürdükleri görülmektedir.

YouTube'un dramatik sahnesi, dış dünyadan gelen etkileşimlere kimi zaman direnç gösteren kimi zaman ise dışarıdan gelen etkileşimler tarafından imha edilen "metaforik bir çeper"le⁸³⁹ donatılmıştır. Bu sahne, analog bağlamdaki gerçek sahneden bazı açılardan farklılaşır. Örneğin Goffman, yatak odası ve banyo gibi sahne arkası bölgelerin "katılım perdesi"yle örtülen alanlar olduğunu ve bu alanlarda gerçekleştirilecek katılımın adeta bir zırh ile perdelendiğini ifade eder.⁸⁴⁰ Benzer şekilde YouTube; oyuncu ve seyirciler için ekranın hijyenik mesafesinden katılım sağlamayı mümkün kılarak bir tür "katılım kalkını" olmayı başarmıştır. Ancak YouTube'da ilginç bir biçimde normal zamanlarda sahne arkası bölgelerden olan yatak odası ve banyoların sergilenmesine yönelik yoğun bir çaba vardır. YouTube'da bu mekanlar, artık sahne önüne dönmüş durumdadır. Nitekim banyo ve yatak odaların çekim yapılmadan önce ekranda çirkin duracak bütün dağınıklıklardan arındırılması, bu bölgeleri bütünüyle manipülatif bir sahne önü haline getirmektedir.⁸⁴¹ Ayrıca medyanın arka bölgesinde üretici takım ile izleyici bölgeler arasında bulunan yazı aracılı bir etkileşim bulunmakta; ön bölgesinde ise izleyicilerin katılımcılara dönüştüğü kısa süreli bir görsel şöhret vardır.⁸⁴²

Medya sahnesiyle gerçek sahne arasındaki farklardan bir diğeri "hiper-ritüelleştirme" pratikleridir. Konuyu reklam sahnesi özelinde ele alan Goffman'e göre yeniden kipleştirilen formlara ve çeçitli düzenlemelere dayanan bu pratikler, gerçek hayatta sunulan yavan görüntülerden daha renkli pozları verme çabası olarak ifade edilebilir.⁸⁴³ Ancak ister poz isterse gerçek bir ritüel eylem gerçekleştirilsin, ikisinde de ortaya konulan şeyin nasıl olması gerektiğini belirten bir tazyik altında ideal bir temsil sunulmakta; bu yönüyle ortak olmaktadır.

⁸³⁹ Goffman, *Karşılaşmalar*, 72.

⁸⁴⁰ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 48.

⁸⁴¹ Kadın, erkek, öğrenci, çalışan gibi pek çok kategoride örnekleri bulunmakla beraber özellikle genç, evli ve çocuklu ev kadınlarının vlog'larında günlük rutinlerin vazgeçilmez sahnesi banyo ve yatak odalarıdır. Yataktan kalkma, rutin kişisel bakım, yatak toplama, mutfakta kahvaltı-yemek hazırlama ve evin diğer bölgelerini temizleme şeklinde çok sayıda sahne arkası rutin, sahne önünde büyük bir itina ile izleyici eşliğinde icra edilir.

⁸⁴² Mary Talbot, *Media Discourse: Representation and Interaction* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007), 154, 157.

⁸⁴³ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 234-235.

Son olarak Goffman'ın analog bağlamda ele aldığı benlik sunumu, hem bir farkındalık hem de izleyici katılımını gerektiren bilinçli ve belirgin bir eylem biçimini ifade etmektedir. Oysa teknolojik anlamda aracılanmış sosyalleşme biçiminde (technologically mediated sociality) izleyici; belirsiz ve anonim bir nitelik arz eder. Ancak bu platformlarda bizi kimin izlediğini bilemesek de izleyicinin muhtemel kimliğine dair belirli tahminlerimiz vardır.⁸⁴⁴ İşte dijital YouTube sahnesinde bizi eylemde bulunmaya teşvik eden tam olarak bu hayali cemaattir.

YouTube sahnesi ikili bir doğaya sahiptir. Bu anlamda YouTube sahnesi bir yandan etkileşime dayalı ve erişilebilir-irtibatlıdır. Goffman eserlerinde genelde “yüz irtibatı” şeklinde birtakım ritüel işlevlere sahip bir temas biçimini ele alsa da telefon, telgraf ve tebrik kartı gibi yüz irtibatı olmayan ritüel etkileşimler olduğunu da kabul eder.⁸⁴⁵ Yani Goffman'ci anlayışa göre etkileşimin gerçekleşmesi için bir karşılaşmanın olması zorunlu değildir. Bu yüzden oyuncu ve izleyici arasında gerçekleşen fiili bir yüz irtibatı olmasa bile YouTube'un doğasında bir tür “asimetrik temas”⁸⁴⁶ ve kesinlikle kendine has bir etkileşim-erişim olduğunu belirtmek mümkündür.

Normal zamanlarda kişinin erişilebilir olması, esasında tanışıklık durumuna bağlı olsa da kişinin gayrı ciddi eylemlerde bulunması gibi bazı durumlarda, tanışıklığın olmadığı kişiler bu eylemler sebebiyle “açık kişilik” haline gelirler.⁸⁴⁷ Bu çerçevede içerik ne kadar ciddi olursa olsun, YouTube'un doğasında var olan gayrı ciddiliğin, YouTuber'ı yüz irtibatını kolaylaştıran açık kişi konumuna getirdiği görülmektedir. Nitekim yüz yüze tanışılmayan YouTuber'lara yorum yapılırken gayet gayrı ciddi “sen”li “ben”li ifadeler oldukça sık kullanılmaktadır. Bu anlamda “gevşek bir biçimde tanımlanmış sosyal bir ortam” olarak tanımlanabilecek bir platform olan YouTube'da,

⁸⁴⁴ Tüfekçi burada, duvarlarla sınırlanmış analog dünyada sözelimi sokakta, sahilde ya da okuldaki izleyicilerin kimlikleri hakkında kesin bilgilerimiz olmadığını, ancak analog dünyadaki belirsizliğin teknolojik aracılanmışlıktan daha hafif ve şeffaf olduğu çıkarımını yapmaktadır. Bk. Tüfekçi, “Can You See Me Now?”, 22.

⁸⁴⁵ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 115.

⁸⁴⁶ İletişimde “asimetrik temas”, kişinin kendisinin gözlemlenmeden bir başkasını gözlemleme durumunu ifade eder. Örneğin tedavi esnasındaki psikanalist veya günah çıkarma esnasındaki rahip bu durumdadır. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 23.

⁸⁴⁷ Goffman'e göre sarhoş ve kostüm giymiş kişilerde görüldüğü üzere yüz irtibatına açık kişiler, dışarıya yansıttıkları benlik imgeleriyle kendilerinin ayırtılabileceğini ifade eden ve kendisine karşı özenli olması gerekmeyen kişilerdir. Bu sebeple herkes onlarla irtibat kurma hakkını kendinde görebilir. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 141.

kurumsal düzeyde katılım gösterildiğinde bile, gerçek hayatta uygunsuz kaçan pek çok eylemin normalleşebildiği görülmektedir.⁸⁴⁸

YouTube sahnesi diğer yandan kısıtlılıkları, riskleri ve belirsizlikleri olan bir alandır. Çünkü Goffman'e göre etkileşim esnasındaki birey daima tehlike altındadır; bu anlamda her an elinin altındaki toplumsal düzeni alt üst edebilir veya hem kendisinin hem de başkalarının itibarını zedeleyebilir.⁸⁴⁹ Örneğin aşırı düzeyde bağlantılılık ve konum düşkünlüğü içinde bulunan kişi, evden uzaklaştıkça çevresini genişletir; çevre son sınırına kadar zorlandığında ise evden daha fazla uzaklaşarak uygunsuz bağlantıların geliştirilmesi yönünde bir kısır döngüye sebebiyet verir.⁸⁵⁰ Goffman'ın analog bağlamdaki aşırı bağlantılılık üzerine ifade ettiği bu durum, YouTube üzerinden paralel bir hayat yaşayanların durumuna benzemektedir. Nitekim icracı özne, YouTube'da izole oldukça daha çok kişiye sahneleme yapabilmekte ve bunu yaptıkça daha çok izole olmaktadır. Goffmanci mantaliteye göre bu durum, bir tür manik depresif kişilik semptomu gibi görünmektedir.⁸⁵¹ Yani oldukça belirsiz bir ortam olan YouTube'a benlik sunumu yapılmak üzere girildiğinde, büyük bir risk alınmış olmaktadır. Bu anlamda Goffman'ın "kadere bağlı durumlar" veya "işe yarar kumar" olarak bahsettiği riskli meslekler listesine YouTuber'lığı eklemek mümkündür.⁸⁵² Görüldüğü üzere kişinin kendisini "ikircikli bir yapı"ya⁸⁵³ sahip olan YouTube üzerinden konuşmaya açması; fiziksel güvenlik tehlikesini önleme noktasında yüz yüze iletişime kıyasla kişiyi avantajlı kılar. Ancak aynı zamanda kişisel hakların kolaylıkla ihlal ve istismar edildiği böylesi dolayımlanmış platformlardaki konuşmalar, şahsiyeti zedeleyecek tehditlere daha açık olmaktadır.

⁸⁴⁸ Goffman'e göre böylesi gevşek bir biçimde tanımlanmış sosyal ortamlarda kurumsallaşmış katılım ve ilgi yapısı, uygunsuz davranışların uygunsuzluk derecesini belirgin bir biçimde azaltır. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 235-236.

⁸⁴⁹ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 196-197.

⁸⁵⁰ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 431.

⁸⁵¹ Goffman'e göre "manik aktivite", yani sürekli birileriyle ilişki kurma çabası, bir üst sınıf hastalığıdır. Özellikle elinde çok şeyi olan ama bunları yakın zamanda kaybeden paranoidler, ellerinde kalan son imkanlarını da dikkat çekici, hatta aptalca benlik sunumlarına harcar. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 436.

⁸⁵² Goffman'e göre İnsanlar hayatta birçok şeyin kendi kontrolünde olmadığını bilir. Bu durumda ne kadar maliyetli olursa olsun eldeki sınırlı seçenekler arasında riskli bir seçim yapmayı tercih eder. Böylece seçeneklerin belirsiz olmasına rağmen, kişi özgürce seçim yapmış olmaktan dolayı mutludur. Goffman burada kadere bağlı elimizde olmayan durumları, riskli girişimler olarak yeniden tanımlar ve bu eylemleri işe yarar bir kumar olarak yorumlar. Bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 199-202.

⁸⁵³ Goffman'e göre yüz yüze iletişimin güvenlik ihlallerine kapı aralayabilecek potansiyeli bulunmaktadır. Bu yüzden kişi kendisini başka birileriyle konuşmak için açtığında; aynı zamanda emirlere, ricalara, tehditlere, yanlış anlaşılmalara ve aşağılamalara da açık hale gelmektedir. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 119-121.

Benzer şekilde YouTube sahnesi, bir yandan şaşırtıcı bir tekdüzeliği barındırmakta; diğer yandan rutin eylemleri bozmakta ve farklı deneyimler sunmaktadır. Goffman'e göre özellikle ticarileşmiş temsili deneyimlerde şaşırtıcı bir tekdüzelik hakimdir.⁸⁵⁴ Bu tekdüzelik, üreticiler için bir kazanç kapısı olan vlog'larda çok yaygındır. Nitekim YouTube sahnesi; birbirine benzeyen vlog'ların mantar gibi çoğalarak bir tür "kolektif öykünme modeli"⁸⁵⁵ şeklinde tezahür ettiği muazzam bir tekdüzelik barındırmaktadır. Normalde sürekli aynı kişilerle, aynı türde tekdüze etkinlikler yapmak sosyalleşmeyi baltalar. Ancak YouTube kişilere farklı deneyimleri, yaşamasına da görme fırsatı sunarak rutini bozmakta ve sosyalleşme deneyiminde işlevsel olmaktadır.⁸⁵⁶

YouTube sahnesinin son özelliği ise kendine has bir dile sahip olması ve doğasına uygun metoforik bir söylem biçimi inşa etmesidir.⁸⁵⁷ Bu nedenle kişi bu platformda var olmak istediğinde onun sosyal yapısına uygun bir "katılım dili"⁸⁵⁸ geliştirmek durumunda kalır. Yine analog bağlamda aşına olunan hitabetin dijital-görsel medya platformlarında çevrimiçi olarak barındırılan yeni bir form içinde, "dijital hitabet"⁸⁵⁹ olarak yeniden kipleştirildiği görülmektedir. Ayrıca YouTube'da göstergesel uygulamaların çokça yer alması nedeniyle bu platformda bir tür "YouTube retoriği"nin⁸⁶⁰ içkin olduğunu söylemek mümkündür. Bahsedilen bu dil, hitabet, retorik ve söylemlerin şekillenmesinde ise sahne, katılımcıların yaş-cinsiyet gibi konumları ve çeşitli grup üyelikleri belirleyici bir rol oynamaktadır.⁸⁶¹ Üstelik bu söylem sadece

⁸⁵⁴ Goffman, *Etkileşim Ritielleri*, 294.

⁸⁵⁵ Max Horkheimer, *Akıl Tutulması* (İstanbul: Metis Yayınları, 1998), 415.

⁸⁵⁶ Goffman'e göre sosyalleşme deneyimlerinin başarısız olması katılımcıların birbirlerine aşırı yakın ve aşırı uzak olmasıyla yakından ilintilidir. Bu yüzden iletişimin başarısı için bu tür aşırılıklardan sakınılması elzemdir. Bk. Goffman, *Karşılaşmalar*, 86.

⁸⁵⁷ Bu konuda yapılmış dikkat çekici çalışmalar için bk. Stephen Pihlaja, *Antagonism on YouTube: Metaphor in Online Discourse* (London: Bloomsbury Academic, 2014); Benson, *The Discourse Of YouTube*.

⁸⁵⁸ Bu düşünce, yüzyüze ilişkilerde topluluğun selameti için topluluğa uygun bir biçimde katılım gösterecek bir dil tercih edilmesi gerektiğine dair Goffman'ın ileri sürdüğü düşünceden uyarlanmıştır. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 257.

⁸⁵⁹ Fiona Rossette-Crake, *Digital Oratory as Discursive Practice: From the Podium to the Screen* (Cham: Palgrave Macmillan, 2022), 49.

⁸⁶⁰ Bu kavram, Kenneth Burke'ün "tıbbın retoriği" olarak adlandırdığı gerçeklikten ilhamla üretilmiştir. Burk'e göre "tıbbın retoriği"; medikal araç, ölçüm ve göstergelerin hastalık teşhis ve tedavisine sağladığı yardımdan daha çok bu uygulamaların kullanıldığı tiyatroya uygulamaların hasta memnuniyeti üzerindeki işlevselliğini ifade eder. Bu öylesine etkili bir uygulamadır ki bahsedilen tüm göz boyama uygulamalarına dayanmayan gerçek bir tedavi uygulanan hasta, çoğu zaman kendisini kandırılmış hissetmekte ve tedaviye ikna olmamaktadır. Bk. Kenneth Burke, *A Rhetoric of Motives* (New York: George Braziller, 1955).

⁸⁶¹ van Dijk, *İdeoloji*, 317.

icracılar tarafından inşa edilmez. Aksine izleyici özne ve dışarıdaki pasif izleyici gibi öteki katılımcılar da bu söyleme dahil olur.

Genel anlamda YouTube sahnesindeki dramaturjik özneler; oyuncu ve izleyici olarak konumlanırlar. Oyuncu; YouTube sahnesinde kendi kendisiyle konuşma halinde bulunan YouTuber veya vlogger'ı ifade etmektedir. Kişinin kendisiyle konuşması, bir anlamda kendisiyle etkileşim kurmak, gelecek eylemlerin provasını yapmak ve “başkasının rolünü alarak”⁸⁶² kendisini örgütlemek anlamına gelmektedir.⁸⁶³ Bu örgütlü performans alanında gösteri sunan YouTuber-vlogger, olduğundan farklı görünmek pahasına sahneyi iyi kullanmak zorundadır.⁸⁶⁴ YouTube sahnesindeki diğer dramaturjik özne olan “izleyici” ise Goffman sosyolojisinde yer alan “hayali seyirci”yle işlevleri açısından büyük benzerlikler göstermektedir. Goffman’e göre bir oyuncu veya takım; sadece gizlenmeyi gerektirecek uygunsuz eylemleri değil, ahlaki standartlara uygun bir performans sergilediğinde bile bu standartları referans aldığı hayali bir seyirci kitlesiyle özdeşleştirir.⁸⁶⁵ Yani kişi ya kendi kendisinin seyircisidir ya da kendisine hayali bir seyirci yaratır. Bununla beraber YouTube sahnesinin ardında kalan izleyicinin Goffman’ın analog bağlamda bahsettiği izleyiciye kıyasla daha “zayıf izleyici”⁸⁶⁶ olduğu görülmektedir.

YouTube sahnesinde performans yapan ve yapılan konumundaki özne ve izleyici arasında beklenti-yükümlülük şeklinde refleksif bir ilişki bulunmaktadır. Bir yandan oyuncu, izleyicinin kendisinde beklediği eylemleri gösteri esnasında sahnelemekle yükümlüdür. Diğer yandan gösterinin başarıya ulaşması için izleyicinin de kendine has katılım yükümlülüklerini yerine getirmesi beklenir.⁸⁶⁷ Medya üreticisi ile izleyicisi arasındaki bu refleksif ilişkiyi üretimin sahne arkasındaki süreçlerinin farkındalığı

⁸⁶² Başkasının tavrını benimsemeye yönelik Mead’e ait olan bu düşünce; toplumsal anlamlar sistemi olan söylem evrenlerinin var olmasını mümkün kılan en önemli faktörlerden birisidir. Bk. Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, 182.

⁸⁶³ Wolf - Wallace, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 282.

⁸⁶⁴ Vlogger sahneyi iyi kullanmak zorundadır. Olduğundan farklı görünmek zorundadır. Örneğin otomedya çalışmalarıyla tanınan akademisyen Kennedy; ilk vlog’unu çektiğinde arka plan güzel görünsün diye yolun normalde hiç kullanmadığı kısmında durduğunu ve saçlarını normalde hep toplamasına rağmen daha güzel görünmesi için açık bırakmayı tercih ettiğini belirtir. Bk. Kennedy, “Arriving on YouTube”, 569.

⁸⁶⁵ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 86.

⁸⁶⁶ Goffman; performans esnasında yüz yüze bağlantısı bulunmadığı halde birbirlerinden bağımsız olarak şahit oldukları performansa tepkilerini birleştiren izleyici türünü “zayıf izleyici” olarak adlandırır. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 160.

⁸⁶⁷ Nitekim Goffman’e göre her iki tarafın bu yükümlülükleri yerine getirmemesi durumunda hem fail hem muhatap hem de içinde bulunulan tüm topluluk tehdit altında kalır. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 398.

olarak tanımlamak mümkündür.⁸⁶⁸ Bu düşünömsellik YouTube'ta kişinin kendisini konu haline getirme eğilimini ifade etse de aslında bundan daha fazlasını işaret etmektedir. Çünkü oyuncu başkası tarafından izlenirken aynı zamanda kendisini de izler ve böylece refleksif deneyimi yoğunlaştırır.⁸⁶⁹ Yani YouTube'daki oyuncu-izleyici ilişkisi, basit bir öz-farkındalık meselesi veya karşılıklı etkileşim değil, çok katmanlı bir farkındalık ilişkisidir.⁸⁷⁰

YouTube sahnesine çıkan oyuncu, icracı veya performer; burada bir anlatı ve hikaye sahneler.⁸⁷¹ İnsanların YouTube sahnesinde böyle bir anlatı inşa etmesi ve bunu sunmasının en temel sebebi; kişilerin bir hikayenin kahramanı olmak, başrolü oynamak ve daha önemlisi kendi hikayelerinin çevredekiler tarafından bilinmesini istemeleridir.⁸⁷² YouTube, bir sahne olarak tam da bu ihtiyaçları gidermeyi vadettiği için talep edilmektedir. Ancak paradoksal bir biçimde anlatıyı ifade veya dramatize eden sembollerin sel gibi akması; sembolleri ve onun ifade ettiğı anlamı değersizleştirir, daha ötesi anlatıyı yok eder.⁸⁷³ Nitekim ağ toplumunda işleyemeyeceğı ve sindiremeyeceğı kadar çok imaj ve izlenime maruz kalan çoğı izleyici, sunulan anlatıyı aktif bir biçimde okumaktan sıyrılarak pasif izlemeye yönelmiş durumdadır. Yani bu dönemde dolaysız deneyimler, yerlerini dolaylı izlemelere ve yapay gerçekliklere bırakmış olmaktadır.⁸⁷⁴

Bir zamanlar televizyon; toplumun geneline iletilmesi amaçlanan iş, siyaset, sanat ve spor gibi pek çok süreç için nasıl bir sahne olduysa, bugün YouTube aynı şekilde bir sahne olmuş ve buradaki toplumsal iletişim dilini çerçevelemiştir.⁸⁷⁵ Bu YouTube sahnesinde sıradan eylemler değil bir tür “dramatik eylem” olarak adlandırılan pratikler icra edilir. Goffman, dramatik eylemi bir sahnede icra edilen ritüelistik eylemleri

⁸⁶⁸ Jay Ruby, “The Image Mirrored: Reflexivity and the Documentary Film”, *Journal of the University Film Association* 29/4 (1977), 4.

⁸⁶⁹ Strangelove, *Watching YouTube*, 82.

⁸⁷⁰ Bu düşünömsellik meselesine değinen Strangelove'a göre öz-bilinç bir “biliyorum” meselesiyken; iletişim ise “sana bildiğimi söylüyorum” meselesidir. Bu ikisini aşan dönüşlü iletişim ise “bildiğimi bildiğimi biliyorum” unsurunu içermektedir. Bk. Strangelove, *Watching YouTube*, 74.

⁸⁷¹ YouTube'daki kart hikayeleri üzerinden çevrimiçi benlik sunumu yapan yararlı bir çalışma için bk. Sabina Misoch, “Card Stories on YouTube: A New Frame for Online Self-Disclosure”, *Media and Communication* 2/1 (2014), 2-12.

⁸⁷² Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 59.

⁸⁷³ Postman, *Teknopoli*, 165.

⁸⁷⁴ Dijk, *The Network Society*, 191-198.

⁸⁷⁵ Televizyonun dramatik bir sahne oluşuna ilişkin Eco, Postman ve Castells'in benzer düşünceleri için bk. Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi*, 450.

tanımlamak üzere kullanmaktadır.⁸⁷⁶ Böylesi dramatik eylemlerin sahnelendiği çevrimiçi performanslar, salt görsellere dayanmaz; aksine görsellerin dil ve çeşitli ifade biçimleriyle sentezlenmesiyle var olur.⁸⁷⁷ Görsellerin böylesi ifadesel anlamları ve dilsel kaynakları olsa da arada kamera varken sunulan görseller üzerinden dünyanın olduğu gibi anlaşılmasına imkan yoktur.⁸⁷⁸ Çünkü görseller; aşırı şeffaf ve görünür hale geldiklerinde paradoksal bir biçimde taşıdıkları her türlü dramaturjiyi, koreografiyi ve yorumbilimsel derinliği kaybetmektedir.⁸⁷⁹ Bu nedenle analog bağlamdaki dramatik eyleme kıyasla daha değişken ve belirsiz olan YouTube'daki dramatik eylemleri doğru okuyabilmek için, Goffman'ın çokça önemseydiği "işaret araçları"na⁸⁸⁰ veya "bağ işaretleri"ne⁸⁸¹ odaklanılabilir. Bu belirteçler YouTube'daki dramatik eylemleri doğru okumada çok yararlıdır. Çünkü YouTube platformu çok konuşkan bir karaktere sahip olduğundan, platformda bu belirteçler yoluyla sürekli açık verme hallerine rastlanır.

Sahnelenmiş bir eylem, genelde iyi bir kurguyla bütünlüklü ve özenli görüntü çizmektedir. Ancak oyuncunun sergilediği eylemler, aslında sahne ardında parça parça çekilen ve montajla bütünleştirilen bir yapıya sahiptir. Yani sahnelenen her eylem; bütüncül değil, birden çok kişi tarafından parça parça sergilenen bireysel oyunculuğun sahne arkasında birleştirilmesinden oluşmaktadır.⁸⁸² Bu anlamda dramatik eylem hem kurgusal hem de ritüelistiktir. Bir eylemin ritüelistik olması, onun katı normatif düzenlemelere tabi olmasına bağlıdır. Yani bir eylemin kamusal alanda düzeni sağlamaya yönelik ahlak kuralları veya görgü kuralları gibi normlarla sınırları belirlenmişse orada ritüel eylemden bahsedilebilir.⁸⁸³ Peki YouTube'da böylesi duruma özgü görgü kuralları veya izleyici-oyuncudan beklenen belirli davranış kalıpları var mıdır?

Öncelikle YouTube; tüm özgürlük iddialarına rağmen aslında pek çok "duruma özgü görgü kurallarının uygulandığı küçük bir sosyal sistem"⁸⁸⁴ oluşturmaktadır. Örneğin analog hayatta birilerinin hayatına dair tecessüs yapmak nasıl utanç verici bir

⁸⁷⁶ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 94,99.

⁸⁷⁷ Thumim, *Self Representation and Digital Culture*, 8.

⁸⁷⁸ Niedzwiecki, *Dikizleme Günlüğü*, 24.

⁸⁷⁹ Han, *Şeffaflık Toplumu*, 16.

⁸⁸⁰ Goffman'e göre insanların hakiki tutum, inanç ve duygularını bazen doğrudan ama çoğunlukla istemdişi bazı davranışsal dışavurumlar aracılığıyla ifade edilir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 16.

⁸⁸¹ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 235.

⁸⁸² Benjamin, *Yeniden-Üretilbilirlik Çağında Sanat*, 37.

⁸⁸³ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 52-55; Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 32-33.

⁸⁸⁴ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 267.

davranışsa, aynı şekilde bu eylemin dijital uzamdaki versiyonu olan “stalk yapmak”⁸⁸⁵ da o denli utanç vericidir. Bir stalker, bu eylemi yaparken yakalanmamaya özel önem verir. Hatta kişinin sosyal medya profilini gören kişilerin kim olduğunu, yani kişiyi “stalk”layanları ifşa eden uygulamalar bile piyasada mevcuttur. Bu uygulamaların kullanılıyor olma ihtimali ise, gözetleyiciyi analog bağlamda olduğu gibi dijital platformlarda da tedbirli olmaya sevk ederek caydırıcı olabilmektedir. Yani YouTube’da sahnelenen eylemler, tıpkı Goffman’ın yüz yüze ilişkilerde bahsettiği gibi ritüel düzen içinde, bu düzene uygun normlar çerçevesinde gerçekleşmektedir.

Goffman sosyolojisinde yüz yüze karşılaşmaların başlangıç ve bitişini beyan eden ve katılımcılar arasında duygu akışını sürekli hale getirmeyi sağlayan çeşitli giriş ve çıkış ritüellerine hususi ilgi duyulmaktadır.⁸⁸⁶ YouTube’a bakıldığında, onun bu giriş ve çıkış ritüellerinin çokça uygulandığı bir platform olduğu görülmektedir. YouTuber veya vlogger’ların giriş ritüelleri genelde “merhaba canlar/arkadaşlar... kanalına hoş geldiniz... yepyeni bir içerikle karşınızdayım...” şeklinde; çıkış ritüelleri ise “bu konudaki fikirlerinizi yorum kısmına yazarak benimle paylaşabilirsiniz... içeriği beğendiyseniz beğen butonuna basmayı ve kanalına abone olmayı unutmayın... bir sonraki içerikte görüşmek üzere...” şeklinde klişeleşmektedir.

Çok sayıda ritüel eylem barındıran YouTube platformundaki ritüel eylemlerin analog bağlamdaki ritüel eylemlerden farkı, yine Goffman’ın ileri sürdüğü “hiper-ritüelleştirme”⁸⁸⁷ kavramıyla ifade edilen gerçeklikle örtüşmektedir. Normalde kişiler analog bağlamda yüz yüze girilen ilişkilerde belirli davranış kalıpları sergilerken zaten ritüelistik davranmaktadır. Bu kişiler; YouTube’da faaliyet göstermeyi tercih ettiklerinde ise analog uzamdaki ritüelistik eylemi, platformun doğasına uygun bir şekilde yeniden ritüelleştirerek sunmak durumunda kalmaktadır.

Ritüel eylemlerin icra edildiği YouTube sahnesi yorumlar aracılığıyla linçlenme, montaj ve rahatsız edici içerik yayma şeklinde çok sayıda ihlali potansiyel olarak barındırmaktadır. Bu durumun temel sebebi Goffman’ın ifade ettiği gibi kişinin yüzüne bağlı olması ve bu bağlılığın da kişiyi başkaları için açık bir hedef haline

⁸⁸⁵ “Stalk yapmak” tabiri, sosyal ağlarda takipçisi veya abonesi olunmayan hesapları meşru olmayan yollarla izleyerek gerçekleştirilen sosyal ağlara özgü bir tür tecessüsdür.

⁸⁸⁶ Goffman, *Karşılaşmalar*, 19; Goffman, *Frame Analysis*, 561.

⁸⁸⁷ Goffman bu kavramı, zaten ritüel karakterli olan bir eylemin yeniden ritüelleştirilmesini ifade etmek için kullanmaktadır. Bk. Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 27.

getirmesidir.⁸⁸⁸ Bahsedilen bu “başkaları” etkileşim esnasında kişiyi gayri resmi olarak yaralayabilmekte, hatta kişinin yüzünü tamamen kaybetmesine sebep olabilmektedir. İşte YouTube platformu, kişisel “yüz”ün saldırı altında olma ihtimalinin arttığı bir zemindir. Bu uzamdaki ihlaller ve duruma özgü münasebetsizlikler -tıpkı analog bağlamda olduğu gibi- gerçekleşmemesi veya gerçekleştikten sonra büyük hasar vermemesi için *izahat*, *özür* ve *rica* gibi durumu telafi edici faaliyetlerle ve çeşitli normlarla denetlenir.⁸⁸⁹ Etkileşim esnasında izahlar ve özörlere olumsuz eylemin fiilen meydana gelmesinden sonra başvurulurken; ricalar ise eylemin gerçekleşmesinden önce veya eylemin hemen başlarında meydana gelir.⁸⁹⁰ Örneğin saldırı eyleminde bulunan veya bulunmak isteyen YouTuber’lar, “maliyetli bir tepkiyle karşılaşmamak için”⁸⁹¹ özellikle “challenge” veya “mide kaldıran” içeriklerin bulunduğu videoların başlangıcında bazı uyarılarda bulunarak aslında amaçlarının iyi olduğunu ifade etmekte ve izleyici tepkisini kanallize etmeye çalışmaktadır. Bir tür önleme çabası olan böylesi ricalar ve özörlere, genelde selamlaşma faslının hemen akabinde, izleyicilerin az sonraki çirkinliklere maruz kalmalarından ötürü kullanılır. Burada kurban konumunda bulunan izleyiciden alınan özel izin sayesinde, mevcut olumsuz durum bir ihlal olmaktan çıkarılarak bir tür “saygı jesti”⁸⁹² haline getirilir.

Önden özür dileme gibi telafi edici faaliyetler, rahatsızlık verici davranışlardan ötürü video esnasında anlık özür dilemesi mümkün olmayan YouTuber’ın başvurduğu bir tür düzeltme stratejisidir. Bu doğası nedeniyle YouTube platformunda izlenim denetimi yapmak en çok canlı yayınlarda zordur.⁸⁹³ Çünkü bu esnada kişi kendisini kimin izlediğini ve anında yorumda bulunacağını bilemez; üstelik kişinin tam o anda gereken uygun cevabı bulamama ve pot kırma ihtimali de yüksektir. Bu yüzden

⁸⁸⁸ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 49.

⁸⁸⁹ Goffman sosyolojisinde izah, saldırganın yaptığı eylemin tüm ayrıntılarını ifşa ederek kendisini temize çıkarma girişimini; özür, kişinin yaptığı ihlalin ciddi olduğunu kabul etmekle beraber topluluğa yeniden kabul edilmeye değer biri olduğunu gösterme çabasını; rica ise saldırıya maruz kalması muhtemel kişilerin haklarına tecavüz gibi düşünülebilecek bir eylemi gerçekleştirmek için ihlalden önce istenen izinleri ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 142-147.

⁸⁹⁰ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 147.

⁸⁹¹ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 33.

⁸⁹² Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 148.

⁸⁹³ Normalde analog bağlamda başkasını ziyarete giden kişi, içeri girerken kapıda üstünü başını düzelterek ve yüzünde sıcak bir gülümseme oluşturarak izlenim denetimi yapar. Ancak ziyaret eden kişinin eve girmeden önce yaptığı bu kontroller, ev sahibi tarafından fark edilirse izlenim denetimi gerçekleşmez ve kişi inandırıcılığını yitirir. Bu nedenle söz konusu ihtimalleri düşünen daha güçlü bir kontrol mekanizmasına sahip kişiler ise daha uzaktayken gereken fiziki hazırlığı yaparak tutarlı bir imaj oluşturmayı garanti eder. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 21.

uygunsuzlukları YouTube’da denetlemenin en kolay yolu önceden çekim yapıp editlemek gibi görünmektedir.

Goffman, saldırılar ve onlara yönelik diyalojik çözümlerin her ne kadar daha çok yüz yüze ilişkilerde bulunduğunu ifade etse de her türlü iletişim ortamında bu ihlallere rastlama ihtimalini gözardı etmez.⁸⁹⁴ Bu noktada genelde dijitalin özelde ise YouTube’un en büyük saldırı ve telafi döngüsünün “linç”ler üzerinden sürdürüldüğü ifade edilebilir. YouTuber’ların izleyicilere veya başka YouTuber’lara yönelik potansiyel saldırıları çok sayıda olsa da YouTuber; böylesi bir saldırganlığın bedelini linç gibi bir tür karşı saldırıyla fazlasıyla öder. Bu durum, çoğu zaman kişi üzerinde frenleyici bir mekanizma olarak işlev görse de kişinin bu platformda bulunmasıyla birlikte kendilik imgesi, bizzat kendi eliyle “ihlale maruz kalan imge”⁸⁹⁵ haline gelmektedir. Kişi YouTube’da özellikle itiraf ve ifşaat yoluyla kendi benlik imgesine saldırmış olmaktadır.

Kişinin benliğini YouTube’da sahnelemesi ona bir tür ebedilik vermektedir. Nitekim fotoğraflanan ve video kaydı alınan kişi “ebedi bir erişilebilirliğe”⁸⁹⁶ ulaşmakta ve ölümünden sonra bile YouTube ekranında var olmayı sürdürebilmektedir. Ancak yaşam alanı büyük bir “gösteriye dönüştürülmüş dünya”nın⁸⁹⁷ sakinleri yanlış sunumlar yaparak; büyük oranda tektipçi, bağımlı ve yabancılaşmış görünmektedir. Goffman’e göre yanlış sunum yapmak için büyük yalanlar söylemeye gerek yoktur. Daha çok yanıltıcı bir rolü sürdüren kişinin ima, stratejik belirsizlik veya can alıcı atlamalar yoluyla; ayrıca medyada kamera açısı ve montajlarla böylesi yanlış sunumları gerçekleştirmesi kolayca mümkündür.⁸⁹⁸ Yanlış sunum, kolayca yapılması açısından oyuncuya avantaj sağlasa da aslında oyuncuyu kendisine karşı yabancılaştırır ve parçalar. Bağlantılılık ve özerklik arzusu, etkenlik ve edilgenlik arasında sıkışarak kendisine yabancılaşan bu oyuncunun ihtiyaç duyduğu ve aradığı şey ise tam olarak “esnek bir benlik ihtiyacı”dır.⁸⁹⁹ Hem oyuncu hem de izleyici rolündeki kullanıcılarına böyle bir esnekliği sunan YouTube’un cazibesi tam olarak bu husustan ileri gelir.

⁸⁹⁴ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 154.

⁸⁹⁵ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 138.

⁸⁹⁶ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 52.

⁸⁹⁷ Kolektif, *Taarruz / Eğlendirerek Hükmetmek Halklara Karşı Kitle Kültürü*, çev. Yusuf Polat (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2013), 29.

⁸⁹⁸ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 69.

⁸⁹⁹ Özyeğin, “Arzunun Nesnesi Olmak”, 177.

Özetle YouTube sahnesinde icrada bulunan oyuncuların Goffman'ın bahsettiği gibi tutarlı bir imaj için gözetlendiğinin bilincinde olup çok erken manevra yapması; izlenmeden izleyebilme imkanı yakalayan seyircilerin de bu oyuna beğeni, yorum ve aboneliklerle müdahil olması gerekmektedir.

2.3.2. Dramatik Bir Temsiliyet Olarak Dinsellik

Bu başlıkta, YouTube'un dramatik bir sahne olarak işlev görmesine ilişkin belirtilen önceki açıklamaları tamamlamak üzere, kadim din fenomeninin YouTube platformunda dramatik bir temsiliyete dönüşümünün mümkün olup olmadığı tartışılmaktadır.

Bahsedilen amaç doğrultusunda dramaturji kuramına başvurulduğunda, Goffman'ın dinin dramatik temsiliyetini ele aldığı doğrudan bir çalışmasının bulunmadığı görülmektedir. Goffman her ne kadar dramaturji-din ilişkisini doğrudan ele almasa da göçmen bir Yahudi olarak büyümesinin sosyolojik düşünceleri üzerinde dolaylı etkileri olmuştur.⁹⁰⁰ Bu anlamda dini unsurları nüve olarak veya bazı genel meseleleri örneklemek üzere eserlerinde kullanan Goffman, kendi hayatından özellikle uzak tutmuş olsa da dramaturjiyi dini yapılara uyarlayan çalışmaları öğrencilerine yaptırmayı ihmal etmemiştir.⁹⁰¹

Din fenomeninden bütünüyle uzak olmayan Goffman; özellikle spesifik toplumsal yapılardan elde ettiği dramaturjik verilerin farklı kültürlere genellenip genellenemeyeceği veya onlarla karşılaştırılıp karşılaştırılmayacağı hususunu tartışmaya açarak her kültürde farklı boyutlarda dramaturjik niteliklerin var olduğu sonucuna varmıştır. Tam da bu noktada özellikle eşitsiz statü sistemlerinde ve güçlü dini

⁹⁰⁰ Goffman'ın gençliği yükselen bir anti-Semitizm döneminde geçmiş ve bu onu büyük oranda etkilemiştir. Örneğin Goffman'ların bir dönem yaşadıkları Dauphin (Kanada'ya bağlı yerleşim yeri) toplumunda din, genel anlamda baskın bir güçtü. Burada Anglikanlar, Presbiteryenler ve Metodistler için çeşitli ibadethaneler inşa edilmişken küçük Yahudi topluluğu için böyle bir dini mekan inşa edilmemiş ve Yahudi toplumu büyük oranda yok sayılmıştır. Bu anti-semitik ortamın Goffman üzerinde dini anlamda pasifleştirici bir etkisi olmuş görünmektedir. Bk. Sherri Cavan, "When Erving Goffman Was a Boy: The Formative Years of a Sociological Giant", *Symbolic Interaction* 37/1 (2014), 47-48.

⁹⁰¹ Bu konuda John Lofland'ın Moon Tarikatı (Unification Church) üzerine yaptığı doktora tezinin danışmanlığını üstelenerek öğrencisi üzerinde etkili olmuştur. Bk. John Lofland, *The World-Savers: A Field Study of Cult Processes* (Ann Arbor: University of California, Berkeley, Ph.D., ts.) (Erişim 27 Temmuz 2023); John Lofland, *Doomsday Cult : A Study of Conversion, Proselytization, and Maintenance of Faith* (New York: Irvington Publishers, 1977).

yönelimleri bulunan toplumlarda bu durumun daha belirgin olduğunu ifade ederek, din-dramaturji ilişkisine kapı aralamıştır.⁹⁰²

Goffman'e göre seküler dünya zannedildiği kadar dinle ilgisiz değildir. Bugün pek çok Tanrı ortadan kalkmış olsa da insanın bizzat kendisi inatla ilah olmaya devam etmektedir. İlahi sıfatları bünyesinde taşıyan insan, vakarla yürümekte ve kendisine sunulan pek çok bağışı-kurbanı kabul etmektedir. Ayrıca Kutsal kitaplarda geçtiği gibi başkasına sunulan aşırı saygıyı kıskanmakta ve kendisine karşı suç işleyenleri affetme büyüklüğünü göstermektedir. Tanrıdan rol çalan insanın öteki Tanrı temsillerinden farkı ise son derece canlı bir Tanrı gibi davranarak doğrudan etkileşim kurması, araçlara ihtiyaç duymaması ve kendisinin rahibi olarak kendisine hizmet etmeye muktedir olmasıdır.⁹⁰³ Farklı açılardan oldukça ses getirse de aslında Goffman bu ifadelerle, en seküler olan insanların dahi farkında olmadan ilahi rollere büründüklerini ifade etmektedir. Nitekim bu noktada Goffman; kişiliğin resmi, katı ve cansız birtakım dünyevi rolleri ile kişisel kapasiteye göre değişen içten ve mizahi bir yapıya sahip birtakım kutsal rolleri olduğunu ifade eder.⁹⁰⁴ Kişinin rolleri genelde kutsal olandan dünyevi olana doğru evrilmektedir. Bu nedenle Goffman'ın anlayışa göre ancak bu kutsal rollere büründüklerinde kişilerin gerçek anlamda nasıl biri olduğu anlaşılabilir. O halde yüz yüze ortamdaki dramaturji-din ilişkisini imleyen bu düşüncelerden yola çıkarak kadim kutsal bir fenomen olan dinin YouTube sahnesinde temsil edilip edilmediği, temsil ediliyorsa şayet bu durumun gerçekleşme biçimlerine ilişkin neler söylenebilir?

Burada öncelikle “temsil etme” (present, represent) kavramına değinmekte yarar vardır. Sözlük anlamından beslenmekle birlikte burada bir şeyin temsil edilmesi veya sunulması; öznelerearası hareket ve bu öznelerearası hareketin işgal ettiği toplumsal konumlar arasındaki değiş-tokuş durumuyla ilişkilendirilmektedir.⁹⁰⁵ Yani her bir temsil eyleminin özünde hem konum değişikliği hem de ötekinin bakış açısını benimsemeyi gerektiren bir karşılıklılık veya öznelerearasılık bulunmaktadır. Bu karşılıklılık dijital medya ortamında gerçekleşen dini içerikli temsil veya sunumlarda da devam etmektedir.

⁹⁰² Goffman, *Benliğin Sunumu*, 228.

⁹⁰³ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 107.

⁹⁰⁴ Goffman, *Karşılaşmalar*, 164.

⁹⁰⁵ Alex Gillespie, *Becoming Other: From Social Interaction to Self-Reflection* (Charlotte: Information Age Publishing, 2006), 19.

Yüz yüze ilişkiler kapsamında tüm dünyanın bir sahne işlevi görmesi ve bu sahnede çeşitli dinseliliklerin icra edildiği gibi, özellikle YouTube platformunda dini içerikli pek çok temsil biçimi (representation of YouTube)⁹⁰⁶ bulmak mümkündür.⁹⁰⁷ Ancak dini kimlikler, dijitalleşmenin kendine has dinamikleri doğrultusunda analog bağlama kıyasla dijital medya toplumunda oldukça farklı şekillerde performe edilmektedir.⁹⁰⁸ Bu süreçte yeni medya araçları; özellikle çarpıtılmış dini temsiller aracılığıyla, insanlar arasında yaygın olan kamusal din anlayışını şekillendirmeye çalışır.⁹⁰⁹ Yani aslında dinin bir seremoni biçiminde performe edilen pratikleri içermesi yeni bir durum değildir. Bu noktada Durkheim'ın verdiği zengin örneklerden hareket edilecek olursa, ilkel topluluklarda bulunan birbirinden renkli ritüellerin, seyirlik pek çok unsuru barındıran birer performans kümesi olarak nitelendirilmesi mümkündür.⁹¹⁰ Yani burada yeni olan şey; dinin performans nesnesi olması değil, dini performansların fiziksel olmayan bir mekanda ve anonim bir kitle önünde, sentezlenerek ve editlenerek icra edilmesidir. Mekandaki bu dönüşüm, elbette performansın içeriği ve etkileme gücü üzerinde birtakım farklı sonuçlar doğurabilmektedir. Yeni olan, işte tam olarak bu performe edilme biçimi ve toplumun yaşam tarzı ve düşünce dünyası üzerindeki yansımalarıdır.

Temsil eyleminin bahsedilen öznelarası karakteri dolayısıyla, YouTube'da dini hassasiyete sahip olan oyuncular, dini içerik tüketmek isteyen izleyicilere, yani “din takipçileri”ne⁹¹¹ yönelik dini nitelikli performanslar sunarlar. Tıpkı dindar blogger'lar açısından okuyucu nasıl ki istatistiki bir değer değil, daha çok kendisiyle iletişime geçilmesi gereken gerçek ve değerli bir insan ise, vlogger/YouTuber için de izleyici öyledir.⁹¹² Bu nedenle dini performans esnasında oyuncu; etkili bir dinsel imaj sunmak için izleyicileriyle stratejik bir etkileşime girerek bu eylemler aracılığıyla bir bilgiyi

⁹⁰⁶ Burgess - Green, *YouTube*, 15-17.

⁹⁰⁷ Genel anlamda medya sahnesinde icra edilen dinseliliklere ilişkin Hristiyan dünyasından bir örnek için bk. Winston, “All the World's a Stage”.

⁹⁰⁸ Lövheim - Lundmark, “Identity”, 65.

⁹⁰⁹ Knut Lundby, “Public Religion in Mediatized Transformations”, *Institutional Change in the Public Sphere*, ed. Fredrik Engelstad vd. (Berlin: De Gruyter, 2017), 259.

⁹¹⁰ Bu renkli performansların detayları için bk. Durkheim, *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*; Sigmund Freud, *Totem ve Tabu*, çev. Şemsettin Yeltekin (İstanbul: Araf Yayınları, 2013).

⁹¹¹ Stewart Hoover, *Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse* (Thousand Oaks: Sage, 1998), 114.

⁹¹² Dindar blogger ve okuyucuları arasındaki ilişkilere dair nispeten erken dönem bir çalışmada yer alan yararlı analizler için bk. Joe Carter, “Beginner's Toolbox: Blogging”, *The New Media Frontier: Blogging, Vlogging and Podcasting for Christ*, ed. John Mark Reynolds - Roger Overton (Wheaton: Crossway Books, 2008), 80.

almaya, vermeye veya saklamaya çalışır.⁹¹³ Goffman'e göre stratejik etkileşim, kişinin kendisine ve başkalarına yönelik gerçekleştirdiği hamle alışverişine dayalı oyun benzeri bir etkileşim formudur.⁹¹⁴ Bu durumda dini performansın başarılı bir biçimde gerçekleşebilmesi ve dini öznelere sosyal gerçeklikte kabul görebilmesi için stratejik hamlelerde bulunarak bu oyunu kurallarına göre oynaması gerekmektedir.

YouTube sahnesinde seküler oyuncuya alternatif olarak var olmaya çalışan dini oyuncu, kendisine biçtiği veya dini otoritelerce kendisine biçilen birtakım dini rollere bürünür. Dini amaçlarla uygunluk gösteren bu roller, aynı zamanda platformun doğasına da uyum sağlamak durumunda kalmaktadır. Örneğin YouTube'da konumlanan çok sayıda Müslüman fenomenin ifade biçimlerine bakıldığında, bunların gösteri mantığına uyum sağladığı görülmekte ve aynı şekilde dini ritüeller bu gösterinin bir parçası haline gelmektedir.⁹¹⁵ Özellikle üreticinin öznel modunu YouTube'un dijital sosyal alanına uyarlayan bir performatiklikle temsil eden vlog'larda bu durum daha çok belirgindir.⁹¹⁶ Çünkü YouTube'un hijyenik arayüzü "çoklu rol ve çoklu benlikleri"⁹¹⁷ mümkün kılan bir sahnedir. Bu sahnede kendisini sergileyen kişinin belirli sonuçlar elde etmek için çok sayıda role bürünmesi mümkün olmasına rağmen Mead'ın ifade ettiği üzere kişinin her zaman rol yapması mümkün değildir.⁹¹⁸ Bu yüzden YouTube'da "benlik sunumu" (self-indication)⁹¹⁹ yaparak "kendi hayatını filme alan"⁹²⁰ dini oyuncular; bazen doğal görünmek için kasıtlı olarak bazen de izlenim denetiminin gevşediği anlarda kasıtsız olarak rolden çıkar. Yani YouTube platformu sadece seküler yaşantının gösteriye dönüştüğü bir platform değildir. Aksine burada dini içerikli yaşam biçimleri de bir tür dini performans nesnesi haline gelir.⁹²¹

⁹¹³ Goffman bu stratejik eylemleri "kasıtsız hareket" (unwitting move), "naiflik" (naive move), "kontrol etmek" (control move), "ortaya çıkarmak" (uncovering move) ve "karşı-ortaya çıkarmak" (counter-uncovering move) olarak tasnif etmektedir. Bk. Erving Goffman, *Strategic Interaction* (University of Pennsylvania Press, 1970), 11-28.

⁹¹⁴ Goffman, *Strategic Interaction*, 100-101.

⁹¹⁵ Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 98.

⁹¹⁶ Raun, *Out Online*, 4.

⁹¹⁷ Stephen R. Marks - Shelley M. MacDermid, "Multiple Roles and the Self: A Theory of Role Balance", *Journal of Marriage and Family* 58/2 (1996), 417-432.

⁹¹⁸ Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, 175.

⁹¹⁹ Blumer, *Symbolic Interactionism*, 82.

⁹²⁰ Asadi, *YouTube Vlogging: The Complete Manual*, 24.

⁹²¹ Dinin bir gösteri nesnesi olmasına ilişkin etkileyici bazı çalışmalar için bk. Jan Jędrzejewski, "Religion as Spectacle: Hardy and Christian Ritual", *Thomas Hardy and the Church*, ed. Jan Jędrzejewski (London: Palgrave Macmillan UK, 1996), 120-169; Ebru Thwaites Diken, *The Spectacle of Politics and Religion in the Contemporary Turkish Cinema* (London: Palgrave Macmillan, 2018).

YouTube’da icra edilen dini performansların ortak birtakım özellikleri vardır. Bu özelliklerin başında hem platformun hem de insan ilişkilerinin doğasında var olan erişilebilirlik gelmektedir. Ancak YouTube platformunun dolayımlanmış karakteri nedeniyle burada meydana gelen dini içerikli erişilebilirliği, “cisimsiz erişilebilirlik” (disembodied access)⁹²² olarak adlandırmak daha uygun görünmektedir. Burada şu hususu vurgulamakta yarar vardır: Geleneksel araçlar üzerinden gerçekleştirilen performansların sınırlı erişim ve etkileşimine kıyasla, YouTube’un “sonsuz taklit” (endless imitation)⁹²³ imkanı sunan mümbit bir platform olması, burada sunulan gerçekliğin geleneksel araçlarda sunulandan yapısal olarak farklılaşmasına neden olmaktadır.⁹²⁴ Nihayetinde özü gereği cisimsiz olan dini fenomenler, platformun bu cisimsiz yapısı içerisinde arzu eden herkesin erişimine açık hale gelmektedir.

YouTube’da icra edilen dini performansın ikinci bir özelliği ise ritüelistik olmasıdır. Goffman, bir nesnenin seküler olsa bile kendisine özel değer atfedilerek belirli eylem kalıplarına neden olabildiğini gözlemlemiş ve bu nesnelere yönelik gerçekleştirilen eylemleri tanımlamak için ritüel kavramını kullanmıştır.⁹²⁵ Özellikle Durkheim’in pozitif ve negatif ritüel ayrımından beslenen Goffman’e göre ritüel, kişinin bir değer nesnesine veya onu temsil eden şeye saygı ve hürmetlerin gelenekselleşmiş bir eylem kalıbı içinde sunulmasıdır.⁹²⁶ Hem kutsal sahada yetişen din fenomeni hem de seküler düzlemde konumlanan YouTube platformu, ritüelistik olması açısından kesişmektedir. Bu kesişim nedeniyle YouTube üzerinde çok sayıda dini içerikli ritüelin yer aldığı dini performansların sahnelenmesi, dini performansların bir tür “ritüel oyun mantığı”⁹²⁷ etrafında örülmesine yol açmaktadır. YouTube’un ev sahipliği yapıp kitlelere ilan ettiği bu ritüelikstik dini temsiller, farklı görünümüler altında performe edilse de aslında büyük bir tekrar barındırmaktadır.⁹²⁸ Bu teorik tekrarın sıkıması için

⁹²² Lofland; “embodied-disembodied” ayrımını; yüz yüze erişim ile radyo ve gazete gibi geleneksel medya araçlarıyla dolayımlanan erişimi ayırt etmek üzere kullandığını net bir biçimde ifade etmiştir. Bk. Lofland, *Doomsday Cult*, 66.

⁹²³ George Herbert Mead, *The Philosophy of the Present* (London: Open Court, 1932), 186.

⁹²⁴ Strangelove, *Watching YouTube*, 79.

⁹²⁵ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 69.

⁹²⁶ Negatif ritüel, kamusal hayattaki etkileşimler esnasındaki yasaklamalar ve sakınmaları; pozitif ritüel ise aynı kamusal hayatta yakınlaşılan ve sunulan tekliflere bağlılığın gösterildiği eylem kalıplarını ifade etmek anlamında kullanılır. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 91.

⁹²⁷ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 33.

⁹²⁸ Goffman’e göre günlük konuşmaların çoğunda büyük bir tekrar vardır. Burada konuşmacıların amacı; mevcut durumun adil veya haksız olduğuna dair kanıt veya sempati, onay veya temize çıkarma, fikir aşılama veya eğlence sunma şeklinde genelde hep aynıdır. Bk. Goffman, *Frame Analysis*, 503.

ise YouTube'un çeşitli dikkat çekme stratejileri ve platformun kendine has mantığı kullanılır.

YouTube dini ritüellerin dramatize edilmesine çok uygun platform olmasına rağmen, bu ritüellerin dramatize edilme düzeyleri tüm YouTube performanslarında eşit düzeyde seyretmez. Özellikle bir takım performansı gerçekleştirildiğinde her bir üyenin “dramatik egemenlik derecesi”⁹²⁹ farklılık gösterir. Bu noktada özellikle belirli bir kamusal üne sahip olan icracıların toplumsal katılımı rutinden ritüele dönüştürecek bir güce sahip olduğu görülmektedir. Bu icraatların kutsallık içeren bir tarafı vardır ve bunlar ancak hiyerarşik potansiyellerinin açığa çıktığı ortamlarda gerçekleşebilirler.⁹³⁰ Goffman'ın analog bağlam için yaptığı bu tespiti YouTube'a uyarlayacak olursak, YouTube'da belli bir tanınırlığa ulaşan dini figürlerin gerçekleştirdiği birtakım dini olmayan rutinlerin zamanla figürlerin dini hayatının bir parçası haline geldiği ve hem onlarla hem de onların din anlayışlarıyla özdeşleştiği görülmektedir.

Bahsedilen ritüelleri barındıran hem YouTube'un hem de dini yapıların kendine has normları, etik anlayışı ve davranışları denetleme mekanizmaları bulunmaktadır. Teorik anlamda birbirinin tam karşısında konumlan bu iki etik ve denetleme anlayışı, pratikte ilginç bir biçimde kesişmekte ve büyük oranda örtüşmektedir. Burada her iki yapının kendi öncü amaçları doğrultusunda tavizler verdiği görülse de dinlerin daha çok taviz verdiği ifade edilebilir. Örneğin dinlerin ahlaki yargılarının başında “gözü disipline etme”⁹³¹ veya “bedenler çıplak olsa da bakışları giydirme”⁹³² anlayışları gelmektedir. Nitekim yüz yüze ilişkilerde bu ilkelere uymak nispeten daha kolayken, ahlaki yükümlülüklerin sürdürülmesi için büyük bir yaptırımın olmadığı YouTube platformunda bakışların giyinik olmasını gerektiren güçlü bir neden bulunmamaktadır. Bu nedenle platformda icra edilen dini performanslarda bu ilke belirli oranlarda esnetilmekte ve bu yeni normlara “dindarane bir tutumla”⁹³³ uyum sağlanmaktadır.

⁹²⁹ Goffman bu dramatik egemenlik derecesini analog bağlamdaki cenaze törenleri üzerinden örneklemiştir. Ona göre cenaze törenindeki ölü, dramatik egemen katılımcı olarak gösterinin odağındadır. Normalde cenaze gösterisini yönetmekten ibaret olan dramaturjik eylemleri gerçekleştirme sorumluluğu, bizzat ölünün yakınlarındadır. Ancak bu kişilerin üzgün ve deneyimsiz olması nedeniyle, sorumluluk rahip veya cenaze levazımatçısına düşmektedir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 102.

⁹³⁰ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 56.

⁹³¹ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 70.

⁹³² Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 71.

⁹³³ Goffman'e göre zaten toplumun genelinde duruma özgü her türlü görgü kurallarını dindarca bir biçimde muhafaza etme eğilimi vardır. bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 260.

Goffman'ın verdiği bir başka örnek yüz yüze ibadet mekanlarında karşılaşılan dini figürlerin birbirleriyle ağırbaşlı şekilde selamlaşmaları, güçlü duygularını bastırmaları ve duruma özgü herhangi bir münasebetsizlikten olağan bir biçimde kaçınmalarıdır.⁹³⁴ Yani kutsal mekanlarda geçerli olan edep kurallarının büyük oranda günlük iş ortamındakilerden farklı olduğu varsayılmaktadır.⁹³⁵ Ancak ritüelistik yönü ağır basan böylesi dini performansların YouTube'da icra edilmesi durumunda ise olağan durum; bastırma ve ağırbaşlılık değildir, aksine rahatlık ve teklifsizliktir. Daha uç bir örnek ise YouTube'un taviz vermediği bazı noktalarla ilintili dini performansların platformun normlarına ve etik ilkelerine uygun olmadıkları gerekçesiyle YouTube ekibi tarafından kaldırılmasıdır.⁹³⁶ Bahsedilen örneklerin tümünde platformun dini performans üzerinde belirleyici bir gücü olduğu, dinlerin ise var olma ve görünür olma adına platforma uyum sağlayarak ona eklemlendiği noktasına vurgu yapılmaktadır. Dini figürlerin platformda görünür olma adına verdiği bu tavizleri besleyen şey, aslında insanların doğasında bulunan saygı ve hürmeti arzulamasıdır. Nitekim Goffman'e göre kişi hürmeti arzulayıp onu hak etse de bu hürmeti kendi kendine temin edemez, onu mutlaka başkasından görmek zorundadır.⁹³⁷ Yani toplum kendi tapınağında ibadet eden münzevi insanlardan oluşan adacıklardan ibaret olmadığı için kişi, kendi başına temin edemediği bu hürmeti, sürekli olarak daha çok etkileşime girerek başkalarından temin etmeye çalışır. Bu sebeple etkileşimin yoğun olduğu YouTube gibi ağların norm standartlarına dahil olur.

Bahsedilen motivasyon kaynakları çerçevesinde din olgusunu YouTube'da dramatik bir temsiliyet alanı haline getiren dini icracılar, uzmanlardan değil amatörlerden oluşmaktadır. Yani dini temsiliyet kulaktan göze, profesyonelden amatöre ve özellikle gençlerin öne çıktığı bir değişim yaşamıştır. Nitekim "ışittik ve itaat ettik" yanıtında görüldüğü üzere kulağa dayanan dini hitap, "izledik ve itaat ettik" yanıtıyla

⁹³⁴ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 185-186.

⁹³⁵ Diyalektik yapmayı çokça seven Goffman'e göre aslında bu durum görünürde böyleyken iç yüzünde böyle değildir. Örneğin, kilisede oturan birinin oturması, hayal kurması veya uyuklaması büyük ölçüde yadırganmazken, bir giysi dükkanındaki satış elemanının bunları yapması işine mal olabilir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 109-110.

⁹³⁶ Google şeffaflık raporuna göre YouTube'un nefret söylemi, şiddete yönlendiren radikal düşünceler ve çocuk güvenliği olmak üzere üç temel parametre çerçevesinde sadece 2023 yılı içinde yayından kaldırdığı milyonlarca video bulunmaktadır. Bahsedilen parametreler arasında dini içerikli videoların ise genelde radikal düşünce ve nefret suçu ile ilişkilendirilerek kaldırıldığı görülmektedir. Örneğin Huzme ekibinin İslami normlar çerçevesinde eleştiri hedefi yaptığı eşcinsellik videosu, nefret suçları kapsamında yayınladıktan kısa süre sonra YouTube tarafından kaldırılmıştır. Raporun detayları için bk. <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/featured-policies/hate-speech?hl=tr> (Erişim Tarihi 30 Temmuz 2023)

⁹³⁷ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 70.

özdeşleşen göze dayalı izlenme kültürüne emanet edilmiş görünmektedir.⁹³⁸ Heidegger'in vurguladığı üzere “alıcının ontolojik organları olan işitme ve görme” duyuları arasında hiyerarşik bir kayma, yani varlığın algılanması ve anlamlandırılması noktasındaki referanslarda derin bir dönüşüm söz konusu olmaktadır.⁹³⁹ Bahsedilen dönüşümün mimarları, otoritesi olmayan genç dini figürler olsa da bu yeni akıma geleneksel dini figürler kayıtsız kalmamıştır. Dramaturjik karakterler çerçevesinde ele alınacak olursa bu amatör gençler, birer “sırdaş”; geleneksel otoriteler ise birer “hizmet uzmanı” konumunda bulunurlar.⁹⁴⁰ YouTube platformu, işte bu gönüllü hizmet esasına dayanan amatörlük ile profesyonel hizmet esasına dayanan geleneksel otoriteyi birtakım “teodramatik temalar”⁹⁴¹ ekseninde birbirine eklemleyerek yeni bir otorite formu inşa eder. Bu yeni otorite, YouTube’un görsel mantığı etrafında dramatize edilmeye oldukça müsaittir.

Normalde geleneksel anlamda teoloji; özel eğitim alan ilahiyatçılar ve uzmanların alanı iken; blog, vlog ve podcast’lerle birlikte kitleler tarafından şekillendirilmeye müsait bir alan hale gelmiştir.⁹⁴² Nitekim bu teknik imkanları Tanrısal bir hediye olarak gören geleneksel otorite açısından tüm bu yeni olanaklar, anlık eğlence sağlayan ıvr zıvırlara harcanmayacak kadar değerlidir; bu yüzden yeni olanaklar insanların hayatlarını iyileştirmek, dünya görüşlerini etkilemek, zihinleri beslemek ve inançları güçlendirmek adına kullanılmalıdır.⁹⁴³ Ancak dini otoritelerin dramatik performansın aktörleri olarak YouTube platformuna eklemelenmeleri ve burada sahne almaları onların geleneksel meşruiyetini bir parça zedelemiştir. Bu nedenle dini otoriteler bu krizi aşmak ve “meşruluk izlenimi”⁹⁴⁴ oluşturabilmek için platformu dini amaçlara uygun bir biçimde kullandıklarını sıkça vurgulamaktadır.

⁹³⁸ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 10.

⁹³⁹ David Kleinberg-Levin, *Heidegger’s Phenomenology of Perception: An Introduction*. (London: Rowman & Littlefield International, 2019), 13.

⁹⁴⁰ Bu iki rol arasındaki temel fark ise sırdaşın sır dinlemeyi ticaret haline getirmemesi, karşılık beklenmeden kendisine bilginin sunulması ve kendisiyle dostluğa dayalı bir ilişki biçimini temsil etmesidir. Hizmet uzmanı ise kişinin güvenip sahne arkasındaki kusurlarını kişisel yakınlık dışındaki ticari veya resmi ilişkiler çerçevesinde paylaştığı kimseleri ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 154.

⁹⁴¹ Charles A. Gillespie, “Theodramatic Themes and Showtime in Nassim Soleimanpour’s White Rabbit Red Rabbi”, *Religions* 11/1 (2020), 69-86.

⁹⁴² David Wayne, “Theological Blogging”, *The New Media Frontier: Blogging, Vlogging, and Podcasting for Christ*, ed. John Mark Reynolds - Roger Overton (Wheaton: Crossway Books, 2008), 97.

⁹⁴³ Carter, “Beginner’s Toolbox: Blogging”, 79-80.

⁹⁴⁴ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 56.

Analog bağlamda din eğitiminin çoğu resmi ders saatlerinin dışında informal olarak gerçekleşmektedir. Bu durumla uyumlu olarak çeşitli sivil dini yapılar, dijital platformlarda sohbet tarzında içerik üreterek bu informal öğrenim alanını genişletmektedir.⁹⁴⁵ Bu mecralarda içerik üreticilerinin takipçi yorumlarıyla çapraz etkileşim kurması, samimi bir dini öğrenim gerçekleştirmekte ve teoloji üzerinde ufuk açıcı bir etkiye sahip olmaktadır.⁹⁴⁶ Ancak vlog çekmek, teolojiyi sunmanın işlevsel yeni bir yolu haline gelse de aynı zamanda bu çaba; ortaya konan dini ürün ve davranış biçiminin de şekillenmesine yol açmaktadır. Peki ama nasıl? Yani vlog’lamak teolojik bir davranışın sunulma biçimini tam olarak nasıl etkilemektedir? Öncelikle bu cazip değişimin dini gruplar açısından yukarıda bahsedilen işlevleri olmakla beraber, tehlikelerinin daha belirgin olduğunu ifade etmek mümkündür. Özellikle gerçek evrene paralel olarak yaratılan dini-teolojik blog evreninin en tehlikeli yönü, iyi bir teoloji yapmak için gerekli zihinsel yapıya karşı çıkan bir zihniyeti üretebilmesidir.⁹⁴⁷ Bu yönüyle kendi kendisini imha etme kapasitesi bulunmaktadır. Bu kapasitesi nedeniyle medya, yeni teolojik evrende din fenomenini araçsallaştırarak yeniden konumlandırmaktadır.⁹⁴⁸

Dramaturjik yönü baskın olan YouTube platformunda, benlik kutsal bir hüviyete büründürülerek bir tür “kutsal imaj”⁹⁴⁹ inşa edilir. Ancak YouTube’un doğasında bulunan hafifmeşreplik ve platformun barındırdığı “sahte bir doğallık”⁹⁵⁰; gösteri formatında sunulan dini değerlerin içini boşaltarak bu kutsal imajı zedeler. Bu kutsallık zedelenmeye müsaittir. Çünkü kendi kendisinin ürünü olan gösterinin kurallarını yine kendi kendisinin koyması sebebiyle gerçek olmaktan uzak olan bir tür “sahte-kutsal”dır.⁹⁵¹ Bu sahte-kutsal imaj, seküler bir platforma içkin olduğu için burada dini temalar tüm göstergelere sahip olmasına rağmen içerikle bağlantısını büyük oranda yitirmekte ve bu platformda birtakım “seküler dinselilikler”⁹⁵² üretilmektedir.

⁹⁴⁵ Yunus Tüken - Tuncay Karateke, “An Evaluation of the YouTube Channel Contents of Ngos Carrying Out Non-Formal Religious Education Activities in the Context of Civil Religious Education”, *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 10/1 (30 Haziran 2023), 1-29.

⁹⁴⁶ Wayne, “Theological Blogging”, 105.

⁹⁴⁷ Wayne, “Theological Blogging”, 106-112.

⁹⁴⁸ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur ?*, 118.

⁹⁴⁹ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 43.

⁹⁵⁰ Dereli, *Bir Müslüman Sosyal Medya’ya Nasıl Bakmalı?*, 104.

⁹⁵¹ Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, 20.

⁹⁵² Dereli, *Bir Müslüman Sosyal Medya’ya Nasıl Bakmalı?*, 104-105.

YouTube’da dramatize edilen dinseliliğin *sahte kutsal, sahte doğallık ve seküler dinselilik* gibi oldukça ilginç sentezlere dayanması, burada dini performans gerçekleştiren benlikleri ciddi bir ikilemde bırakmaktadır. Zira bu benliklerin bağılı oldukları dinler, topluluğun çıkarlarını kendi benliklerine öncelemesini emrediyorken; blog (aynı zamanda vlog) mantalitesi ise bireyin kendisini merkeze almayı emretmektedir.⁹⁵³ Özellikle geleneksel dinlere göre kimse düşünce ve davranışta eşitlenemez. Bu yüzden platformun doğasına uygun bir biçimde düşünceleri eşitlemek ve herkese din anlayışını sunma noktasında eşitlikçiliğı savunmak, otorite kaybı gibi büyük yanlışlara sebep olur.⁹⁵⁴ İşte dini performans özneleri böylesi ikilemlerle başa çıkmak için performanslarını azami seviyeye çıkararak başkalarının boyunduruğı altına girmekten sıyrılmaya çalışır.⁹⁵⁵ Dini içerik üreten performans özneleri bu aşırı faaliyetlerle kendisini sömürdükçe, aslında benlik tatmini için değıl, sadece dini kaygılara dayanan bir fedakarlık yaptığını göstermeye çalışmaktadır. Görünüş ve gerçeklik arasında daha büyük yarılmaya sebep olan bu “tele-vizüel” dini performanslar, aslında gerçekliğı sıyrarak dini benlikleri yabancılaştırmaktadır.⁹⁵⁶

Olumsuz yönleri bizzat kullanıcılar ve içerik üreticiler tarafından tescil edilmesine rağmen YouTube’da dinin dramatik bir temsiliyete dönüşmesini motive eden birtakım bireysel ve toplumsal saikler vardır. Bu saiklerden birincisi, duyulma ve anlaşılma ihtiyacıdır.⁹⁵⁷ İkincisi ise gelenekten kültürel kopuş yaşayan kaotik bir toplumda bu kopuşu durduracak kültürel bir zemin arayışındır.⁹⁵⁸ YouTube bu iki ihtiyacı gidermeye müsaittir. Zira bir yandan herkesin anlaşılma ve fark edilme ihtiyacına cevap vermekte; diğeryandan geleneksel kültürel ve dini değerylerin sunulmasına olanak tanımaktadır. Bu anlamda YouTube; özellikle dini veya etnik sebeplerle damgalanan veya sosyal kabul görmeyen kişilerin örgütlenmek, bir grup ve biz haline gelmek için sıkça

⁹⁵³ Carter, “Beginner’s Toolbox: Blogging”, 78.

⁹⁵⁴ Wayne, “Theological Blogging”, 107-111.

⁹⁵⁵ Dini performansa ilişkin bu yorum Han’ın aşırı performansa ilişkin genel anlamda ileri sürdüğü düşüncelerden uyarlanmıştır. Bk. Han, *Yorgunluk Toplumu*, 22.

⁹⁵⁶ Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 48.

⁹⁵⁷ Goffman’e göre etkileşimin birincil amacı duyulma ihtiyacını gidermektir. Herhangi bir eyleme ilham vermek gerekmemektedir. Sadece birinin anladığını ve dinlediğini bilmek istiyoruz ki karşıdan gelecek bir homurdana veya baş sallama yeterli bir cevap olarak kabul edilir. Bk. Goffman, *Frame Analysis*, 214.

⁹⁵⁸ Etyen Mahçupyan, “Ölüm Döşegindeki Entellekt”, *Doğuy Batı: Söylem Üstüne Söylem* (Ankara: Doğuy Batı Yayınları, 2011), 182.

kullandığı “mekânsal bir üs”⁹⁵⁹ konumuna gelmekte ve “dindarlığın medyatik görünümleri”nin⁹⁶⁰ hızla artmasına neden olmaktadır.

İnsanların her yerde sembolik ritüeller yaratmaya ve onları canlandırmaya devam etme arzularına biraz daha yakından bakıldığında, bu arzuların temelinde aslında insanlığın ifade biçimlerinin özünde var olan çeşitlilik ve çok yönlülük bulunduğu görülür. Bu sebeple ritüeller ve sosyal dramalar sürekli eskimekte ve yenilenmeye çalışılmaktadır.⁹⁶¹ Yani aslında insan olmanın mahiyeti, bizatihi dramatiktir. Burke; Kutsal Kitabın başlangıcını Tanrı’nın yaratıcı eyleminin oluşturması ve bu eylemin simgesellik ilkesi (söz) ile özdeşleştirilmesinin bahsedilen dramatik yönü örneklediğini ifade eder.⁹⁶² Yani tüm drama deneyimi aslında yaşamın bir mikro kozmosu ve analojisidir. Bu yüzden hayatın drama olduğunu söylemek onun bir maskaralık ve anlamsız bir gösteri olduğu anlamına gelmemektedir. Aksine hayatın bir drama olduğunu söylemek insan eyleminin kozmik önemini ima etmektir.⁹⁶³ Yani din ve drama; ifade biçimi, yapısalılık ve tarihi köken itibarıyla birbirini kesmektedir.⁹⁶⁴ Bu ilişkilerin özünde hayatın kendisinin bir drama biçimi olması varken; bu dinsel dramanın trajedi, komedi veya melodram gibi hangi türde olduğunu belirleyen şey ise kişilerin dini ve felsefi taahhütleridir.⁹⁶⁵

Özetle insan doğasında var olan “dramatizm”⁹⁶⁶ ritüelistik yönü kuvvetli olan din fenomeni için yeni bir durum değildir. Çünkü soyut dini unsurlar, sosyal kabul görmek adına daima sembolik bir temsiliyet içinde kitlelere takdim edilmiştir. Dinin dramatik temsiliyetinde yeni olan şey, sözel-işitsel yönünün törpülenerek görselliğin ön plana çıkarılması ve bunun özellikle dijital mecralarda sürdürülmesidir.

⁹⁵⁹ Goffman’ın ötekileştirilen insanların bazı mekânsal muhitleri üs olarak kullanmalarına ilişkin düşünceleri için bk. Goffman, *Damga*, 53.

⁹⁶⁰ Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 198.

⁹⁶¹ Victor Turner, *Dramas, Fields, and Metaphors: Symbolic Action in Human Society* (Ithaca: Cornell University Press, 1975), 57.

⁹⁶² Kenneth Burke, *A Rhetoric of Motives*, 454-455.

⁹⁶³ Nelvin Vos, *Inter-Actions: Relationships of Religion and Drama* (Lanham: University Press of America, 2009), 183.

⁹⁶⁴ Hayati rolümüzün ve peşinden gidebileceğimiz yeteneklerimizin ne olduğu, nasıl davranılması gerektiği, bu davranışları belirleyen bir senaryonun mu veya doğaçlama mı olduğu, bu dramada maske takılıp takılmadığı, izleyicilerin olup olmadığı, şayet varsa bunların izleyici mi yoksa katılımcı olarak mı değerlendirileceği, sahneye ne zaman-nasıl girileceği ve çıkılacağı, daha da önemlisi tüm bunları kimin belirlediği gibi drama dünyasında yürürlükte olan bir dizi soru köken itibarıyla dinseldir. Bk. Vos, *Inter-Actions*, 184.

⁹⁶⁵ Vos, *Inter-Actions*, 184.

⁹⁶⁶ Bir yöntem olarak kullanılan dramatizm; Burke tarafından eylem, sahne özne, özneleşme ve amaç olmak üzere beş unsur çerçevesinde inşa edilmiştir. Bk. Kenneth Burke, *A Rhetoric of Motives*, xv.

2.4. Değerlendirme

Goffman'ın geliştirdiği Dramaturji Kuramı; Mead ve Blumer tarafından temelleri atılan mikrososyolojik bir alanda inşa edilmiştir. Goffman her ne kadar etiketlerle anılmayı uygun bulmasa da sosyoloji teorilerine dair yapılan tasniflerde sembolik etkileşimciliğin temsilcilerinden biri olarak adlandırılmıştır. Etkileşim, karşılaşma, rol, oyun ve benlik inşası gibi konular üzerinde çalışan seleflerinin düşüncelerine bakıldığında, Goffman'ın de yapısalcılığın makro çerçevesinden büyük oranda sıyrılarak gündelik hayattaki mikro unsurlara odaklandığı görülmektedir. Bu anlamda Goffman ve selefleri'nin makro-yapısal Avrupa sosyolojisinden paradigmal bir kopuşu temsil ettiği ifade edilebilir. Goffman'ın diğerlerinden farkı ise büyük oranda bahsedilen kavram kümesine katkıda bulunarak kişilerarası ilişkileri mikroskop merceğiyle yorumlamaya çalışmasıdır.

YouTube ise 2005 yılında kurulduğundan bu yana muadillerini hızla geride bırakarak öne çıkan bir video paylaşım sitesidir. Diğer pek çok dijital medya platformuna kıyasla çokkipli yapısı daha belirgin olan YouTube; görsel materyallerini üreten sıradan insanlara kendilerini tanıtmaya fırsatı vermektedir. Bu anlamda ifade özgürlüğü ve eşitlik değerleri üzerinden tanıtım yapan YouTube, profesyonellere karşı amatörlerin sesini duyurabilmesine imkan vermekte, yani sıradan insanların kültürel ortama katılımını mümkün kılmaktadır. Özetle YouTube, her kesimden bireyin kendini temsil etmesine olanak sağlayan katılımcı yapısıyla, popüler kültürün taşıyıcısı olan güçlü bir platformdur. Burada YouTube, isteyen herkese YouTuber-vlogger olma imkanı vererek herkese aktif katılımcı olabilmeyi ve özleşmeyi vadetse de YouTube'un özleşme deneyimi, bu kadar keskin sınırlara sahip değildir. Aksine özleşme; içerik üretici ve izleyici arasındaki geri bildirimler tarafından şekillendirilen diyalojik bir süreçtir.

YouTube, kişilere benliklerini sunma fırsatı verirken Goffman'ci anlamda dramatik bir sahneye dönüşmekte ve YouTube'un icracı özneleri, anonim bir izleyici kitlesine yönelik birtakım dramatik eylemler sahnelemektedir. Ritüelistik ve erişilebilir-irtibatlı bir yapıya sahip olan YouTube sahnesindeki bu performanslarda itiraf ve ifşaatlar çok belirgin olsa da bu ifşaat mekanizması büyük bir denetim ve editleme sürecinden geçtikten sonra sunulur. Bu yönüyle YouTube sahnesinde sergilenen her dramatik eylemin farklı oranlarda olsa da manipülatif bir karaktere sahip olduğu ifade edilebilir. YouTube sahnesinde icra edilen performanslar -mış gibi davranmayı gerektirecek büyük

bir dramaturjik yetenek gerektirmektedir. YouTuber ve vlogger bu dramaturik yetenekleri sayesinde sahne önünde başarılı bir şekilde poz keser, çam devirmemeye dikkat eder ve bu açıdan büyük bir izlenim denetimi gerçekleştirir. Burada gerçekleştirilen performansların başarısı etik açıdan doğru olmasına bağlı değildir, yanlış olsa bile başarılı bir şekilde sahnelenmesine ve izleyiciyi ikna etmesine bağlıdır.

Dramatik bir sahne haline gelen YouTube platformunda sadece seküler nitelikli dramatik eylemler sahnelenmez. Aksine burada seküler oyunculara alternatif olan birtakım dindar oyuncular, YouTube platformunda temsil edilmeyen mütebedeyin bir kitle için dini performanslar sahnelemekte ve bu anlamda platformda var olan dini boşlukları doldurmaktadır. Böylece din, dramatik bir temsiliyet formuna dönüşmektedir. YouTube'daki dindar oyuncular, tıpkı seküler oyuncular gibi büyük oranda amatör genç figürlerden oluşmaktadır. Bu kimseler tarafından sergilenen dini performanslar büyük oranda ritüelistik ve tekrara dayalı olduğu için izleyicilere sonsuz taklit imkanı vermektedir. Ayrıca hem YouTube platformunun hem de dinin kendine has bir etik anlayışı bulunmakta ve aslında bu anlayışlar arasında temel bir çatışma bulunmaktadır. Ancak hem YouTube hem de din, etik anlayışından ödünler vererek ortak bir noktada buluşmaya çalışsa da dini unsurlar, YouTube'da var olabilmek için platformun mantığına daha çok uyum sağlamak ve çok sayıda çarpıtılmış dini temsillerin üretilmesine neden olmaktadır. Bu açıdan dini unsurlar, hem kutsal özünden sıyrılarak seyirlik bir nesneye dönüşmekte hem de bu yolla bizzat kendi varoluşunu saldırılara açık hale getirmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİNİN DİJİTAL KÜLTÜRDEKİ GÖRÜNÜMLERİ

3.1. Yöntem

3.1.1. Varsayımlar

Sosyal bilim araştırmalarında varsayımların ispat edilmesinden ziyade, bu varsayımları destekleyecek birtakım bulgular elde etmek amaçlanır. Bu durum hipotez (hypothesis) ve varsayım (assumption) arasındaki temel farkla da ilişkilendirilebilir. Değişkenler arasında var olan ilişkiyi keşfetmeye çalışan araştırmacı, bu değişkenler arasında bir ilişki olduğuna inanarak onu keşfetmek için çaba göstermektedir. İşte araştırmacının söz konusu edilen bu ilişkinin keşfedilmesi amacıyla çalışmasını inşa ettiği teorik zemin ve araştırmasını yönlendiren temel inanç, literatürde varsayım olarak adlandırılmıştır.⁹⁶⁷ Birtakım önsel varsayımlar üzerine kurulu olan hipotezler ise kuram ve modeller oluşturabilmek için bilimsel araştırmanın her aşamasında yeniden sınanarak doğrulanması gereken yargılardır. Kabaca ifade edilecek olursa, hipotez ispatlama isteyen bir iddia iken; varsayım hipotezlerin bir önceki adımı olarak sınanmaya elverişsiz soyutlamalardan oluşmaktadır. Bu nedenle varsayım ve hipotezin birbirlerini dışlamaktan ziyade birbirlerini tamamlayan aşamalar olduğu kabul edilmektedir.⁹⁶⁸ Ayrıca tüm bilimsel araştırmaların temelinde araştırmaların konusu, amacı ve ulaşılmak istenen muhtemel sonuçlara ilişkin belirli varsayımların bulunduğunu; ancak her araştırmanın mutlaka belirli hipotezlere sahip olmak zorunda olmadığını belirtmekte yarar vardır. İşte bu araştırma, herhangi bir ispatlama amacı ve çabası gütmeyeğinden ve dijitalleşen kültür uzamında dinin olası pek çok görünümünden sadece bir kısmını anlama çabasında olduğundan kanıt gerektiren hipotezler yerine birtakım varsayımlar üzerine inşa edilmiştir. Bu varsayımları şu şekilde ifade etmek mümkündür:

⁹⁶⁷ Mohammad Latief, “Assumption and Hypothesis in Language Learning Research”, *University of Pittsburg*, (2009), 2-5.

⁹⁶⁸ Burhan Baloglu, “Hipotez ve Varsayım Birbirlerinin Yerine Kullanılabilir mi?”, *İktisat Fakültesi Sosyoloji Konferansları Dergisi* 32 (2005), 125-129.

- Dinin dijital kültürle çok yönlü ilişkileri bulunmaktadır. Bu çoklu ilişkiler ağında din; seküler bağlam içinde görünür hale gelmekte ve farklı söylem evrenlerini birleştirerek melezleşme yönünde dönüşüm geçirmektedir.
- Dini söylem dijitalleşme sürecinde “takipçi olma” “beğenme” ve “paylaşma” gibi yeni eylem biçimleri üzerinden yeniden inşa edilmektedir.
- Mütedeyyinler dijital uzama katılarak burada farklı şekillerde var olmaya çalışmaktadır.
- Dijitalleşme sürecinde mütedeyyinlerin geleneksel mahremiyet normlarında dönüşümler yaşanmakta ve bu süreçte yeni mahremiyet normları inşa edilmektedir.
- Mütedeyyinlerin tüketim pratikleri dijitalleşme sürecinde dönüşmekte ve bu süreçte yeni tüketim normları inşa edilmektedir.
- Mütedeyyinler için alternatif bir sosyalleşme alanı haline gelen dijital platformlar; dini bütünleşme ve çatışma süreçlerinin aynı anda deneyimlenmesini mümkün kılmaktadır.
- Dini nitelikli davranışlar YouTube ortamında sergilenirken dramatizasyon süreci etkili olmuştur. Dinsel eylemler burada anonim bir kitle önünde sahnelenirken dinin bizzat kendisi dramatik bir temsiliyet nesnesi haline gelmektedir.

Bu araştırma yukarıdaki varsayımlar çerçevesinde, kültürün dijitalleşmesinin performe edilen dinsel eylemler üzerinde meydana getirdiği birtakım değişiklikleri konu alması bakımından literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Ancak araştırmada varsayılan bu hususlar hakkında örnekleme oluşturan grup üzerinden elde edilen bulgular, dijital ortamdaki tüm dini gruplara genellenebilecek yasalar olarak görülmemekte; araştırmada sadece bu bulguların dijitalleşme sürecinin ve ortamının ürettiği muhtemel bir benzeşikliğe vurgu yapılmaktadır.

3.1.2. Evren ve Örneklem

Dinin dijital kültürdeki çeşitli görünümünü inceleyen bu araştırmanın kapsamı, diğer sosyal medya platformlarına kıyasla dramaturjik nitelikleri daha çok barındırdığı için YouTube platformuyla sınırlandırılmıştır. Araştırmanın evreni, bu platformda vlog şeklindeki içerikleri oluşturmak suretiyle faaliyetlerde bulunan mütedeyyin vlogger’lardır. Bu evreni temsil etmek üzere amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Bu kapsamda analiz edilmek istenen dijitalleşme temalarını vlog evreninde en iyi yansıttığı düşünülen *Huzme İlim ve Kültür Derneği* adıyla çevrimdışı ortamda faaliyet gösteren bir kadın kuruluşunun YouTube kanalında bulunan 21 adet video, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

YouTube'daki çok sayıda kanal arasından Huzme'nin seçilmesinde tipik durum örnekleme (typical case sampling); videoların seçilmesinde ise ölçüt örnekleme (criterion sampling) stratejisine bağlı kalınmıştır. Bu videolar, 20 Ağustos 2023 tarihinde yapılan son güncellemeyle birlikte kanalda yer alan 200 uzun video arasından her bir tema kapsamındaki *en eski*, *en yeni* ve *en popüler* olmak üzere üç ölçüte uygun birer video, toplamda ise 21 video seçilmiştir. Seçilen videolar kanalda paylaşılan sadece 200 adet uzun video arasında seçilmiş; 380 adet kısa videoya ise bu araştırmadaki yorumları desteklemek üzere yer yer atıfta bulunulmuştur. Bu araştırmada “özneleşme”, “gündelik hayat”, “mahremiyet”, “tüketim”, “çatışma-mücadele”, “otorite” ve “melezleşme” olmak üzere 7 tema bulunmaktadır. Bu temalar, araştırmanın başlangıcında dijitalleşmeye ilişkin genel gözlemler yapılırken sezimlenmiştir; ancak nihai halini Huzme kanalındaki videoların izlenip kodlanması ve birbiriyle yakın ilişkisi bulunan kodların bir araya getirilmesiyle almıştır. Kanalda yer alan 20'si uzun, 11'i ise kısa olmak üzere toplam 31 adet video ise; Huzme ekibinin kanala davet ettiği misafirlerle yaptığı röportajlardan oluşması ve bu yönüyle Huzme ekibine ilişkin doğrudan bir veri sunmaması sebebiyle, bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Tablo 1. Huzme Kanalındaki Videoların Kod-Tema Listesi

Temalar	Kodlar
Dini Özneleşme	Tanıtım, Misyon-Vizyon, Soru-Cevap
Gündelik Hayat	Sesli-Sessiz Vlog, Gezi, Tarif, Kişisel Bakım
Mahremiyet	Kadın, Tesettür, Evlilik-Aile
Tüketim	Alışveriş, Lüks Yaşam, Minimalizm, Marka/Ürün/Mekan Tanıtımı
Çatışma-Mücadele	Eleştiri, Çatışma, İroni, Savunma
Otorite	Bilgilendirme, Çağrı-Yönlendirme, Tavsiye
Melezleşme	Z Ekip, Madde-Mana Sentezi, Gelenek-Modernite Sentezi, Doğu-Batı Sentezi

Tablo 2. Huzme Kanalındaki Videoların Temalara Göre Tasnifi

Temalar	Uzun Video Sayısı	Kısa Video Sayısı	Toplam
Dini Özneleşme	21	30	51
Gündelik Hayat	58	27	85
Mahremiyet	6	24	30
Tüketim	11	14	25
Çatışma-Mücadele	17	52	69
Otorite	57	172	229
Melezleşme	10	50	60
Diğer	20	11	31
Toplam	200	380	580

Araştırmanın temaları ve amaçları doğrultusunda tipik durum örnekleme stratejisine uygun bir örneklem tercih edilmiş ve bu bağlamda YouTube ortamında sosyolojik olarak incelenebilecek çok sayıda kişi, grup ve kurum arasından Huzme kanalı seçilmiştir. Bilindiği gibi tipik durum örnekleme (Typical Case Sampling) bir çeşit amaçlı örnekleme (Purposive Sampling) stratejisidir. Ancak diğer amaçlı örnekleme stratejilerinden ayrılarak evrenin bütününe değil, tipik özelliklerini yansıtan bir bölümünü temsil etmektedir.⁹⁶⁹ Bu örnekleme stratejisi, araştırma konusuyla uyumlu bir biçimde tüm katılımcıların deneyimleri hakkında genelleştirilmiş açıklamalar yapmamakta; aksine ortama aşına olmayanlar için tipik olan davranışları tanımlamayı ve göstermeyi amaçlamaktadır.⁹⁷⁰ Tipik durum çalışmasının alandaki diğer nitel çalışmaları tamamlar nitelikte ve büyük çalışmalara dahil edilmesi mümkün bir strateji olması; kanıtlama ve sonuçları genelleme amaçları taşımayan bu araştırmanın literatürdeki konumu açısından da önemlidir.

Bu araştırma desenlenirken odaklanılan dijitalleşme temalarını temsil eden araştırma evrenindeki dini içerikli çok sayıda YouTube kanalı 2018-2020 yılları

⁹⁶⁹ Patton, *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, 236; Ilker Etikan, “Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling”, *American Journal of Theoretical and Applied Statistics* 5/1 (2016), 3.

⁹⁷⁰ Lawrence Palinkas vd., “Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research”, *Administration and Policy in Mental Health* 42/5 (2015), 534-535.

arasında düzenli bir şekilde gözlenmiş ve bu kanalların sayısının “üstel büyüme”⁹⁷¹ hızına uygun bir biçimde katlanarak arttığı görülmüştür. Doğrusal bir hızla değil, üstel bir hızla büyüyen dijital bir uzamda, dini içeriklerle sınırlandırılrsa bile, tek bir çalışma boyunca tüm dijitalleşme boyutlarını ele almak mümkün değildir. Araştırma evreninin bu genişliği ve çeşitliliği, tüm evreni temsil edecek bir örneklem seçilmesi konusunda ciddi problemler doğurmaktadır. Doğrusu böylesi bir çaba, yani tüm evreni temsil etme iddiası, araştırmancının mikro sosyolojik amaçlarına da uymamaktadır. Bu nedenle araştırma öncesi incelemelerde, dijitalleşmenin tipik birtakım özelliklerle görünür olduğu gözlemlenmiş ve bu ortak özellikler tema haline getirilmiştir. Analiz edilmesi planlanan temaların kesinleştirilmesiyle birlikte, gözlenen pek çok grup arasından Huzme kanalının dijitalleşme temalarının tipik bir örneği olduğu fark edildiğinden söz konusu temaların analizi için bu kanaldaki içerikler seçilmiştir. Yani Huzme, dijital uzama uyum sağlayan dini bir oluşum olarak dini değerleri ve yaşantı tarzı açısından farklılıkları olmakla beraber alanda rijit olarak değerlendirilemeyecek, oldukça sıradan bir dini oluşumdur. Şayet mütebedeyinlerin dijital ortama uyum sağlama sürecinde alışıldık kalıpların dışında içerik üreten bir yapılanmayı tercih etmiş olsaydık örneğin “Rimel Aşkına” YouTube kanalını tercih etmemiz uygun olurdu. Ancak Huzme’nin bu ve benzeri kanallardan farkı; kabul edilen genel dini normlar çerçevesinde hareket eden bir oluşum olmasıdır. Bu çalışmada Huzme’nin seçilme nedeni tam olarak bu ortalama dini normlar çerçevesini sürdüren tipik bir örnek olmasıdır. Bu seçim, amaçlı örneklemelerin “araştırmada çalışılan soruları aydınlığa kavuşturacak zengin bilgi içeren durumları seçme”⁹⁷² şeklinde ifade edilebilen amaçlarına bütünüyle uygunluk arz etmektedir.

Örnekleme oluşturan *Huzme İlim ve Kültür Derneği*, 14 Şubat 2015 yılında “bireysel öğreti ve toplumsal gelişim” faaliyet alanı kapsamında kurulan Bursa merkezli bir dernektir.⁹⁷³ Bir iç mimar olan Bükrenur Aktaş’ın başkanlığını yaptığı *Huzme*; tanıtım manifestosunda kendisini “versiyonunun en iyisi olmayı gaye edinen yenilikçi

⁹⁷¹ Doğrusal büyümenin belli bir hızda gerçekleşmesine karşın, üstel büyüme kabaca “katlanarak büyüme” olarak tarif edilebilir. Yani yeni paradigmalardan benimsenmesi için gereken sürenin her on yılda bir yarıya inmesi olarak ifade edilen üstel büyüme, en çok teknik yeniliklerde kendini göstermekte ve bu değişim tüm toplumları etkisi altına almaktadır. Örneğin ABD özelinde telefonun benimsenmesi 35 yıl sürerken, radyonun benimsenmesi 31 yıl, 90’larda ortaya çıkan ağ teknolojisinin kitlesel kabulü ise sadece 7 yıl sürmüştür. Bk. Kurzweil, *İnsanlık 2.0*, 331.

⁹⁷² Patton, *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, 46.

⁹⁷³ Bk. Dernek Bilgi Sistemi (DERBİS), <https://www.siviltoplum.gov.tr/illere-ve-faaliyet-alanlarına-gore-dernekler>

genç bir topluluk” olarak tanımlamakta ve “İslam’ı en kaliteli haliyle yaşamayı temsil etme” amacıyla olduğunu belirtmektedir. Misyonunu, “maneviyattan uzaklaşıp tüketime dalan gençliğe, yine gençlerin diliyle dur demek” olarak ifade eden Huzme, hedef kitlesi olan gençlere dini bir anlayış üzerine kurulan modern bir yaşam alanı sunmaktadır.⁹⁷⁴ Bu yaşam alanı içerisinde Huzme, iyi organize olmuş profesyonel bir ekip olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Bilişim ofisi, toplantı salonu, çocuk oyun alanı ve bir kafeden oluşan Huzme; mekanında sunduğu hizmetler için herhangi bir ücret talebinde bulunmadığını özellikle vurgulayarak çalışmalarını sürdüren bu gönüllü ve adanmış kadronun bir parçası olmak için kadınlara açık bir davette bulunmaktadır. Grup tanıtımında “Hayatın amacını sorgulamayı” kural edindiğini belirten bu topluluğun “sosyal medyada kendi sesini bulmasıyla” birlikte yüzbinlere ulaşma başarılarından bahsedilmekte ve hedeflerinin Türkiye’deki gençlerle sınırlı olmadığı belirtilmektedir. Yapılan gözlemlerde grubun yaklaşık yirmi kişiden oluşan bir çekirdek kadrosu, grubun faaliyetlerine katılıp grupla temas halinde olan bir katılımcı/sempatizan çevresi ve grupla fiili herhangi bir teması olmayıp daha çok sosyal medya üzerinden içerikleri tüketen bir izleyici kitlesi olduğu görülmüştür. “Huzme Kızları” olarak adlandırılan grubun çekirdek kadrosu, grup içerisinde iş bölümü yaparak işleyişi sürdüren asıl yapılanmayı oluşturmaktadır. Bu çekirdek kadro; Huzme Enstitü, Huzme Bilişim/Huzme YouTube, Huzme Junior, Huzme Kafe/Mutfak ve grubun finans kaynaklarından birini oluşturan giyim markası Yade Butik olmak üzere sistematik bir biçimde çalışmaktadır.

Huzme Enstitü: Grubun fikir takımı olan bu yapı, sohbet organizasyonlarını yürüten araştırma ekibinden oluşmaktadır. Huzmenin düşünsel altyapısını hazırlayan Enstitü ekibi; grup değerlerine uygun yaşamak için programlar oluşturmakta ve grup normlarını pratik reçetelerle tabanına kazandırmaya çalışmaktadır. “Annelere, öğrencilere ve çalışanlara özel programlar”, “kaza namazı çizelgesi”, “Teen Deen programı” ve “maneviyat programı” gibi faaliyetlerinde üst-düzey teolojik bir eğitim yerine halka hitap eden basit ve popüler bir üslup kullanılmaktadır. Bu programlar arasında grup düşüncesini doğrudan tanıma fırsatı veren “Teen Deen Programı”, Risale-i Nur’un eğitim metotlarını hayata geçirmek üzere 13-16 yaş gençlerine “akla kapı açıp iradeyi elden almayan bir sorgulama ve düşündürme” biçimi kazandırmayı

⁹⁷⁴ <https://www.huzme.info>

hedeflemektedir. Enstitü Ekibi; bu program kapsamında sorunlara Risale-i Nur endeksli cevaplar sunan bilimsel, felsefi ve psikolojik olarak nitelediği ana derslerin yanı sıra *Kur'an, Siyer, Adab-ı Muaşeret, Etkili İletişim, Düzen ve Hijyen Eğitimi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Bilişim Teknolojileri ve Yabancı Dil* gibi derslerden oluşan bir müfredat geliştirmiştir. Bu bağlamda Huzme'nin üzerine kurulduğu grup değerlerinin bu müfredat etrafında şekillendiğini ve Enstitü ekibinin Huzme içindeki en önemli konumu işgal ettiğini ifade etmek mümkündür.

Huzme Bilişim/Huzme YouTube: Bilişim ve YouTube ekibi, dernek faaliyetlerinin bir kısmını YouTube içeriğine dönüştürerek grubun geniş kitlelere ulaşma hedefini gerçekleştiren teknik ekibi ifade etmektedir. Bilişim ekibi, içeriklerin oluşturulması sürecinde diğer ekiplerin çalışmalarından elde edilen görsel, sözel ve düşünsel malzemelerin etkili bir biçimde sunulmasında videoları editleyerek teknik destek vermekte; bu açıdan grubun sosyal medyatik yüzünü oluşturmaktadır. Huzme'nin YouTube'da 2015'ten beri hesabı bulunmasına rağmen, kanalın aktif bir biçimde kullanımı 29 Nisan 2019 tarihli "Huzme'de sakın bir sabah/Sessiz Vlog"⁹⁷⁵ başlıklı video ile başlamıştır. Bu tarihten itibaren çekim yapanın yüzünü ve sesini içermeyen Kore stili vloglarla⁹⁷⁶ YouTube'da görünür olan Huzme, kanala reklam almadan içerik yüklemeye başlamıştır. Mütediyyin çizgisini tüm videolarında vurgulayan Huzme; sessiz vlog çekme sebebini dini bir sebeple doğrudan ilişkilendirmeden tarz ve tercih meselesi olarak kısaca cevaplarsa da grubun genel yapısı dini sebeplerin bu tercihte etkili olduğunu hissettirmektedir. Bununla beraber süreç içerisinde Huzme kanalında çeşitli dönüm noktaları bulunmaktadır. Bunlardan biri 11 Mart 2021'de "Yolculuk Rota:1/Mutluluk Çemberi"⁹⁷⁷ başlıklı içerikle birlikte ilk defa çok belirgin bir şekilde ses kullanılmasıdır. İkinci bir dönüm noktası ise 13 Mart 2022'de yayınlanan "Korkudan Titreyerek Şehadet Getirdim! / İslam'a Dönüş Hikayesi / Belçika"⁹⁷⁸ başlıklı içerikle birlikte ilk defa kanalda kadın oyuncuların yüzlerinin paylaşılmasıdır. Bu içerikte doğrudan ekipten olmamasına rağmen Huzme'yle organik

⁹⁷⁵ https://www.youtube.com/watch?v=534_EpU7WKk

⁹⁷⁶ Yazılı günlük olarak bilinen bloğun, görsel kültüre adapte olmuş hali olarak tanımlayabileceğimiz "vlog", günlük yaşamını video çekerek paylaşma trendini ifade etmektedir. Kore stili vloglar ise daha çok ev hanımlarının günlük rutinlerini sakın müzikler eşliğinde yüz ve ses unsuru içermeyen çekimlerle, altyazı kullanarak paylaştığı bir vlog türüdür. Mütediyyin YouTuber hanımların çokça tercih ettiği bir stil olan bu vlog türü son zamanlarda hızla yayılmaktadır.

⁹⁷⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=WNIWSDvDyD4>

⁹⁷⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=KcrNMbHC2Mc>

bağı güçlü bir konuk oyuncuyla röportaj yapılmış ve oyuncunun kimliği açıkça gösterilmiştir. Son olarak, Huzme'nin uzunca bir süre boyunca yaklaşık 10 dakikalık videolarla haftada bir içerik paylaşım rutini bulunmaktaydı. Ancak 7 Ağustos 2021'de 30 saniyelik “Nasıl Motive Oluyorum?”⁹⁷⁹ başlıklı içerikle birlikte kanalda ilk defa kısa video yayınlanmaya başladı. Gruptaki bu değişimin ortalama paylaşım sayısını etkilediği ve söz konusu tarihten itibaren kanalda haftalık değil, günlük video paylaşımlarının yapılmasına neden olduğu görülmüştür. Grup mobilitesini artıran bu değişimlerle birlikte, güncel abone sayısı 300 bine ulaşan Huzme'nin popülaritesi muadillerine kıyasla hızla artmaktadır.⁹⁸⁰

Huzme Junior: Bir diğer ekip olan Huzme Junior, özellikle halka açık yüz yüze programlarda çocuklarla özel olarak ilgilenerek annelerin grup faaliyetlerine rahatça katılımını sağlamaktadır. Hem grup üyelerinin kendi çocuklarına grup değerlerini aşılamak hem de kendilerine yükledikleri “toplumu düzeltme” misyonu doğrultusunda başka çocuklara yönelik yönlendirme programları yapmak özellikle bu ekibin sorumluluğundadır.

Huzme Kafe/Mutfak: “Türkiye'nin kadınlara özel ilk ücretsiz kafesi” olarak reklamı yapılan Huzme Kafe, dış dünyadaki tehlikelerden uzak konforlu bir alan olarak kadınlara güvenli bir sosyal ortam sunma iddiasındadır. Huzme grubu, mutfak ekibinin büyük bir özenle hazırladığı yemekleri ücret talep etmeden sunarken alışılmış dünya düzeninde imkansız görülen şeyi başardıklarını ifade etmektedir.

Yade Butik: Grubun finans kaynaklarından birini oluşturan Yade ekibi kadın ve çocuklar için Huzme'nin dünya görüşüne uygun bir tesettür markasının tasarım, üretim ve satış işlemlerini yürüten sorumlu ekiptir. Huzme'nin web sitesinde Yade markası hakkında herhangi bir bilgi yer almamakta; bu marka moda anlayışıyla uyumlu bir biçimde sade tasarlanmış farklı bir web site üzerinden çevrimiçi satış hizmeti sunmaktadır. Grup; yaygın moda anlayışının sunduğu “tesettüre uygun olmayan abartılı elbiseler”i olumsuzlayarak rahatlığı, sadeliği ve şıklığı bir arada sunan alternatif bir “doğru tesettür” modası sunma iddiasındadır. Yade; pastel renklerin tercih edildiği keten şalvar takımları, bol elbise ve salopetlerden oluşan çocuk koleksiyonunu da aynı esaslar üzerine kurmuştur. Böylece sınırsız seçeneklerle tüketimin teşvik edildiği bir

⁹⁷⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=J0Mb7k2drZk>

⁹⁸⁰ 08.12.2019 tarihinde 37 bin olan Huzme'nin abone sayısı, 03.01.2022 tarihinde 160 bin, 16.05.2022 tarihinde 184 bin, 25.08.2023 tarihinde ise 300 bin olarak güncellenmiştir.

ortamda seçenekleri azaltarak ve giyimdeki yorucu detayları atarak minimal bir tesettür trendini temsil etme iddiasında olduğu görülmektedir.

Yetenek ve uzmanlık alanına göre belirlenen bu iş bölümünde, Huzme'nin amaçları doğrultusunda, tüm ekiplerin sıkı bir iş birliği içinde birbirini tamamladığı görülmektedir. Her ne kadar kendilerini herhangi bir cemaat, grup ya da oluşumdan bağımsız olarak tanımlasa da Huzme grubunun Nurcu çizgide olduğu görülmektedir. Huzme'nin internet sitesinde Said Nursi, Risale-i Nur ve Medresetü'z-Zehra düşüncesinin modern yorumuna dayanan bir eğitim metodunu yansıtan manifesto niteliğinde üç metin yer almaktadır.⁹⁸¹ Gerek bu metinler gerekse YouTube'daki videoları ve diğer sosyal ağlardaki paylaşımları; grubun "Neo-Nurcu"⁹⁸² bir yapıda olduğunu göstermektedir.

Geleneksel Nurculuğun modernize edilmiş bir biçimi olan Neo-Nurcular, grup faaliyetlerinin yapıldığı mekan ve grup değerlerine davet eden yöntem açısından seleflerinden farklılaşmaktadır. Nurculuktaki geleneksel eğitim mekanı ve yöntemini yenileme söylemiyle 2005 yılında İstanbul'da yeni bir akım ortaya çıkmıştır. Kısa süre içinde "Nur Mektebi"⁹⁸³ adıyla dernek statüsünde resmiyet kazanan bu oluşumun etkisiyle İzmir, Ankara, Mersin ve Bursa'da benzerleri kurulmuştur.⁹⁸⁴ Farklı adlarla kurulan bu grupların gençlik vurgusu, modernize edilmiş eğitim mekanı ve sosyal medyaya önem vermeleri gibi niteliklerle karakterize olmaları; birbirleriyle etkileşim içerisinde olduklarını göstermektedir. Aynı yayınevlerinden çıkan kitaplarının olması, ayrıca sosyal medyada ortak yayınlar yapmaları, yöntemleri ve söylemlerinin benzerliği yapılanmanın farklı merkezlerdeki temsilcileri gibi çalıştığı izlenimini vermektedir.

Bahsedilen Neo-Nurcu yapılanma, sosyal medya ortamına adapte ettiği bir çeşit haremlik-selamlık uygulamasını sürdürmektedir. Bu kapsamda Huzme'nin hedef kitlesi erkek olan diğer Nurcu İlim ve Kültür Derneklerinin muadili olarak çizginin kadın

⁹⁸¹ Web sitelerinde ve de bizim arşivimizde üçü mevcuttur.

⁹⁸² Bu ifade esasında Tanıl Bora'ya aittir. Bora, bu nitelemeyi Fethullahçı yapılanmayı ifade etmek üzere kullanmasına rağmen burada onun kullandığı anlamda kullanılmamıştır. İfade burada daha çok Nurcuların modern dünya değerlerine uyum sağlama sürecinde geleneksel nurcu kalıbının dışında mizah kullanarak sosyal medyada görünür olmayı önceleyen yeni nesil Nurcuları ifade etmek üzere kullanılmıştır. Bk. Tanıl Bora, *Cereyanlar: Türkiye'de Siyasi İdeolojiler* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2017), 430.

⁹⁸³ Nur Mektebi İlim ve Kültür Derneği ismiyle Uğur Akkafa öncülüğünde açılmıştır.

⁹⁸⁴ Sözler Köşkü İlim ve Kültür Derneği, Fatih Yağcı başkanlığında İzmir'de; Çınaraltı İlim ve Kültür Derneği, Osman Sungur Yeken başkanlığında Ankara'da; Hayalhanem İlim ve Kültür Derneği, Mehmet Yıldız başkanlığında Mersin'de; Maksat 114 İlim ve Kültür Derneği ise Harun Serkan Aktaş başkanlığında Bursa'da kurulmuştur.

ekibini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Aynı çizgideki diğer kadın dernekleri arasında sosyal medyada en aktif olan Huzme; ortak bir zihniyeti ve fikriyatı paylaşmasına rağmen düşüncelerini sahneleme noktasında erkek grubuna kıyasla daha fazla dramaturjik nitelik barındırması, yükselişe geçen ilk kadın grup olması ve daha önce çalışılmamış olması açısından bu araştırmanın kapsamına alınmıştır.⁹⁸⁵ Popüler söylemi, elit bir imajla sahneleyen Huzme; melez dini söylemin dijital kültüre eklemlenen tipik bir görünümünü temsil etmesi açısından bu araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir.

3.1.3. Verilerin Toplanması

Nitel araştırmalarda veri toplamak için gözlem, görüşme, doküman ve metin analizi, video kayıtlarını içeren fotografik teknikler, sosyometri ve sosyodrama gibi etnometodolojik deneyler şeklinde bir dizi teknik kullanılmaktadır.⁹⁸⁶ Araştırma türüne ve konusuna göre bu tekniklerden bir veya birkaç tanesinin kullanılması mümkündür. Yukarıda bahsedilen dijitalleşme temalarındaki dramatik eylemlerin eleştirel söylem analizini yapmayı amaçlayan bu çalışmanın veri toplama sürecinde, söz konusu olan veri toplama tekniklerinden *gözlem* ve *dokümantasyon* teknikleri birlikte kullanılmıştır. Bunlardan gözlem, araştırmaya konu olan insanları veya durumları doğal ortamı içinde incelemeye ve araştırma nesnesi hakkında derinlemesine ayrıntılı açıklamalar yapmaya yönelik bir tekniktir.⁹⁸⁷ Genel anlamda gözlem, fiziki yakınlık durumuna göre dışarıdan gözlem ve katılarak gözlem; süreklilik durumuna göre ise sürekli ve aralıklı olmak üzere iki temel biçimde ifade edilmektedir.⁹⁸⁸ Araştırmacıya araştırma sürecinin bir parçası olarak yer veren katılımcı gözlemde tam katılım, aktif katılım orta katılım ve pasif katılım olmak üzere çeşitli katılım derecelerinden bahsedilmektedir. Bunlardan pasif katılımcı gözlem tekniğinde, sosyal süreç içerisinde katılımcının rolü izleyici düzlemiyle sınırlıdır. Yani araştırmacı, araştırılan grupla aynı sosyal platformda

⁹⁸⁵ Bahsedilen erkek gruplarının hem analog hem de dijital dünyada güçlü bir konum elde etmesiyle birlikte, başkanlıklarını eşlerinin yaptığı paralel kadın grupları ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede İzmir’de *Hüve*; İstanbul’da *Uhre*; Ankara’da *Mina* ve Bursa’da *Huzme* olmak üzere Büyükşehirlerde kümelenen bu paralel kadın grupları, tıpkı eşleri gibi *İlim ve Kültür Dernekleri* kapsamında faaliyette bulunmaktadır.

⁹⁸⁶ Bruce L. Berg - Howard Lune, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Asım Arı (Konya: Eğitim Kitabevi, 2019), 19.

⁹⁸⁷ Hasan Şimşek - Ali Yıldırım, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013), 199-204.

⁹⁸⁸ Niyazi Karasar, *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler* (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2020), 201-202.

bulunmakla beraber grup içi eylemlere aktif bir katılım göstermemektedir.⁹⁸⁹ Gözlemin bir diğer biçimi olan aralıklı gözlem ise, sürekli gözlemin aksine, örneklemin belirlenmiş zaman aralıkları içerisinde, araştırmacının kontrolünde gerçekleşen bir inceleme biçimini ifade etmektedir.⁹⁹⁰ Küçük araştırma grupları için oldukça elverişli olan gözlem, sözel olmayan davranışlar hakkında ve davranışların süreç içerisindeki farklılaşması üzerine, zamana yayılan uzun süreli analizler yapmayı mümkün kılan oldukça işlevsel bir tekniktir.⁹⁹¹

Bahsedilen işlevlerinden dolayı bu araştırmanın veri toplama sürecinde pasif katılımcı gözlem ve aralıklı gözlem türleri tercih edilmiştir. Araştırmamızda Huzme grubunun dijital ortamda görünür olma biçimleri, bu platformlarda paylaştıkları içerikler üzerinden bir seyirci düzeyinde gözlenmiştir. Bu süreçte öncelikle grubun YouTube kanalına abone olunmuş ve paylaşılan tüm içerikler onlarla aynı platformdan takip edilerek katılımcı bir gözlem gerçekleştirilmiştir. Katılımcı olunmasına rağmen grubun içerik oluşturma sürecine doğrudan bir katılım gerçekleştirilmeyip içeriklere beğenme (like), beğenmeme (dislike) ya da yorum yapma (comment) suretiyle herhangi bir biçimde müdahil olunmamıştır. Verilerin toplanmasında kanal içeriklerine izleyici (lurker) düzeyindeki bu pasif katılımcı gözlem tekniğiyle birlikte, uzun bir zaman dilimine yayılan durumları incelemeye daha uygun olan aralıklı gözlem tekniği de kullanılmıştır. Yapılan bu gözlemler bütünüyle dijital uzamda gerçekleştirildiğinden, bu veri toplama tekniğini “netnografi” veya “siber-etnografik gözlem” olarak da ifade etmek mümkündür. Bu teknik, internet uzamında dolayımlanmış her türlü verinin katılımcı gözleme dayanarak toplanmasını mümkün kılan özel bir araştırma uygulamasıdır.⁹⁹²

Araştırma sürecinde öncelikle Huzme kanalındaki multimodal içerikler; araştırma öncesi (2019-2020), araştırma sırası (2020-2022) ve araştırma sonrası (2023) olmak üzere üç aşamada belirli aralıklarla gözlemlenmiştir. Bu süreçte öncelikle YouTube platformu üzerinden ardında muazzam bir malzeme bırakan Huzme kanalının paylaşımlarına odaklanılmıştır. Ancak yapılan ön incelemelerde Huzme’nin kendisine ait bir web sitesinin olduğu ve diğer sosyal medya platformlarını da etkin bir biçimde

⁹⁸⁹ James P. Spradley, *Participant Observation* (Florida: Hancourt Brace Jovanovich, 1980), 58-60.

⁹⁹⁰ Karasar, *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, 202.

⁹⁹¹ Yıldırım – Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 176.

⁹⁹² Robert V. Kozinets - Rossella Gambetti (ed.), *Netnography Unlimited: Understanding Technoculture Using Qualitative Social Media Research* (London: Routledge, 2021).

kullandığı görülmüştür. Araştırmanın kapsamı dışında olsa da Huzme'nin grup yapısını daha uygun bir biçimde çözümleyebilmek için araştırmaya giriş sürecinde bu platformlardaki paylaşımları da uzunca bir süre gözlenmiştir. Özetle Huzme'nin aktif bir biçimde içeriklerini güncellediği bu dönemdeki paylaşımları üzerinden pasif katılım ve aralıklı gözlem teknikleri ile veri toplamıştır. Veri toplama sürecinde çalışmanın odağı ile doğrudan ilişkili olan verilerin toplanması amacıyla, bir gözlem formu oluşturulmuştur.⁹⁹³ Bu form, çalışmanın teorik dayanağı olan dramaturji kuramı bağlamında belli temalar halinde sınıflandırılan dinin görünüm biçimleri ile ilgili verileri toplamak amacıyla geliştirilmiştir. Alandaki gözlem notları, bahsedilen bu formlar üzerinden alınmış ve toplanan veriler, temalara uygun bir biçimde düzenlenerek tematik bir analiz yapmak üzere arşivlenmiştir.

Araştırmada başvurduğumuz bir diğer veri toplama tekniği ise gözlemle birlikte kullanıldığında daha anlamlı veriler sunan *doküman analizi* tekniğidir. Çağdaş toplumlarda her kurum ya da yapı; arkasında resimlerden arşiv kayıtlarına, resmi broşür ve raporlardan mektup ve soy kütüklerine kadar geniş bir malzeme ya da doküman bırakır.⁹⁹⁴ Huzme kanalı; gerek videolar gerekse Topluluk sekmesinde kısa metinler ve bu metinlerle bağlantılı fotoğrafları paylaşarak arkalarında izi sürülecek çok sayıda malzeme bırakmıştır. Bu araştırmanın özellikle uygulama kısmında analiz edilen veriler, Huzme'nin YouTube'da gönüllü olarak herkese açık bir biçimde sunduğu görsel metinlerin/materyallerin/dökümanların okunması, izlenmesi ve gözlenmesi sonucunda elde edilmiştir. Ancak bu araştırmada doküman inceleme tekniği iki farklı biçimde kullanılmıştır. Bu biçimlerin ilki çalışmanın kuramsal bağlamını ortaya koymak üzere mevcut literatürü tararken; ikincisi ise farklı platformlarda gözlemlenerek hakkında genel bilgi sahibi olunan Huzme'nin kanalında yer alan video'ların önce tümünün izlenerek tasnif edilmesi, ardından tasnif edilen videolar arasından analiz edilmek üzere seçilen 21 videonun daha detaylı olarak izlenip verilerin not edilmesi sürecinde gerçekleştirilmiştir. Yani doküman inceleme, bu çalışmada gözlem verilerini tamamlamak amacıyla kullanılmıştır.

Araştırmamızın üzerine kurulduğu çevrimiçi veri toplama teknikleri hem maliyet ve zaman verimliliği hem de yer esnekliği sunması açısından katılımcıların hassas

⁹⁹³ Bk. Ekler

⁹⁹⁴ Patton, *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, 293.

konuları tartişmasında büyük kolaylıklar sağlamaktadır.⁹⁹⁵ Araçların sunduğu bu kolaylık YouTube platformunda paylaşılan performansların sunulma biçimine de yansımakta, böylece daha önceki alan araştırmalarında kişisel verileri doğal ortamında gözlemlemede karşılaşılan görece zorluk, dijital çağın getirdiği yeniliklerle birlikte nispeten giderilmektedir. Dijital dünyanın yeni değerleri, kişisel bilgilerin gönüllü bir şekilde ifşa edilmesini beraberinde getirdiğinden günümüz araştırmacılarının daha önceki etnografların yaptığı gibi araştırma grubu içinde yıllarca yaşaması gerekmemektedir. Bu açıdan araştırmamızda seçilen internet tabanlı veri toplama teknikleri verilere erişim noktasında zaman ve mekan kolaylığı sağlamıştır.

Son olarak gözlem ve doküman inceleme teknikleriyle dijital ortam üzerinden toplanan verilerin Huzme'nin fiziksel ortamda yürüttüğü dini faaliyetlerle uygunluğunu tespit etmek amacıyla 15 Temmuz 2023 tarihinde Huzme İlim ve Kültür Derneği'ne bir ziyaret düzenlenmiştir. Bu tarihte dernek başkanı başta olmak üzere toplam 4 Huzme üyesiyle ve Huzme içeriklerini tüketen 6 izleyiciyle ilgili temalar çerçevesinde yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerde toplanan veriler araştırmanın uygulama kısmında kullanılmamış, sadece dijital ortamda yürütülen araştırmanın fiziksel ortamla tutarlılığı noktasında bu araştırmaya referans olmuştur. Bu çerçevede yapılan karşılaştırmada dijital verilerin analog verilerle büyük oranda uyuruğu grlmştir.

3.1.4. Verilerin Analizi

Bu araştırmada analiz edilen veriler, Huzme'nin YouTube ortamında gönüllü olarak herkese açık bir biçimde sunduğu içeriklerin okunması, izlenmesi ve gözlenmesi sonucunda elde edilmiştir. Huzme kanalında bulunan 21 video/görsel metin; araştırma soruları ve amaçları çerçevesinde oluşturulan 7 tema kapsamında seçilmiş ve tarafımızca geliştirilen eleştirel söylem analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. Bu temalar üzerinden yaşam tarzı, motivasyon kaynakları, dini/siyasi düşünceleri, temizlik, seyahat, tüketim, kişisel bakım ve moda gibi pek çok başlıkla paylaşılan görsel metinlerden süzülen dramaturjik dini bağlam, bahsedilen eleştirel söylem analzi tekniği üzerinden anlaşılmaya çalışılmıştır.

⁹⁹⁵ Creswell, *Nitel Araştırma Yöntemleri*, 161,163.

Tablo 3. Temalara Göre Analiz Edilen Videoların Listesi

Temalar	Videolar
Dini Özneleşme	➤ Bu yola nasıl çıktık? / Lisenize geliyoruz/ Sessiz Vlog ➤ Huzme Nedir/ Nasıl Tanıştık/ Çok Merak Edilen Sorularınızı Cevaplıyoruz/ Soru-Cevap / Sessiz vlog ➤ Uzaklar Yakın Olunca/Huzme The Vision S2B1
Gündelik Hayat	➤ Huzme'de sakin bir sabah / Sessiz Vlog ➤ Müslüman Genç Kızın Bir Günü 2 / Sessiz Vlog // A day in the life of a Muslim girl 2 / No talking ➤ Ramazan'da bir günüm nasıl geçiyor? / Sesli Vlog
Mahremiyet	➤ Astronot Çift - Birlikte Mars'a Uçtuk! /Bizimkiler/Sessiz vlog ➤ Tesettür Hakkında Tüm Eleştirilere Cevap! #tesettürmanifestosu ➤ Kadın Hakkındaki Tüm Sorulara Cevap! / Feminizm
Tüketim	➤ Huzme'deki ofisimizi yaptık / Ikea Alışverişi / Office Makeover ➤ Yeni Başlangıçlar/Sade Yaşam/Minimalizm-New Beginnings/Minimalism ➤ Huzme İstanbul Buluşmasında Neler Oldu?
Çatışma-Mücadele	➤ 15 Temmuz Şehitlerine/Huzme ➤ Bana İslam'ın Doğru Din olduğunu İspatla! ➤ Yobazsınız iddialarına cevap!
Otorite	➤ İtikaftayım / Yalnız değilsin / Sessiz Vlog ➤ Seni harekete geçirecek 5 madde ! BÜKRE AKTAŞ ➤ Hadislere %100 Güvenebilir miyiz?
Melezleşme	➤ Pomodoro Tekniği ile Çalışma/Tarihçe-i Hayat Kitabı İnceleme/Huzme Enstitü ➤ Yaş16/Bu Kafayla Biraz Zor #zkuşağı ➤ En Büyük Hayalimiz/The Vision S1B3

Söylem kavramının etimolojik kökeni; ‘uzaklaşma’, ‘ileri geri gitme’ ve ‘oraya buraya koşturma’ anlamında İngilizce’de ‘discourse’, Fransızca’da ‘discours’, Latince’de ‘discursus’ ve ‘discurrere’ sözcüklerine dayanmaktadır.⁹⁹⁶ Sözcük aynı zamanda farklı türevleriyle birlikte Ortaçağ Latincesinde mecazi anlamda ‘hararetli tartışma’ ve ‘karşılıklı iletişim’ anlamında da kullanılmaktadır.⁹⁹⁷ 60’ların sonlarında söylem, Foucault tarafından gücü meşrulaştıran ve kendisine doğruluk atfedilen ilişkiler ve süreçler bütünü olarak felsefi düzlemde tartışmaya açılmıştır. Foucault, tek kelimeyle “söylem nedir”⁹⁹⁸ diye sorduğu soruya yine tek kelimeyle “o bir teşhistir”⁹⁹⁹ diyerek söylemi mutlak referans eksenlerine karşı merkezsizleşmeyi, süreksizleşmeyi ve farklılaşmayı gerçekleştiren bir belirsizlik sahası olarak tanımlamaktadır.¹⁰⁰⁰ Foucault’nun Antik Yunan’daki Logos’un evrensel ve mutlak varlığının karşısına konumlandığı söylem, Logos’tan tarihselci bir kopuşu, öznelere bu sahadaki tekelci egemenliğine bir tür karşı çıkışı temsil eder.¹⁰⁰¹ Özetle bir şeyin söylem oluşunu onun doğasındaki mutlaklığın çözülmesi olarak tasavvur eden Foucault, kavrama yüklediği bu yeni anlamla birlikte sosyal bilimlerin pek çok sahasında tartışılacak söylem çalışmalarının başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir.

Söylem çalışmaları, bu felsefi art alan üzerine 60’lardan itibaren önce dilbilim, edebiyat ve antropolojide daha sonra sosyoloji, psikoloji ve iletişim alanlarında, inter-disipliner bir araştırma alanı olarak gelişimini sürdürmüştür.¹⁰⁰² Söylem konusu, sosyal bilim araştırmalarında bir yöntem –kimi zaman bir teknik- olarak van Dijk, Wodak, Fairclough, Leeuwen, Jäger ve Mautner gibi isimlerin öncülük ettiği bir ekol tarafından çok boyutlu ve spesifik biçimlerde ele alınmaktadır. Bunlardan van Dijk; bir bağlam çerçevesinde kurgulanan metin ve konuşmayı dilbilimsel, bilişsel, toplumsal ve kültürel açılardan bütünleştiren genel bir soyutlama olarak tanımladığı bir söylem yaklaşımını (Socio-Cognitive Approach) benimsemektedir.¹⁰⁰³ Söylem alanının Wodak cephesi;

⁹⁹⁶ Simon Blacburne, *The Oxford Dictionary of Philosophy* (Oxford: Oxford University Press, 2005), 102; Marie-Hélène Corr  ard (ed.), *The Oxford–Hachette French Dictionary: French-English, English-French* (Oxford: Oxford University Press, 1997), 260; Glare, *Oxford Latin Dictionary*, 552.

⁹⁹⁷ Roland Barthes, *Bir Aşk S  yleminden Par  alar*,   ev. Tahsin Y  cel (  stanbul: Metis Yayınları, ts.), 9.

⁹⁹⁸ Foucault, *Bilginin Arkeolojisi*, 255.

⁹⁹⁹ Foucault, *Bilginin Arkeolojisi*, 256.

¹⁰⁰⁰ Foucault, *The Order of Things*, 155-156.

¹⁰⁰¹ Foucault, *Bilginin Arkeolojisi*, 260.

¹⁰⁰² Gilbert Weiss - Ruth Wodak, “Introduction: Theory, Interdisciplinarity and Critical Discourse Analysis”, *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity* (London: Palgrave Macmillan, 2007), 15.

¹⁰⁰³ van Dijk, *  deoloji*, 293.

Bourdieu'nün habitus ve sosyal alanlarından, Goffman'ın sembolik etkileşimciliğine ve Weber'in yasallaştırmasına uzanan interdisipliner bir teorik çerçeveye (Discourse-Historical Approach) dayanmaktadır.¹⁰⁰⁴ Söyleme odaklanan bir diğer isim olan Leeuwen ise, imajların bir araya gelerek yeni bir dil, bir çeşit görsel dil oluşturduğu tezinden hareketle söylemi çok boyutlu (multimodal) bir düzlemde ve sosyal etkileşim boyutunda (Social-Actors Approach) analiz etmektedir.¹⁰⁰⁵

Söylem kavramı sözlüklerde dilbilimsel perspektiften hareketle dil (language) ile ilişkili, ancak onun kadar söze (parole) odaklanmadığı için dil ile eşanlamlı olmayan, cümleden daha büyük bir dilbilimsel çözümleme birimi olarak tanımlanmıştır.¹⁰⁰⁶ Fakat dilbilimciler açısından söylem bu denli net bir fenomen değildir. Onlara göre söylem; “iletişimsel bir eylem”¹⁰⁰⁷, “konuşulan ya da yazılan sözlü ürünlere göndermede bulunan genel bir terim”¹⁰⁰⁸, “dünyanın çeşitli yönlerini temsil etmenin yolları”¹⁰⁰⁹ ya da “tıpkı ‘dil’, ‘toplum’ ya da ‘kültür’ün belirsiz olduğu gibi belirsiz”¹⁰¹⁰ bir kavram olarak hayli soyut ve genel bir biçimde tanımlanmıştır. Yani söylem esasında toplumsal alanla ilişkilendirilen ve toplumsal olarak yapılandırılan soyut bir anlayış olarak tanımlansa da bir toplumun, kültürün ya da dönemin söyleminden bahsedildiğinde kavram bir parça somutlaşmış olur.

Söylemler, tarihsel bağlamı içerisinde bir çeşit evrimleşme ve bağımsızlaşma sürecini tecrübe etmektedir. Yani söylem, dil aracılığıyla ve tabi dil üzerinde oluşturulan beyanlara dayanan bir oluşum ve süreç olduğundan bitmiş değildir, aksine hareket halindeki sosyal ağa dayandığından söylemin her an değişebilen esnek bir yapısı vardır.¹⁰¹¹ Söylem, bu esnek yapısı nedeniyle, bir yandan kurumsal ve sosyal ortamlar

¹⁰⁰⁴ Ruth Wodak, *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual* (London: Palgrave Macmillan, 2009), 190.

¹⁰⁰⁵ David Machin - Theodoor van Leeuwen, *Global Media Discourse: A Critical Introduction* (London: Routledge, 2007), 167.

¹⁰⁰⁶ Chandler - Munday, *Medya ve İletişim Sözlüğü*, 373.

¹⁰⁰⁷ Habermas dil yoluyla kurulan iletişim biçimlerini; buyurgan nitelikli stratejik eylem, betimleyici niteliğiyle öne çıkan konuşma eylemi, kişiler arası ilişkileri inşa eden normlarla düzenlenmiş eylem ve anlatımcıların kendilerini sergileyemelerinden doğan dramaturjik eylem olmak üzere dört temel kategoride değerlendirmektedir. Bk. Jürgen Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı: Eylem Rasyonelliği ve Toplumsal Rasyonelleşme*, çev. Mustafa Tüzel (İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1996), 1. Cilt/346.

¹⁰⁰⁸ van Dijk, *İdeoloji*, 294.

¹⁰⁰⁹ Norman Fairclough, *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research* (London: Routledge, 2003), 88.

¹⁰¹⁰ van Dijk, *İdeoloji*, 296.

¹⁰¹¹ Siegfried Jäger, “Discourse and Knowledge: Theoretical and methodological aspects of a critical discourse and dispositive analysis”, *Methods of Critical Discourse Analysis*, ed. Ruth Wodak - Michael Meyer (London: Sage, 2001), 37.

tarafından daima şekillendirilirken, öte yandan söylemsel olmayan süreçler ve eylemlerden de çift taraflı olarak etkilenmektedir.¹⁰¹² Yani söylemler, sosyal pratikleri temsil eder, onları dönüştürür ve kimi zaman da meşrulaştırır.¹⁰¹³ Bu sosyal pratiklerin çokluğu nedeniyle, söylemi tek bir biçim olarak değerlendirmek yerine farklı pek çok söylem türünden bahsetmek daha uygun görünmektedir. Çünkü analizi yapılmış söylem türünden çok daha fazla türde, henüz analiz edilmeyen söylem türleri bulunmaktadır.¹⁰¹⁴

Çoğunlukla metin ve konuşmanın işlevlerine, durumlarına ve sonuçlarına odaklanan söylem; öncelikle dilin kullanım biçimleri olarak metin/text'den daha farklı bir durumu ifade etmektedir. Metnin gramer üzerine kurulan birimler toplamı oluşuna karşın, söylem dilin performansı ya da kullanım biçimini kapsamaktadır.¹⁰¹⁵ Wodak, söylemi bilgi ve yapıların ortak noktalarını ifade eden genel bir çerçeveye oturturken, metni bir söylemin spesifik hale getirilmiş biçimi olarak tanımlamakta; böylece söylem ve metni birbirinden ayırmaktadır.¹⁰¹⁶ Fairclough ise, metni oldukça geniş bir kapsamda değerlendirmektedir. Ona göre bir alışveriş listesinden gazete haberine, hatta Tv programları ve web sayfaları dahil sohbet ve mülakatların yazılı dökümlerine kadar geniş bir metinler kümesinden bahsetmek mümkündür. Ona göre sosyal olayların (social events) bazıları metinsel bir karaktere sahipken diğer bazıları bu nitelikten yoksundur. Sözgelimi bir mektup tamamen dilsel (linguistic) bir biçim arz ederken, bir futbol maçı dilsel değildir (non-linguistic).¹⁰¹⁷ Ayrıca “söylem; jestler, tonlar, alkışlar gibi pek çok sözsüz formda, büyük oranda multimedya durumunda belirebilmekte”¹⁰¹⁸, hatta kimi zaman “bir sahnenin, insanın, olayın veya durumun dramatik fotoğrafı kelimelerden çok daha güçlü bir anlatıma sahip olabilmektedir.”¹⁰¹⁹ Bu konuda imaj ve söylemi birbirinin karşısına konumlandıran Ellul ise; söylem terimini görsel temsilin kolaycı ve kısa anlatım yolunun aksine, uzun bir sürece imada bulunan dolaylı bir yol olarak tasvir etmektedir.¹⁰²⁰ Ancak bu düşünce, daha çok söz ve metin üzerinde yoğunlaşan ilk dönem söylem çalışmaları için geçerli olsa da “sözlü olmayan

¹⁰¹² Ruth Wodak, “The Discourse-Historical Approach”, *Methods of Critical Discourse Analysis*, ed. Ruth Wodak - Michael Meyer (London: Sage, 2001), 66.

¹⁰¹³ Machin - van Leeuwen, *Global Media Discourse*, 60-61.

¹⁰¹⁴ Teun A. van Dijk, “The Study of Discourse: Introduction”, *Discourse Studies V. I* (London: Sage, 2007), xxxv.

¹⁰¹⁵ van Dijk, *İdeoloji*, 300-294.

¹⁰¹⁶ Wodak, *Politics as Usual*, 39.

¹⁰¹⁷ Fairclough, *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*, 6,17.

¹⁰¹⁸ van Dijk, “The Study of Discourse: Introduction”, xxxv.

¹⁰¹⁹ van Dijk, *İdeoloji*, 291.

¹⁰²⁰ Ellul, *Sözün Düşüşü*, 169-170.

söylemlerin”¹⁰²¹ varlığına dikkat çeken daha sonraki araştırmalar göz önünde tutulursa böyle bir genellemenin yapılamayacağı görülecektir. Yani Ellul’ün ifade ettiğinin aksine söylem ve imajı birbirlerinden apayrı şeyler olarak görmektense, imajların kendilerine has söylemlere sahip olabileceklerini düşünmek daha uygun görünmektedir.

Söylemin eleştirel düzlemde ele alınmasında Frankfurt ekolünün, özellikle Habermas’ın etkisi yadsınamaz. Kökleri eleştirel dilbilimine dayanan eleştirel söylem analizinin üzerine bina edildiği köşe taşlarını söylem, ideoloji ve güç olarak ifade etmek mümkündür.¹⁰²² Aslında söylemin eleştirel düzlemde analiz edilmesi ile kastedilen şey, dilsel ifadeler üzerinde durarak kişilerin niyetlerini anlama çabasıdır. Çünkü söylemleri ve eylemleri doğrudan gözlemek mümkün olmadığından, onlar ancak kendilerine yüklenen anlamlar, niyetler ve amaçlar doğrultusunda yorumlanabilirler.¹⁰²³ Eleştirel söylem analizinde söylenenler bağlamlarından hareketle yorumlanır ve söylem içindeki çelişkilerle güç ilişkileri ortaya çıkarılmaya çalışılır. Burada kullanılan “*bağlam/context*” terimi, her şeyin söylemin çevresel nitelikleriyle ilgili yani *metin/text* belirlendiğini” ifade eden kilit bir kavram olmaktadır.¹⁰²⁴ Söylemler, hem sosyokültürel bağlam tarafından belirlenen hem de bu bağlamı bizzat şekillendiren bir süreç olarak burada anlam kazanmaktadır.¹⁰²⁵ Bu durumda söylemlerin bağlamsal oluşu, dil aracılığıyla verilen anlamın katılımcı özneler ve onların yorumlarına bağlı bir şekilde konum aldığı ve değişebildiği anlamına gelmektedir.¹⁰²⁶

Eleştirel söylem analizi; retorik kökenli, dil gelişmeleriyle bağlantılı ve hermeneutik metodolojinin sınırlarında çalışan sosyolinguistik nitel bir yöntemdir. Bu nedenle bir söylemi –özellikle eleştirel düzlemde- analiz etmek; söylemi oluşturan yapılara kelime, cümle ve kalıpların ötesinden bakabilmeyi gerektirmektedir.¹⁰²⁷ Söylemin eleştirel bir biçimde analiz edilmesi; toplumsal sınıflar, kadınlar ve erkekler, kültürel-etnik azınlıklar ve egemenler gibi aralarında eşitsiz güç ilişkileri bulunan gruplara belli toplumsal konumlar veren ideolojik yapıların etkilerini ortaya koymayı

¹⁰²¹ van Dijk, *İdeoloji*, 299.

¹⁰²² Weiss - Wodak, “Introduction”, 11.

¹⁰²³ Teun A. van Dijk, *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk* (New York: Cambridge University Press, 2009), viii.

¹⁰²⁴ van Dijk, *İdeoloji*, 317.

¹⁰²⁵ Wodak, *Politics as Usual*, 39.

¹⁰²⁶ van Dijk, *İdeoloji*, 308.

¹⁰²⁷ van Dijk, *İdeoloji*, 304.

amaç edinmektedir.¹⁰²⁸ Bu durum söylemlerin, özellikle politik bağlamda birey üstü bir pozisyon alma ve aktörlerin güç için mücadele ettiği konumlara entegre olma niteliğini taşımalarından kaynaklanmaktadır.¹⁰²⁹ Fairclough bir metin analizinin tek başına daima sınırlı olduğunu, bu sınırlılığı aşabilmenin ise metnin nedensel ve ideolojik etkilerini doğru değerlendirebilmek adına mikro ve makro analizleri bütünleştirme zorunluluğuna bağlı olduğunu ifade etmektedir.¹⁰³⁰ Yani bir metin analizi; gramatik niteliklere odaklandığı kadar, yoruma yer verdiği oranda yeterli bir düzeye erişebilmektedir. Aksi takdirde sığ ve yüzeysel bir analiz gerçekleştirilmiş olmaktadır.

Söylem analistleri; söylemleri sosyal etkileşim ve bağlam ekseninde mikro-toplumsal düzlemde değerlendirmenin mümkün olduğunu ileri sürmektedir.¹⁰³¹ Onlara göre bağlamlar; makro düzlemde ele alınabildiği gibi mikro düzlemde, etkileşim ve iletişimin başladığı andan itibaren ortaya çıkan öznel zihinsel modeller olarak tanımlanabilir.¹⁰³² Burada, sosyal süreçleri anlamlandırma noktasında özellikle van Dijk'ın ileri sürdüğü "bağlam modeli"¹⁰³³ kavramına değinmekte yarar vardır. Ona göre şayet söylem çalışmalarında dile getirilen bağlam modelleri olmasaydı, ideolojilerin ne söylediğimiz değil, nasıl söylediğimiz üzerindeki etkisini açıklamak mümkün olmazdı.¹⁰³⁴ Bu kapsamda bir meta-eylem olarak görülebilecek olan söylemi; sözlü, yazılı ve sözsüz her türlü metni kapsamak üzere yorum, bağlam ve etkileşim boyutunda ortaya çıkan her türlü dil pratiğini kapsayan şemsiye bir oluşum biçiminde kabul etmek uygun görünmektedir.¹⁰³⁵

Söylemin sosyal bir etkileşimin yansıması, hatta kimi zaman bizzat bu etkileşimin kendisi olduğu düşünüldüğünde, Goffman'ci anlamda mikro-sosyolojik etkileşimlere odaklanan çalışmamızın söylem alanıyla olan ilişkisi daha iyi anlaşılacaktır. Goffman'ın etkileşimsel kuramı, adını koymamış olsa da bugün söylem analizi olarak alanda kabul edilen gerçekliği haber vermekte ve aslında onu kendi usulünce kullanmaktadır. Yukarıda ifade edildiği üzere söylem; bir yandan dil düzeyinde çözümleme diğer

¹⁰²⁸ Michael Meyer, "Between Theory, Method, and Politics: Positioning of the Approaches of CDA", *Methods of Critical Discourse Analysis*, ed. Ruth Wodak - Michael Meyer (London: Sage, 2001), 15.

¹⁰²⁹ Wodak, *Politics as Usual*, 201.

¹⁰³⁰ Fairclough, *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*, 14.

¹⁰³¹ van Dijk, *İdeoloji*, 300.

¹⁰³² van Dijk, *Society and Discourse*, 248-250

¹⁰³³ Bu kavramla kişilerin toplumsal durumlar hakkında devam eden yorumları vurgulanmaktadır.

¹⁰³⁴ van Dijk, *İdeoloji*, 320.

¹⁰³⁵ Edibe Sözen, *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Rafleksivite* (Ankara: Birleşik Yayınları, 2014), 155-157.

yandan özneler arası etkileşim biçimine ve bu etkileşimin bağlamına yönelik bir çözümleme ile yakalanabilmektedir. Goffman özellikle “Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu” adlı çalışmasıyla özneler arasındaki bu etkileşimin dramatik yansımalarına; “Kamusal Alanda İlişkiler” (Relation in Public) adlı çalışmasında ise bu etkileşim esnasında kullanılan ifadelerin dilsel tahlillerine ağırlık vermektedir. Bu ikinci çalışmasında Goffman, kişilerarası konuşmaların aynı zamanda bir “edim” olduğunu ve her edimin ise düzeltim, yatıştırma, şükran ve minimize etme şeklinde bir iletişim döngüsünden oluştuğunu ifade eder.¹⁰³⁶ Fakat Goffman’ın kişilerarasında meydana geldiğini ifade ettiği bu temel döngü; aktörlere ve içinde bulunulan koşullara göre farklı şekillerde tezahür ettiğinden herkes için her koşulda geçerli bir davranış örüntüsünden bahsetmek mümkün görünmemektedir.¹⁰³⁷ Yani Goffman, bir dilbilimci olmasa da dilbilimci argümanların gündelik hayata ilişkin konuların analizinde yöntemsel açıdan çok güçlü olduğunu; ancak içerik açısından yetersiz olduğunu düşünmektedir. İşte Goffman, bu yetersizliği gidermek için hayvanların bir arada yaşama durumlarını ele alan etolojiden esinlenerek insan topluluklarının bir arada olma koşullarını dilbilim ilkeleri çerçevesinde inceleme yolunu, yani davranış ile dilbilim alanlarını harmanlamayı tercih etmiştir.¹⁰³⁸ Görüldüğü üzere Goffman, adına doğrudan yer vermese de söylem analizini araştırmalarının meta-çerçevesi olarak çok güçlü bir biçimde kullanmaktadır. Söylemin meşru zemininin dilbilim olduğu kabul edilirse şayet, Goffman’ın hem bu zeminle ilişkisinin bulunması hem de etkileşim, bağlam, duruma özgülük gibi söylem için hayati derecede önemli olan kavram seçkisi üzerine çalışmalarını kurgulaması; onun çerçeve analizini söylem alanıyla kesiştirmektedir. Bizim çalışmamız ise Goffman’ın söyleme dair fiilen yaptığı şeylerin adını koymaktan ibarettir. Çünkü dramaturji-söylem birlikteliği Goffman’de fiilen bulunmasına rağmen, doğrudan mevzubahis edilmeyen bir husustur. İşte bu çalışma sözkonusu iki anlayışın kesişimini, dijitalleşme süreci çerçevesinde ele alarak Goffman’ın alanda yaptığı şeyi bir adım öteye taşımaya çalışmaktadır.

Dramaturji ve söylem analizinin dijital zemin üzerinde sentezlenmesinin ikincil sebebi ise şudur: Goffman’ın argümanları takip edildiğinde tıpkı fiziksel ilişkilerin

¹⁰³⁶ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 172-221.

¹⁰³⁷ Örneğin aktörler, kendilerine yönelik gerçekleştirilen bir soru veya isteği (düzeltim) muhatabının istediği gibi (yatıştırma) yanıtlayabildiği gibi alaya alabilir, hazır cevap verebilir veya iletişim döngüsünü koparacak şekilde bağlantıyı kesecek cevaplar verebilir.

¹⁰³⁸ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 17.

temelinde maskeleye olduğu gibi dijital araçlarla dolayımlanmış ilişkilerin temelinde de maskeleye ve sahneleme olduğu görölmektedir. Goffman'ci anlamda bir yüz teması/karşılaşma esnasında maskenin arkasını görmek ya da sunulan gösterinin arka planını görmek iki türlü mümkündür: Ya fiziksel olarak maskeleyenin olmadığı sahne arkasına girerek ya da oyuncunun gerçek niyetinin gösterdiğinden farklı olduğunu anlamayı sağlayan ipuçlarını keşfederek. İşte YouTube gibi dolayımlanmış sahnelerde, sahnenin arkasını fiziksel olarak görmek mümkün değildir. Elbette kişi oyuncularla fiziksel tanışıklık kurup sahne arkasını görebilir. Ancak bu yüz yüze ilişkilerden destek almak anlamına gelir. Oysa bütünüyle dolayımlanmış bir ortamda sahnenin arkasını görmek doğrudan mümkün değildir. Çünkü platformun ve ilişkinin doğası bu dolayımınma üzerine kuruludur. O halde YouTube dahil her türlü dolayımlanmış dijital sahnelerde sahnenin arkasını görmek veya maskenin ardındaki gerçekliği yakalamak için ikinci yol kaçınılmazdır. Yani dijital sahnede eylemde bulunan oyuncunun rolden anlık olarak sıyrıldığı anları yakalayarak ve oyuncunun açık verdiği halleri dikkatli bir şekilde gözleyerek sahne arkasına büyük oranda ulaşmak mümkündür. İşte bunu sağlayabilecek neredeyse kusursuz araç ise söylem analizidir. Söylem analizi, burada analitik bir araç olarak oyuncuların maskesini aralamayı sağlamakta; çünkü söylem bizlere söylenenin art alanında meydana gelen şeyleri görebilmeyi ve onları yorumlayabilmeyi mümkün kılmaktadır.

Yukarıda ifade edilenlerden yola çıkan bu çalışma; söylem analizinin yapısı gereği probleme ilişkin kesin sonuçlar vermek yerine problemleri kavrayıcı bir bakışla sunma amacını takip ederek dijital ortamda dini performansta bulunan kullanıcıların görsel metinlerde kullandıkları dili, Huzme grubu üzerinden hermeneutik metodolojiyle uyumlu bir biçimde çözümlemeye çalışmaktadır. Çalışmanın konusu olan görsel metinlerdeki her bir dini tema; söylem analizinin duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutları çerçevesinde alt metnin satır araları okunmak suretiyle anlaşılmaya çalışılmıştır. Eleştirel söylem analizi; söylenenden çok ima edilene odaklandığından, söylem analizi yapılan söz konusu videolardaki arkaplan, jenerik müziği, sahne, giyim-kuşam, beden hareketleri, jest ve mimiklerden -yani bağlam/context'den- elde edilen veriler; video içeriği -yani metin/text- ile karşılaştırılarak yorumlanmaktadır. Burada veriler; görsel metinlerdeki baskın tema ve kullanılan dil üzerinden karşılaştırılarak analiz edildiğinden, “kim ne söylüyor” sorusunu değil, “kim nasıl söylüyor, niçin

söylüyor” sorularını cevaplamak amaçlanmıştır. İşte bu araştırmada toplanan verileri analiz etmek üzere, dramaturjik ilkelerle sentezlenen bir “Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli” kullanılmıştır. Bu model, yukarıda bahsedilen eleştirel söylem analizi yaklaşımlarından -özellikle van Dijk ve Leeuwen’in modellerinden-etkilenmekle birlikte, araştırmamızın kuramsal perspektifi ve amaçları doğrultusunda tarafımızca geliştirilmiştir:

Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli

(Dijital-Dramaturjik Söylem Modeli)

1. Makro Analiz

- a. Biçimsel Unsurlar (Video Başlığı, Tarihi, Süresi, Beğenilme Sayısı, Etiketler)
- b. **Sahne** (Video çekilen mekan ya da mekanlar)
- c. Karakter-**Oyuncu** (Vlogta konuşan ya da yazan özne /Her zaman aynı kişi olmayabilir)
- d. **Takım (Performansı** gerçekleştiren ya da izleyen bireyler kümesi)
- e. Üslup ve Dil (Gündelik, Akademik, Sıradan, Basit, Elit...vs)

2. Mikro Analiz

- a. Sentaks (Metni yazılı formatta, cümle düzeyinde analiz etme)
- b. **Performans** (Metnin söylenme ve canlandırılma biçimini analiz etme)
- c. Retorik (Görsel metnin dili, arka plan ve bağlam ekseninde **izleyiciye** ne sunar? -Oyuncu perspektifinden **İzlenim Denetimi-**)

3. Eleştirel Analiz

- a. Çelişkili İkili Anlamlar (Anlık ipuçları sayesinde söylenene ve görüne muhalif anlamları bulma)
- b. Söylenmeyen Gizli Anlam (Metindeki boşlukları ortaya çıkarma)
- c. **İzlenim** Eleştirisi (İzleyicide inşa olan anlamı okuma)

Bu modelin diğer söylem analizi yaklaşımlarından temel farkı, bütünüyle dijital ya da hareketli metinlerin analiz edilmesini mümkün kılması ve bunu belirgin bir çerçeveden hareketle yapmaya çalışmasıdır. Özellikle Leeuwen’in sosyal-aktör

yaklaşımı ve Fairclough'ın diyalektik ilişkisel yaklaşımları söylemi daha çok kuramsal düzlemde ele almakta; ancak bu kuramsal-kavramsal bütünden net bir uygulama şeması üretmemektedir. Bunlardan Leeuwen; etkileşimselliğe, aktörlere ve multimodal metinlere odaklanması açısından bu çalışmaya farklı perspektif kazandırarak öne çıksa da Leeuwen'in kavramsal şemaları bizim araştırma amaçlarımıza ulaşmamızı mümkün kılmamaktadır. Örneğin Leeuwen kendi araştırma nesnesi çerçevesinde söylemi; dışlama-dahil etme, rol paylaşırma, genelleştirme-özelleştirme, birleşme-çözülme, adlaştırma-kategorileştirme, işlevselleştirme-belirleme ve kişileştirme-kişisizleştirme gibi diyalojik kavram kümeleri ekseninde analiz etmiştir.¹⁰³⁹ Söylem teorisyenlerinden Wodak ve van Dijk ise diğerlerine kıyasla daha belirgin bir söylem çözümleme yolu ortaya koymuştur. Bunlardan Wodak; özellikle ırkçı söylemleri çözümlemek için geliştirdiği söylem-tarihsel yaklaşımında önce önseziyle yola çıkarak söylemin konusunu belirlemekte, ardından analiz ettiği metindeki söylemsel stratejileri (ya da argümantasyon stratejilerini) incelemekte ve son olarak analiz birimindeki dilsel araçların içeriğine bakmaktadır.¹⁰⁴⁰ Wodak'ın söylemi analiz etmede bir yol haritası belirlemesi önemli olmakla beraber, bu modelde metnin performe edilme biçimlerini çözümleme noktasında yeterince belirgin bir strateji ileri sürülmemiştir. Bu açıdan daha Wodak'ın yaklaşımı çok yazılı metinlerin çözülmesinde işlevsel olmaktadır. Son olarak diğer söylem analizi modellerine kıyasla çerçevesi en belirgin olan yaklaşım ise van Dijk'ın sosyo-bilişsel yaklaşımıdır. van Dijk'ın özellikle haber metinleri için geliştirdiği makro ve mikro düzeyde analiz modeli, bir haber metnini hem tematik ve şematik açıdan hem de metin içeriği, ilişkisellik ve retorik açıdan kapsamlı bir analize tabi tutmaktadır.¹⁰⁴¹ Bu model; söylemin belirsiz çerçevesini, söylemin temel unsurları ekseninde büyük oranda belirli bir hale getirmekte ve bu açıdan büyük önem taşımaktadır. Ancak bu model de özünde yazılı haberlerin söylemini çözümleme amacıyla geliştirildiğinden görsel metinlerin temel dinamiklerini ortaya koyma noktasında bir kavram kümesine sahip görünmemektedir.

Bizim çalışmamız bahsedilen öncü teorisyenlerin her birine çok şey borçlu olsa görsel metinlerde gerçekleştirilen performansları söylem çözümlemesine tabi tutmak

¹⁰³⁹ van Leeuwen, *Discourse and Practice: New Tools For Critical Discourse Analysis*, 23-54.

¹⁰⁴⁰ Martin Reisigl - Ruth Wodak, *Discourse and Discrimination : Rhetorics of Racism and Antisemitism* (London: Routledge, 2001), 44-46.

¹⁰⁴¹ Teun A. van Dijk, *News As Discourse* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988), 30-69.

amacında olduğu için kendi kavramlarını üretmek durumunda kalmıştır. Bu anlamda Möberg'in dediği gibi bir metni veya dökümanı söylemsel analize tabi tutmanın genel kabul görmüş bir kurallar dizisi yoktur; ancak araştırmacılar araştırmalarını belirli bir modele göre yürütebilirler, zira aralarında seçim yapılabilecek çok sayıda söylem analizi modeli vardır. Ancak bu modellerin kendi özel araştırma amaçları doğrultusunda değiştirilmesi de mümkündür.¹⁰⁴² Bu nedenle çalışmanın amaçları, kuramsal perspektifi ve çalışmaya ilham veren varsayımları ekseninde “oyuncu”, “sahne”, “takım”, “performans”, “izleyici” ve bu izleyicide oluşan “izlenim” olmak üzere bir dizi kavram kümesi üzerinden söylem çözümlemesi yapılmıştır. Çalışmamız için geliştirilen model; dijital araçlarla dolayımlanmış kişilerarası ilişkilerin dinamiklerini ölçmeye, daha doğrusu keşfetmeye çalışmaktadır. Dijital-dramaturjik nitelikli bu eleştirel söylem analizi modelinde veriler görüldüğü üzere makro, mikro ve eleştirel olmak üzere üç boyutlu bir analize tabi tutulmuştur. Her bir görsel metin; makro analiz aşamasında oyuncular, eylemin gerçekleştiği sahne ve kullanılan üslup gibi şekilsel ve dışsal unsurlar açısından bütünsel bir biçimde irdelenmiştir. Bu makro unsurlar, görsel metinlerin adeta kimlik kartını tespit etmeye yarayan şekilsel unsurlardan oluşmaktadır.

Mikro analiz aşamasında, söz konusu görsel metinlere öncelikle van Dijk modelinde sıkça karşılaşılan cümlelerin uzun-kısa, basit-karmaşık ve aktif-pasif durumları açısından sentaktik çözümleme yapılmıştır.¹⁰⁴³ Ardından mikro analiz aşamasında Leeuwen modelinde sıkça karşılaşılan imaj-aktör-etkileşim anlayışından da yararlanarak Goffman'ci anlamda metnin performe edilme biçimlerine odaklanılmıştır. Analizin en önemli aşamasını oluşturan bu kısımda, oyuncuların kimi zaman bireysel kimi zaman da takım olarak bağlamı oluşturan arka plan ekseninde sergiledikleri rollerle izleyicilerde oluşturmak istedikleri anlamları ya da izlenimleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.

Son olarak eleştirel analiz aşamasında ise, çoğunlukla izlenim denetiminin fark edilmeden bırakıldığı durumlardaki anlık ipuçları sayesinde oyuncuların performanslarındaki çelişkili ya da ikili anlamları bulma ya da söylenilmeyen ama sezdirilen-hissettirilen anlamları performans üzerinden yeniden okuma yoluna

¹⁰⁴² Marcus Moberg, “First-, Second-, and Third-Level Discourse Analytic Approaches in the Study of Religion: Moving from Meta-Theoretical Reflection to Implementation in Practice”, *Religion* 43/1 (2013), 12-13.

¹⁰⁴³ Bk. Teun Van Dijk, *New Analysis: Case Studies of International and National News in the Press* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1988), 71.

gidilmiştir. Ayrıca eleştirel analiz aşamasında, verilmek istenen izlenimlerin her zaman için izleyicide oluşan izlenim olmayabileceği ihtimali de tartışılmakta; böylece dijital ortamın interaktif yapısı sayesinde geri bildirimde bulunan izleyicinin pasif izleyiciden farklılaşabildiği, hatta kimi zaman izleyicilerin oyuncuların performans içeriklerini doğrudan etkileyebildikleri göz önünde bulundurularak eleştirel bir okuma yapılmaktadır. Yani Huzme üzerine yapılan bu çalışma her ne kadar belirli videoları iç bağlam çerçevesinde sondaja tabii tutsa da grubun diğer sosyal ağlardaki paylaşımları, izleyicilerin bunlara verdiği tepkiler ve hatta kendileriyle yapılan görüşmelerde elde edilen veriler de dış bağlamı da dikkate almaktadır.

Son olarak eleştirel gelenek üzerine kurulu olan söylem analizini kullanan bir çalışmada şu soruyu sormak bir zorunluluktur: Bu çalışmada eleştirilen şey tam olarak nedir? Söylemin birbirinden farklı pek çok yönden eleştirel gözle analiz edilmesi mümkün olmakla birlikte, burada eleştirilen şey tam olarak dinseliliğin medyatik bir yüzle sunulması ve din temalı performanslar kullanılarak bir otorite kurma çabasıdır.¹⁰⁴⁴ van Dijk'a göre otorite, ideolojik temelli grup üyelerinde olumlu kendilik temsili ve bununla eş zamanlı olarak diğer grupları örtük bir biçimde küçültme davranışı üzerine kurulur.¹⁰⁴⁵ Huzme grubunun dijital bir sahnede icra ettiği dramatik mükemmellik imajı da (tüm vlogların arka fonunda bulunan) imrendirme ve sempati kazanma yoluyla izleyici üzerinde tam olarak böylesi bir otorite oluşturmaktadır. Bu otorite; dini-siyasi ve tabii ki ekonomik nitelikli bir otorite görünümü çizmektedir. Her bir cümlesi, görüntüsü, çekim yapılan mekanı ve fon müziği ile profesyonel bir biçimde hazırlanan YouTube'daki söz konusu içerikler; nahif, sade ve gündelik bir dil üzerine kurularak doğrudan görünmeyen ancak sezilebilen bir otorite tesis etmektedir. Otoritelerin dışlayıcı, ötekileştirici, kaba ve sert olan yaygın söylemlerinin aksine; nahif ve medyatik nitelikli bu yeni dini söylem, otorite anlayışının postmodern bir görünümünü temsil etmektedir. Ancak şunu unutmamak gerekir ki tüm o yumuşak yüzüne rağmen otoritenin bu yeni görünümü hala bir otoritedir.

¹⁰⁴⁴ Bu özel amaç, araştırmanın giriş kısmında bahsedilen genel amaçlarını tamamlamakta ve bu sebeple Huzme özelinde belirgin bir anlam kazanmaktadır.

¹⁰⁴⁵ van Dijk, *İdeoloji*, 314.

3.1.5. Araştırma Sürecinin Tasarlanması

Bu araştırma dijitalleşme, dramaturji ve söylem alanlarının kesiştiği noktada din fenomeninin temsil edilme biçimlerini keşfetmek üzere biri teorik diğeri ise uygulama olmak üzere iki aşamalı olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın teorik kısmında önce genel anlamda dijitalleşmeye ilişkin, ardından dijitalin özel bir alanını kapsayan YouTube'a ilişkin ve son olarak Goffman'ın dramaturji kuramına ilişkin kapsamlı okumalar yapılmıştır. Genelden özele doğru gerçekleştirilen bu okuma sürecinde seçilen ulusal ve uluslararası kaynaklar, bahsedilen her bir alan üzerine derinleşen öncü simaların eserleriyle sınırlanmıştır. Bu kaynaklara Yök Tez, Ulakbim, Dergipark, Proquest ve Wos gibi akademik veri tabanları üzerinden; ayrıca medya ve din ilişkisi üzerine yayınlar yapan belirli uluslararası yayınevlerinin matbu ve dijital eserleri üzerinden ulaşılmıştır. Teorik kısımdaki her bir başlık; bu genel okumalar ekseninde aşamalı bir biçimde ortaya çıkmış ve süreç içerisinde defalarca revize edilmiştir. Bu başlıklara ilişkin profesyonel yazıma geçmeden önce ise ilgili başlığa ilişkin daha spesifik okumalar yapılmış ve bu okumalar tamamlandıktan sonra teorik kısım sırasıyla yazılmıştır.

Araştırmanın uygulama kısmı ise üç aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada araştırma evreninin temel niteliklerinin tipik bir görünümünü sunan Huzme grubu üzerinde araştırma öncesinde genel gözlemler yapılmıştır. Bu süreçte Huzme'nin YouTube, Instagram ve Twitter (X) hesapları; ayrıca huzme.org ve yadebutik.com gibi gruba ait web siteleri belirli aralıklarla kontrol edilmiş ve bu platformlar üzerinden Huzme hakkında genel bilgiler toplanmıştır. İkinci aşamada araştırmanın teorik kısmının okunma ve yazılma sürecine paralel olarak grubun sadece YouTube kanalı takibe alınmıştır. Bu süreçte uygulama kısmından uzak kalmamak adına Huzme kanalında üretilen her video yayınlandığı dönemde izlenmiş ve burada elde edilen önemli veriler not edilip arşivlenmiştir. Üçüncü aşamada ise teorik kısmın yazılmasından sonra, Huzme'nin o döneme değin yayınladığı tüm videolar sırasıyla tekrar izlenmiş, bu videoların her biri kodlanmış ve birbirleriyle ilişkili kodlar bir araya getirilerek 7 tema altında tasnif edilmiştir. Bu tasnif işlemi 20 Ağustos 2023 tarihinde tamamlanmış ve bu tarihten sonraki videolar kapsam dışı bırakılmıştır. Bu tasnif işleminden sonra her bir tema altında sıralanan videolar arasındaki söylemsel dönüşümü görebilmek için o tema kapsamındaki en eski, en yeni ve en popüler videolar analiz

edilmek üzere seçilmiştir. Seçilen videolar bu araştırmanın amaçları, varsayımları ve soruları ekseninde geliştirilen “Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli” ekseninde tek tek analiz edilmiş; ardından her bir tema altındaki videolara ilişkin karşılaştırmalı genel bir analiz yapılmıştır. Bu 21 videonun analizi 20 Ağustos-21 Ekim 2023 tarihleri arasında tamamlanmıştır.

3.1.6. Araştırmanın Geçerlik, Güvenirlik ve Etik Çerçevesi

Bilindiği üzere nitel araştırmalarda elde edilen bulgular genellenmez. Aksine burada amaç özellikle spesifik durumlara odaklanmak ve bu durumlardan spesifik açıklamalar çıkarmaktır.¹⁰⁴⁶ Diğer nitel araştırma yöntemlerinden belirsizlik ve yorumsallık yönüyle ayrılan söylem analizinde bu spesifikleştirme daha belirgindir. Söylem analizinde bu nedenle küçük araştırma grupları tercih edilerek kişi sayısından daha çok dile ve söyleme odaklanılır.¹⁰⁴⁷ Bu nedenle istatistiksel bir biçimde analiz edilen çalışmalarda araştırmanın güvenirlik ve geçerlik testlerini geçmiş olması beklentisinin aksine, söylem analizine dayanan bu çalışmanın yorumsal ve eleştirel bağlamı; güvenirlik ve geçerlilik ölçümleri yapılmasını gerektirmemektedir. Yöntemin doğası gereği yapılan yorumlar; bağlamsal ve durumsal olduğundan, araştırmamızda elde edilen bulguları genelleme iddiası bulunmamaktadır. Aslında böylesi araştırmaları tasarlamak bilimsel olduğu kadar sanatsal bir işlem olarak da görülebilir.¹⁰⁴⁸ Çünkü bir kurum ya da bir grup; analiz birimi olarak alındığında, nitel yöntemler bu birimlere doğrudan odaklanan betimlemeler yapar. Bu betimlemeler bireysel olarak sadece insanları değil, bu ortamlardaki toplulukları da durum çalışmasının odağı haline getirir.¹⁰⁴⁹ Ayrıca bilimsel bir çalışmadaki betimlemelerin estetik bir görünümü olup olmadığı, metni açan analitik uygulamaların özgün bir biçimde kullanılıp kullanılmadığı ya da metnin biçimsel olarak iyi kurgulanıp kurgulanmadığı gibi hususlar sanatsal çalışmalar kadar bilimsel çalışmalar için de geçerli olabilmektedir.¹⁰⁵⁰ Bu estetik duruşunun yanı sıra bir çalışmanın sahadaki etki düzeyi de önemli olup, o çalışmanın

¹⁰⁴⁶ Berg - Lune, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 20.

¹⁰⁴⁷ Özlem Güllüoğlu, “Söylenmeyenin Analizi: Bellona Markasına Yönelik Tüketici Algısı Üzerine Bir Söylem Çözümlemesi”, *İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri: Yazılı Metin Çözümleme* (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2012), 239.

¹⁰⁴⁸ Lee J. Cronbach, *Designing Evaluations of Educational and Social Programs* (San Francisco: Jossey-Bass, 1982), 335-339.

¹⁰⁴⁹ Patton, *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, 228.

¹⁰⁵⁰ Laurel Richardson - Elizabeth Adams St Pierre, “Writing: a Method of Inquiry”, *The Sage Handbook of Qualitative Research*, ed. Norman K. Denzin - Yvonna S. Lincoln (Los Angeles: Sage, 2018), 1406.

niteliği hakkında ipucu verebilmektedir. Yani bir çalışma yeni sorular üretip başka yeni sorulara ve tartışmalara kapı aralıyorsa nitelikli kabul edilmektedir.¹⁰⁵¹

Geçerlik ve güvenilirliğe ilişkin bahsedilen ifadeler ışığında bu çalışmaya bakıldığında mikrososyoloji ve yorumlayıcı paradigmaya dayanması nedeniyle bu çalışmanın vardığı sonuçları tüm dijital uzama genellemek mümkün görünmemektedir. Ancak bu çalışma, dijital uzama dair farklı perspektiflere dayanacak sonraki çalışmalara genel bir çerçeve sunması açısından yararlı olabilir. Özellikle bu çalışma için geliştirilen “Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli”; gerek dizi, film ve reklam gibi profesyonel ürünler gerekse video paylaşım sitelerinde paylaşılan amatör ürünler olmak üzere çeşitli görsel metinleri eleştirel düzeyde söylem çözümlemesine tabi tutmayı arzu eden araştırmacılar tarafından kullanılabilir. Model; her ne kadar bu araştırmanın genel ve özel amaçları doğrultusunda geliştirilmiş olsa da buradaki görsel metinlerde kullanılmadan önce farklı videolar üzerinde test edilmiştir. Modelin uygulanabilir olup olmadığını görebilmek için yapılan bu ön uygulamaların ardından ise modele son hali verilmiştir. Bu model; yazılı metinlerin analizi için kullanışlı değildir, ancak farklı türden görsel metinler üzerine çerçevesi çizilmiş söylemsel bir analiz yapmayı mümkün kılması açısından görsel metinler için oldukça işlevsel bir modeldir. Yani “değişken olan dijital zeminde, belirsiz nitelikteki söylemi yakalamaya çalışma” şeklindeki zor bir amacı gerçekleştirmeyi olabildiğince mümkün kılmaya çalışan bu modelle birlikte soyut söylemlerin -bütünüyle olmasa da- bir parça somutlaşması mümkün olabilmektedir. Bu anlamda nicel araştırmalardakinden farklı bir boyutta olsa da bu çalışmanın bilimsel anlamda geçerli bir çalışma olduğunu ifade etmek mümkündür.

İkinci olarak bu çalışma; yorumlayıcı ve mikrososyal bir paradigmaya dayansa da bilimsel sınırlarda kalmak amacıyla çeşitli önlemler almıştır. Özellikle dijitalleşmeye ilişkin teorik kısımdaki genel temalar ve uygulama kısmındaki temalar belirlendikten sonra, tema tutarlılığını teyit etmek amacıyla YouTube üzerine çalışan bir uzman; dramaturjiye ilişkin analizleri teyit etmek amacıyla dramaturji üzerine çalışan bir uzman; son olarak dramaturji-söylem ilişkisine dair ileri sürülen argümanların tutarlılığını teyit etmek amacıyla söylem alanında çalışan bir uzman olmak üzere üç akademisyenin görüşü alınmıştır. Bununla beraber araştırmanın uygulama kısmı sadece video analizine dayansa da bu analizlerin tutarlılığını teyit etmek amacıyla Huzme İlim

¹⁰⁵¹ Richardson - St Pierre, “Writing: a Method of Inquiry”, 1417.

ve Kültür Derneği başkan ve üyeleriyle bir g r   me yapılmış; bu ziyaret esnasında hem Huzme binası hem de buradaki ilişki ağı gözlemlenmiştir. Huzme'nin normalde g r   meleri kabul etmediği bir cumartesi günü gerçekleştirilen bu gözlemler, aslında Huzme'nin kendi iç dinamiklerini daha yakından görme fırsatı sunmuştur. Sahne arkasını kısmen görme imkanı veren bu g r   me,  n n   niversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan alınan izin çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.¹⁰⁵²

3.2. Bulgular

“Dini özneleşme” teması kapsamındaki videolar; Huzme’nin varoluşunu temellendirmeye yönelik doğrudan ifadelerin bulunduğu “tanıtım”, “soru-cevap”, “vizyon-misyon” kodları altında listelenen videolardan oluşmaktadır. Bu çerçevede yapılan tasnife göre, Huzme kanalında özneleşme teması kapsamında değerlendirilebilecek 21 uzun ve 30 kısa olmak üzere toplam 51 görsel metin (video) bulunmaktadır.

1. Makro Analiz

b. Sahne: Bu içerikte Huzme binasının farklı bölümleri sahne olarak kullanılmıştır. Çalışma masasının bulunduğu bir oda ve kahve makinesinin gösterildiği mutfak başta olmak üzere sırasıyla asansör, araba, Kafe olduğu anlaşılan bir dış mekan ve son olarak sunum yapılan bir seminer salonu, performansların gerçekleştiği sahneler olarak işlev görmektedir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Bu içeriğin büyük bir kısmında birlikte çalışıp not alan, kahve içen, pasta yiyen ve seminerde konuşmacı olarak yer alan iki oyuncu yer almaktadır. Yakın çekimde sadece ellerinin görüntülenmesi, uzak çekimde ise yüzlerinin flulaştırılması sebebiyle bu oyuncuların kimlikleri anlaşılmamaktadır.

d. *Takım*: Bu içerikte çoklu oyuncular devrede olduğu için sahnelenen performansın bir takım çalışması olduğu ifade edilebilir. Bu takım çalışması hem performansta eşit rolleri üstlenen iki oyuncu hem de seminerin dinleyicileri arasında eşgüdümlü bir biçimde icra edilmiştir.

e. *Üslup ve Dil*: Ses unsurunun kullanılmadığı bu içerikte, görsellerin üzerine yansıtılan yazılar yoluyla izleyiciyle iletişim kurulmuştur. Sohbet edencesine kurgulanan bu yazılarda gündelik, sıradan ve basit bir dil kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Bu içerikte “*Gençlere hitap eden bir yer arayışı içindeymişiz hepimiz.*”, “*İmkansız gibi görünse de öğrenci halimizle çıktık yola.*” gibi ifadelerde görüldüğü üzere genelde devrik cümle yapısı; “*O’na çıkan her yolda koşturmaya devam... Son nefese kadar...*” ve “*seminerler...*” gibi ifadelerde görüldüğü üzere tamamlanmamış eksilteli cümleler kullanılmıştır. Bu ifade biçimi; izleyicilerden uzak olmayan, aksine onlarla yakın ve onlara karşı içten biri olduğunu göstermek için kullanılan bir taktik olarak değerlendirilebilir. Bu taktik görsel metni kuruluktan arındırarak ses kullanmamanın getirdiği dezavantajı gidermede işlevsel olmuştur.

Ayrıca “*start verdik*”, “*siz çağırın biz gelelim :)*” cümlelerinde görüldüğü gibi çoğul zamirler; “*duyan geliyor, sayımız oldukça artıyordu.*”, “*Artık sadece şehir dışından değil yurt dışından da ziyaretçilerimiz olmaya başladı.*” cümlelerinde görüldüğü gibi etken çatılı fiiller kullanılmıştır. Hem çoğul zamirlerin hem de etken çatılı fiillerin kullanılması, Huzme’nin bir grup olarak ne olduğunun ve neyi temsil ettiğinin bilincinde aktif öznelere gibi alanda konumlanmaya çalıştığının göstergesi olarak okunabilir. Yani böylesi ifadeler; ben-öteki veya grup içi-grup dışı ayrımının Huzme açısından belirgin olduğunu ve Huzme’nin bu ikiliği aktif bir biçimde yönetmeye çalıştığını göstermektedir.

b. *Performans*: Bu içerikte yer alan oyuncuların sahnelediği performanslara bakıldığında, performansların üç temel davranış kalıbı etrafında örüldüğü görülmektedir. Birincisi çalışma masası etrafında kitaplıktan alınan Risale’ler üzerine

biteviye okuma yapıp not alarak şekillenen “bilişsel performans”; ikincisi ayakkabı giyip asansöre binme ve kahve eşliğinde yiyecek atıştırmayı kapsayan “gündelik performans”¹⁰⁵³; üçüncüsü ise çok sayıda izleyici önünde seminer adıyla gerçekleştirilen “etkileşimsel performans”dır. Videodaki bilişsel performans, Huzme oyuncusunun çalışkanlığını; gündelik performans, aynı oyuncuların bizden biri olduğunu; etkileşimsel performans ise oyuncuların “öncü rol model” olduğunu imlemektedir. Ayrıca bu performansların tümünün sergilenmesi esnasında, Jamaika asıllı İngiliz müzisyen Amarià’nın “Sérénade à Notre Dame de Paris” adlı çalışması; performansın ritmine ve sözlerin akışına paralel bir şekilde ayarlanarak kullanılmıştır. Fonda kullanılan bu müzik; performansların doğal sesini bastırmadan, bu doğal seslere eşlik ederek kullanılmıştır. Öyle ki sayfaları çevirirken çıkan kitap hışırtısı, kalemin kağıt üzerinde gezinirken çıkardığı ses, kahve hazırlama sürecindeki tüm sesler izleyici tarafından duyulmaktadır. Bu durum videonun hem doğal ve samimi imajını güçlendirmekte hem de ses unsurunun kullanılmamasının getireceği sıkıcılığı önlemektedir. Ancak içerikte oyuncu ve muhatap arasında yüzlerin yüzlere değdiği bir irtibat, bir göz teması ve hatta “ses irtibatı” dahi olmadığı için bu içeriği bir “karşılaşma” veya “yüz irtibatı”¹⁰⁵⁴ olarak değerlendirmek mümkün görünmemektedir.

c. *Retorik*: Bu içerik, Huzme’nin YouTube’da müstear isimle içerik üreten sıradan bir genç kız olmadığını, aksine bir misyonla yola çıkan bir oluşum ve grup olduğunu açıkça ortaya koyan ilk içeriktir. Huzme; henüz kim olduğunu açıklamadan önce *“Bugün tatlı bir heyecan var bizde... Daha fazla gence ulaşabilmek... Zaten en başından beri bunun için kurmadık mı Huzme’yi? Gençlerin diliyle, gençlerin kalbine dokunabilmek bizim niyetimiz.”* sözleriyle grubun hedefini ortaya koymakta ve Huzme’nin kimliğine kıyasla vizyonunu ön plana çıkarmaktadır.

Huzme bu içerikte büyük bir gayretle tevazu içinde olduğunu göstermektedir. Özellikle hedef kitlelerinin genç olduğunu vurguladıkları gibi, kendilerinin de genç olduğunu *“Kimimiz yeni liseden mezun, kimimiz henüz liseli.. İmkansız gibi görünse de, öğrenci halimizle çıktık yola.”* ve *“Çok eksiktik, çok acemi.”* şeklinde sık sık vurgulamaktadır. Bu anlamda Huzme *“uhuvvet tohumları”*nı attığı ve *“her şeyi*

¹⁰⁵³ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 46.

¹⁰⁵⁴ Bir karşılaşma veya yüz irtibatı, özel bir kaş göz işareti, sözlü bir ifade ve özel bir ses tonu gibi açılış hamleleriyle başlatılır. Karşıdaki de bu işaretlere benzer işaretlerle karşılık verdiğinde gerçek anlamda bir yüz irtibatı sağlanmış olur. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 102-103.

deneme-yanılma yoluyla aştığı” bu ilk dönemleri tanıtırken büyük bir tevazu gösterisi sunmaktadır. Nihayetinde oluşumunu tamamlayarak alanda “var olmayı” başaran Huzme; videoda önce kafelerde buluştuğunu, sonra 1+1 küçük bir eve, ardından sayılarının artmasıyla birlikte “3 katlı, samimiyet kokan küçük bir eve” çıktığını belirtir. Huzme, mekânsal büyümenin, düşüncelerindeki tevazuyu azaltmadığını belirtmek üzere evin samimiyet koktuğunu özellikle vurgulamaktadır. Nitekim bu ev aynı zamanda grup için bir dönüm noktasıdır da. Huzme bu evle beraber kendi ifadesiyle “daha sistematik ilerlediği bir süreç” içinde ilk seminerlerini yapmış ve yurt dışına açılarak küreselleşme amaçlarına bir adım daha yaklaşmıştır. Daha sonra Huzme; buradaki faaliyetler sayesinde “dolup taşınca” ve mekan kendilerine yetmeyince, şu an kullandığı son mekanına taşınmak durumunda kalmıştır. 4 yıllık süre içerisinde üç mekan değiştiren Huzme, var oluşunu “Daha profesyonel ve her şeyin tek tek organize edildiği” bu son mekanda büyük oranda gerçekleştirmiş görünmektedir.

Son olarak yerine getirilmiş bir misyonu ifade ederek videoya başlayan Huzme, “Bursa ili ve ilçeleri ile sınırlı kalan lise seminerlerimiz için şehir dışına dair planlarımız devam ediyor.” şeklinde yeni hedefler koyarak videoyu bitirmektedir. Bu ifade Huzme’nin düşünsel anlamda kararlı bir yayılmacı politika izlediğini ve “son nefese kadar” bu amaca hizmet eden “her yolda koşturmaya devam” edeceğini açıkça göstermektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Videonun yayınlandığı tarih itibariyle henüz 4 yıllık bir geçmişi olan Huzme; kendisini bir yandan “henüz körpecik bir medrese” olarak, öte yandan “Hanımların sığınağı, sırtını yaslayabileceği ulu bir çınar” olarak tanımlamaktadır. Bu durum; Huzme’nin benliğini konumlandırma noktasında bir ikilem içinde olduğunu veya daha da önemlisi, aslında varoluşuna biçtiği gerçek konum ile kamusal alanda dikkat çekmemek adına kendisine biçmek zorunda olduğu konumun farklı olduğunu göstermektedir. İkinci durumda Huzme’nin gerçek benliğini “ulu bir çınar” olarak gördüğü, ancak izleyiciler açısından bu durumun yeterince alçakgönüllü bulunmaması nedeniyle “körpecik medrese” izlenimi vermeye çalıştığı ifade edilebilir. O halde Huzme’nin burada izlenim yönetimi yaparken kısmen başarısız olduğunu ifade etmek mümkündür.

İkinci bir husus ise Huzme'nin videonun başlangıcında misyonunu ön plana çıkarıyor gibi görünmesine rağmen aslında videonun başından sonuna dek kim olduğunu, ne olduğunu ve nasıl var olduğunu anlatma çabası içinde olmasıdır. Bu çaba, Huzme'nin kamusal alanda var olmak isteyen, ancak bir şekilde bu isteği gerçekleştirme fırsatı bulamadığı için görünmez hale gelen/getirilen kimselerden olduğunu imlemektedir. Bu anlamda görünür olma, takdir toplama ve sayıca çoğalıp güç elde etme düşüncesi tüm videoya hakimdir.

b. *Söylenmeyen Gizli Anlamlar:* Videoda geçen “*Risale-i Nur, Hadis ve Kur'an merkezli, gençlere hitap eden bir yer arayışı içindeymişiz*” şeklindeki ifade, normalde Ehl-i Sünnetin dillendirdiği “Kur'an ve Sünnet” söylemine Risale-i Nur külliyyatını ilave ederek alternatif bir dini metodoloji ve söylem biçimi geliştirdiğini göstermektedir. Huzme, sünni paradigmanın metodolojisine bir ilave yaptığını doğrudan ifade etmese de bu ifadesiyle zımnen söz konusu çabayı deşifre etmiştir.

İkinci olarak Huzme; illegal bir yapılanma olmadığını göstermek için “*devlete bağlı bir kültür merkezi haline*” geldiğini ifade eder. Bunu söyleme ihtiyacı hissetmesi, grup oluşumlarına duyulan kitlesel tereddütü giderme amacına matuftur. Nitekim 15 Temmuz Darbe'sinden hemen önce, yani 2015 yılında resmi olarak kurulan Huzme, darbeyi gerçekleştirenlerle aynı dini söylem biçimini benimsemektedir. Bu durum, “*Risale*” çizgisini takip eden Huzme ekibinin bir “*kermes*” vesilesiyle tanışmalarıyla başlayan ve “*hizmet noktasında attıkları tohumların yeşermesi*”yle devam eden serüvenlerinde açıkça görülmektedir. Ayrıca Huzme'nin siyasal keşmekeşin yoğun olduğu süreçte kurulumunu tamamlayıp hızlıca yükselişe geçmeye başlaması da bu keşmekeşin etkilerinin yoğun olarak sürdüğü döneme denk gelmektedir. Tüm bu benzerlikler, Huzme'nin var oluşuna yönelik bir şüpheyi yer vermemek adına “devlete bağlılığı” vurgulamasına neden olmuştur.

c. *İzlenim Eleştirisi:* Kanalin ilk içeriklerinden biri olmasına rağmen bu içeriğin görüntüleme sayısı, aynı dönemde yayınlanmış içeriklere kıyasla nispeten daha azdır. Buna rağmen buraya yapılan yorum sayısının yüksek olması sebebiyle bu içeriğin nispeten yüksek düzeyde bir etkileşim ürettiğini belirtmek mümkündür. Bu yorumların büyük çoğunluğunda Huzme'nin Anadolu'nun pek çok kentindeki ekseriyetle İHL'lere davet edildiği görülmektedir. Bununla beraber Huzme'nin bazı şehirlerdeki üniversitelere ve özellikle İlahiyat Fakültelerine -liselere kıyasla daha az- davet edildiği

görülmektedir. Bu geri bildirimlere bakıldığında Huzme'nin videoda vurguladığı hedef kitlesi olan liseli ve liseyi yeni bitirmiş gençler üzerinde arzuladığı bir etkiyi oluşturduğu görülmektedir. Bununla beraber asıl hedef kitlesi genç kızlar olan Huzme'nin bu içeriğine sadece kadınlar geri bildirimde bulunmamış, aksine bu içeriğe hem kadın hem de erkek kullanıcılar tarafından takdir içeren yorumlar birlikte yapılmıştır. Bu olumlu geri bildirimler arasında Huzme'nin giyim kuşamlarını, mekanını ve içerikte kullandıkları fon müziği gibi noktalarda kümelenen çok sayıda olumlu ifade bulunmaktadır. Olumsuz addedilebilecek ifadelerin pek fazla görülmediği bu yorumlarda sadece birkaç kişi tarafından *“Neden Risale?”*, *“Okul okumayacak mısınız?”* şeklinde sorgulayıcı ifadeler bulunmaktadır. Ancak Huzme'nin yapılan yorumlara -birkaç istisna olmak üzere- genelde bir karşılık vermediği görülmektedir. Huzme'nin verdiği ender yanıtlardan biri bu ilk soruya gelmiştir. Nitekim Huzme, soruyu *“Bu asırda her sorumuza cevap verip her hususa yettiği için. Kur'anı kerim tefsiri olduğu için. Neden sorusunun en güzel cevabını okuyarak anlarsın.”* şeklinde cevaplamış ve başka birkaç yorumcuya da grubun iletişim numarasını göndererek varoluşunu dayandırdığı teolojik temele gönderme yapmıştır. Bu durum, yani YouTube platformundaki erken dönemlerinde Huzme'nin yorumcularla arasında karşılıklı geri bildiriminin az olması, dış dünyaya henüz bütünüyle uyum sağlamadığını göstermektedir.

Son olarak bu içeriğe yapılan geri bildirimlere topluca bakıldığında izleyicilerin çoğunlukla Huzme'nin bilinçli bir şekilde sunduğu *“hem ilim hem keyif”* imajının etkisi altında kaldığı görülmektedir. Bu anlamda izleyicide oluşan Huzme izleniminin, bilişsel argümanlardan daha çok *“bir bahar günü adeta yüzünü okşayan sıcacık bir esinti”* şeklinde ifade edilen duygusal bir çerçeveye sınırlı kaldığı görülmektedir.

3.2.1.2. Görsel Metin 2: Huzme Nedir / Nasıl Tanıştık / Çok Merak Edilen Sorularınızı Cevaplıyoruz / Soru-Cevap / Sessiz Vlog

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar:* 11 dakika 43 saniye uzunluğunda, yaklaşık 155 bin görüntüleme, 7 bin beğeni ve 500 yoruma sahip olan bu içerik, 8 Nisan 2020 yılında yayınlanmıştır. İlk özneleşme videosundan yaklaşık altı ay sonra yayınlanan türünün en popüler olan bu içerikte, ilk videodaki tanıtım açıklamasının değiştirilmeden, aynı

şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, içeriğin Huzme'nin erken dönem ürünlerinden biri olmasıyla açıklanabilir.

b. Sahne: Bu içerikte sahne olarak kullanılan mekanların tümü Huzme binasıdır. Dış mekanın kullanılmadığı bu içerikte, yazıların akışına paralel olmak üzere farklı faaliyet anlarında ayrı kısımlarının gösterildiği mutfak, çalışma odası ve dış dünyanın görülmesinin özellikle sağlandığı pencere önü olmak üzere Huzme binasının farklı bölümleri sahne olarak kullanılmıştır.

c. Karakter-Oyuncu: Bu içerikte göze çarpan oyuncu, videonun büyük bir kısmında yalnız başına performansta bulunan tek bir kişidir. Bu oyuncu spesifik stiliyle bireysel kimliği belli olmayan “Huzme Kızı”dır. Bunun yanı sıra bazı sahnelerde ikili ve dörtlü olmak üzere farklı oyuncular ekranda -çok az- sahne almaktadır.

d. Takım: Bazı sahnelerinde çoklu öznel olması nedeniyle bu içeriği bir takımın idare ettiği söylenebilir. Ancak dikkatli bakıldığında bu içerikte takımdan ziyade ufak bir klik oluşumunun var olduğunu söylemek daha uygundur. Zira burada diğer oyuncuların kadrajda görünmesi, grubu sadece performansın baş aktörüyle özdeşleştirme düşüncesinden korumak içindir.

e. Üslup ve Dil: Bu içerikte ironik ifadeler olduğunu belli eden ünlem gibi noktalama işaretleri ve basit emotikonların sıkça kullanıldığı samimi gündelik dil kullanılmıştır. Bunun yanı sıra türünün ilk videosuna kıyasla daha açıklayıcı bir üslup kullanılan bu içeriğin tümüne bir tür din dili-dindar dili sinmiş görünmektedir.

2. Mikro Analiz

a. Sentaks: Soru-cevap formatında düzenlenen bu içerikte; sohbet havasını yansıtmak şeklinde kurgulanmış etken ve devrik yapıları cümlelerin yanı sıra davet ve emir kipli açıklama cümlelerinin belirgin bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Video girişinde kullanılan “*Bu bir soru-cevap videosu olacak. Sizden gelen soruları derleyip tek tek cevap vereceğiz. Sorular oldukça derin mevzular olduğundan ben kendime bir kahve yaptım. Dilerseniz siz de bir kahve kapın :)*” şeklindeki ifade ile video sonunda kullanılan “*Bir yanımız hep boş. Senin yerin hep bekliyor. Bekletme, gel bir an evvel. Her şeyimizle Huzme’de seni bekliyoruz.*” şeklinde kurgulanan cümlede görüldüğü üzere Huzme, videonun giriş-çıkış ritüellerini sempatikleştirilen emir kipleri üzerine inşa etmiştir. Bu açılış ve kapanış ifadelerinin dışında asıl mevzunun anlatıldığı kısımlarda ise zaman zaman “*Birkaç genç çıktığımız bu gençlik hareketinde kendi*

yağımızla kavrulup, kendi kendimizi idare ediyoruz evelallah..” ifadesinde görüldüğü gibi açıklayıcı, erkeksi ve meydan okuyan; zaman zaman ise “*Gülüyoruz, birlikte yeni tarifler deniyoruz, geziyoruz, dertleşiyoruz, eğleniyoruz. Ama en başta çok seviyoruz. Sevgi sınırlarını fazlaca zorluyoruz.*” ifadesinde görüldüğü gibi betimleyici, kadınsı ve duygudaş nitelikli bir “biz dili” kullanılır. Huzme’nin kullandığı bu biz dili kuruluştan sıyrılmayı sağlayan birtakım deyimlerle donatılmıştır. Huzme bu noktada bir kısmı yönlendirme içeren, diğer kısmı ise bilinçaltındaki tüketim alışkanlıklarına dair ipuçları veren “yolunu kaybetmek”, “yolu kesişmek”, “gönlü zengin”, “yağında kavrulmak”, “idare etmek” ve “dibini sıyırmak” gibi deyimlere başvurmuştur.

b. *Performans*: Huzme kim olduğunu ekrana yansıttığı yazılar üzerinden açıkladığında, hangi yönünü açıklıyorsa o minvalde görüntüyü de aynı anda ekrana yansıtmaktadır. Örneğin oyuncu; “*Gülüyoruz, birlikte yeni tarifler deniyoruz*” ifadesini kullanırken sushi yapan bir “aşçı” rolüne; “*yemek yemeyi hele ki birlikte yemeyi çok seviyoruz*” ifadesi esnasında kalabalık bir sofrayı paylaşan samimi “yoldaş” rolüne; “*Geziyoruz, dertleşiyoruz, eğleniyoruz.*” derken elinde pamuk şekerle sahil yürüyüşü yapan “seyyah” rolüne; “*film izliyoruz*” derken “izleyici” rolüne bürünmektedir. Huzme oyuncusunun tüm bu rollerini ustaca sergilemesi; sıkıcı ve gelenekçi olmadığı noktasında inandırıcı olmaya ve izleyiciyi ikna etmeye çalıştığını göstermektedir.

Bu içerikte biri ironi yapmak istedikleri zaman kullandıkları Amerikalı besteci Kevin MacLeod’un “The Builder” adlı eğlenceli bestesi, diğeri ise Endonezyalı genç müzisyen Suthan Marlyno’nun “Snow” adlı daha sakın ve ağırbaşlı bestesi olmak üzere iki tür müzik kullanılmıştır. Oyuncu videonun sonunda “*Hep okuma ve araştırma mı yapıyorsunuz?*” sorusunu yanıtlarken “*Dur anlatayım. Sabah kalkıyoruz okuma yapıyoruz. Temizlik yapıyoruz, okuma yapıyoruz. Sonra biraz araştırma hoop yine okuma. Sonra biraz nefes alıyoruz. Yine okuma yapıyoruz. Hatta uykuya bile okuma yaparak dalıyoruz !?!?! Elbette hayır!*” şeklindeki ifadeleri canlandırırken bu sahnede ironik müzik kullanılmıştır. Bu ironiyi destekleyen görseller eşliğinde minik de olsa başarılı bir mizansen kurgulandığı görülmektedir. Mizansenin ardından ise “gerçek” Huzme’nin sıradan yaşantısından kareler romantik müzik eşliğinde paylaşılarak, imrenilesi boyutta “dindar ama özgür bir genç” imgesi pekiştirilmeye çalışılmıştır.

c. *Retorik*: Huzme, izleyicilerden gelen soruları yanıtlarken soruları bir öncelik sırasına koyarak cevaplamaktadır. Bu noktada Huzme’nin açıkladığı ilk hususlar

Huzme isminin anlamı ve Huzme'nin tam olarak ne olduğu yönündeki meseledir. *"Huzme; karanlık sisli bulutlar arasında yayılan ışık demeti demek. Kısaca Nur. İman hizmeti, mesleğimiz Nur olduğu gibi adımız da Nur olsun, Nur gibi yayılsın dedik. Risale-i Nur'da geçen duyulmadık bir isimdi. Biz de sahiplendik.."* ifadesinde görüldüğü üzere Huzme ekibi hem Nur Hareketi'nin bilfiil içinde olduğunu gösteren hem de kimsenin henüz keşfetmediği bir ismi tercih ederek alanda "özel" bir konum işgal etme çabasında olmuştur. Bu art alanla yola çıkan Huzme; *"kocaman bir gençlik hareketi"* ve *"Ahir zamanda sığınak, bir kale... Ateist deist, tesettürlü tesettürsüz, okuyan çalışan ayırmaksızın herkesin durağı, sorularına cevap veren ilim yuvası."* ifadesinde görüldüğü üzere benliğini pek de mütevazı olmayan vasıflarla nitelemektedir. Huzme özellikle son ifadesiyle farklı kesimlere açık olduğunu, ne kadar zıt olursa olsun herkesi kucakladığını, herkese hoşgörüyle yaklaştığını, dahası tüm bu aykırı argümanların hiçbirinden korkmadığını zımnen ifade etmekte ve erişilebilir olduğunun altını çizmektedir. Bu çerçevede *"1 kere de olsa mutlaka gelmenizi tavsiye ederiz. Yolu ve şartları bahane etmeyin sakın :)"* ve *"Ayrıntılı bilgi almak isteyenler bize iletişim numaramızdan ulaşabilir."* ifadelerinde görüldüğü üzere kitlelere ulaşma noktasında çok istekli ve davetkar olduğunu göstermektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Huzme; bu içerikte varoluşunu sürekli bir biçimde bağımsız ve özerk olarak tanımlamasına rağmen, aslında aynı düşünce yapısını benimseyen erkek ekibinin bir uzantısı olduğunu satır aralarında ifşa etmektedir. Nitekim *"Erkeklerin gençlik hizmetinden yeni yeni haberdar olan bizler, neden kızların da böyle bir yuvası yok diye dertleniyor, 'Var mı gittiğin bir yer?' diyerek birbirimize soruyorduk. Baktık ki cevap yok, o halde biz kendi aramızda toplanalım dedik."* ifadesinde belirtildiği üzere Huzme; kendisini bir yandan "erkeklerin ardılı", öte yandan -kadın cephesinde bu işi ilk yapan olması hasebiyle- "öncü" olarak görmektedir. Bu durum, Huzme'nin özneleşme tecrübesinin üzerine karanlık bir gölge düşürmektedir. Çünkü içeriklerini karşı cinsten davadaşlarına kıyasla farklı format, stil ve yaklaşım üzerine inşa etse de Huzme'nin varlığı müstakil değildir; aksine onun varlığı hem paralel erkek ekibine hem de ısrarla reddettiği "başka cemaatlere bağlı olma" düşüncesine endekslidir.

Huzme “*utana sıkıla*” kendilerine sorulan “*Herhangi bir cemaate, derneğe bağlı mısınız?*” sorusuna “*İçimiz rahat ve net bir şekilde cevaplıyoruz. Huzme; hiçbir cemaat, topluluk, dernek vb. bir yere bağlı değil. Bize benzeyen veya aynı yolda koşturan hiçbir kuruluşla da bir bağımız yok. Aksini söyleyen tövbe etmeli çünkü yalan büyük bir günah :)*” şeklinde verdiği yanıtla herhangi bir yapılanmayla organik veya inorganik düzeyde ilişkisinin olmadığını belirtmektedir. Fakat içeriğin bütününe bakıldığında Huzme’nin “örgütsel yapı”, “üyelerle koordinasyon” ve “ekonomik kaynak” olmak üzere bir cemaat/grup/oluşumda bulunan temel niteliklere sahip olduğu görülmektedir. Nitekim Huzme; bu içerikte açıkça bir başkan tarafından idare edilen Risale çizgisinde bir dernek olduğunu, yurt içinden ve dışından pek çok kişiyle aktif temaslarının bulunduğunu, ayrıca gerek Yade Store ve Lika gibi giyim markaları gerekse “gönlü zengin kardeşler”in bağışlarıyla finansal açıdan güçlü bir yapılanma olmaya adım attığını açıkça göstermektedir. Bu özellikler tek başına Huzme’nin Nur Cemaati’nin bir kolu olduğunu göstermeye yetse de Cemaatin hangi kolunu temsil ettiğine dair doğrudan bir veriye işaret etmemektedir. Fakat Huzme’in bundan yaklaşık bir yıl sonra yayınladığı başka bir içerikte planladıkları yeni projeleri gerçekleştirmek için *Fırıncılar Kolu*’nun (*Nesil Cemaati*’nin) resmi ayağını temsil eden *İstanbul İlim ve Kültür Vakfı*’nı ziyaret ettiği görülmektedir.¹⁰⁵⁵ Bu ziyaret rastgele gerçekleştirilen basit bir görüşme değildir. Nitekim bu ziyaret videosunun açıklama kısmında “*Kaliteli yaşayan, idealleri olan, gerçek mutluluğu elde etmiş bir gençlik ve bu gençliğin yetiştireceği bir nesil artık en büyük hayalimiz! İşte tüm bu uğraşlar, bizi bu hayalden uzaklaştıran tüm problemlere çözümler üretebilmek için.. Buraya gelmemizin en büyük sebebi de biz gençlere bu yolda öncü olacak büyüklerimizi ziyaret etmektir.*” yer alan ifadelerden anlaşıldığı üzere, bu ziyaret esnasında bağlı olunan otoriteden belirli izinler ve destekler alınmaya çalışılmıştır.

İİKV’de gerçekleştirilen beş saatlik toplantının ardından artık videolarında ses unsuru kullanmaya başlayan Huzme’nin dışa atılımı artmış, etkinlikleri daha canlı, güçlü ve özgüvenli hale gelmiştir. Bu toplantı öncesinde benzer içerikler yapan Nurcu kadın ve erkek kollarına asla atıf yapılmamışken, bu tarihten sonra ufak ufak Ankara ekibi Mina ve İzmir ekibi Huve’nin isimlerine ufak referansların yapıldığını, Maksat 114 ile ise neredeyse ortak içerikler üretilmeye başlandığını görmekteyiz. Yani Huzme,

¹⁰⁵⁵ Var bir hayalimiz | İstanbul’da iki gün | Sesli Vlog, 3:42-4:30 arasında toplantıya ilişkin görüntüler var. Toplantıda Bükre ve Damla kesinlikle var. Edibe’den emin değilim.

Darbe sonrası süreçte izleyiciyi ürkütmemek için cemaat olmadığını iddia etse de aslında onun Fırıncı/Nesil Cemaati'nin gençleri hedef alan kolu olduğunu söylemek mümkündür.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Bu ve diğer tüm içeriklerinin bütününde Huzme varoluşunu tüketim alışkanlıklarına ilişkin normları revize ederek bu yeni normların üzerine inşa etmektedir. Oldukça lüks tüketim alışkanlıklarına sahip görünen Huzme; bu lüks yaşantı biçimini ise İslam'ı yayma argümanı üzerinden meşrulaştırmaktadır. Ancak Huzme; bu içerikte özellikle *“Sosyal medyadan gençlere cazip gelecek paylaşımlar”* aracılığıyla izleyicisine sunduğu kalburüstü yaşam şeklini, ilginç bir biçimde *“hizmetçilik”* olarak adlandırmaktadır. *“Kimlerin duasıymış ki Rabbim bizi bu yolda hizmetçi eyledi..”* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere Huzme; süperegosunu konuşturarak bu yaşantı biçimini kendi şahsi arzularının dışında, daha yüce bir konuma çıkarsa da aslında bastırmaya çalıştığı *“id”*ine bir türlü karşı koyamamaktadır. Nitekim izleyicilerden gelen *“Huzme’de hep okuma ve araştırma mı yapıyorsunuz?”* şeklindeki soruya verdiği *“Oyunlar oynayıp helal olan dünya nimetlerinin dibini birlikte sıyrıyoruz.”* cevabında, bilinçaltındaki gizil arzuyu ve onu nasıl iştahla tatmin ettiğini istemeden de olsa açık etmektedir.

c. İzlenim Eleştirisi: Huzme'nin başarılı bir biçimde kurgulayarak yüksek düzeyde geribildirim aldığı bu içeriğin izleyicide oluşturduğu en belirgin izlenim; kendilerini tanımayan kişiler üzerinde bıraktığı *“hayranlık ve imrenme”* duygusudur. Nitekim genelde küçük izleyicilerin (13-16 yaş) sıkı takipçisi olduğu Huzme, kendisini bu videolar ve yazdıkları üzerinden *“tanıtıp sevdirmiş”* tir. Bu izleyiciler Huzme'ye karşı tıpkı ünlü kimselerin fanlarının yaptığı gibi aşırı davranışlarda bulunmaktadır. Bu içerik, bu tip izleyicilerde *“ömründe en az bir defa Huzme'ye gitmek”* ve *“görmediği ablalarına sarılmak”* gibi bir hedef oluşturmuştur. İzleyiciler, Huzme'yi temsil eden oyuncunun yüzünü ve sesini görmek istemekte ve Huzme'nin kendilerine geribildirimde bulunmasını büyük bir aşkla arzu etmektedir. Ancak geribildirim noktasında henüz yetersiz bir etkileşim içinde olan Huzme'nin -tıpkı ilk videoda olduğu gibi- yorumlara yönelik karşı-yorum ve beğenide çok fazla bulunmadığı görülmektedir. Buna rağmen Huzme'nin yaptığı sınırlı geri bildirimlerin çoğu; iletişim numarasını gönderme ve kıyafetlerini nereden temin ettiklerini merak edenlere *Yade Butik*'in internet adresini verme noktasında kümelenmiş görünmektedir. Bu durum Huzme'nin *“insan gücü”* ve

“ekonomik kaynak” elde etme düşüncesine öncelik verdiğinin göstergesi olarak okunabilir.

İçerikteki izleyici tepkilerine bakıldığında, izleyiciler arasında ergenlerin yanı sıra Risale okuyucusu-takipçisi olan bir kesimin var olduğu görülmektedir. Nitekim yorumlardaki “hizmet”, “nur”, “tevafuk” ve “iman hakikatleri” ifadelerinden anlaşıldığı üzere bu izleyiciler, Huzme’nin varoluşunu üzerine inşa ettiği aynı kaynaktan beslenmekte, aynı din dilini kullanmakta ve aynı dile aşinalık göstermektedir. Bu olumlu tutumların yanı sıra bazı izleyicilerin Huzme’nin ısrarla dillendirdiği bağımsızlık ve bir cemaate ait olmama tutumuna, “*Cemaate bağlı değiliz diyorsunuz ama Nur cemaati değil mi sizin cemaatiniz?*” şeklinde şüpheyne düştüğü görülmektedir. Ayrıca bir izleyicinin performansı sergileyen oyuncuların ekrana yansıyan fiziksel görüntülerine yönelik “*Aranızda hiç kilolu yok mu ya, hep zayıflar mı Huzme’ye alındı?*” şeklinde mükemmellik imgesine yaptığı ironik gönderme ve bir başkasının ise Huzme’nin içerikte kullandığı “*Ne başımızda bizi yöneten birileri var, ne arkamızda Amerika var, ne de bizi kukla gibi oynatan birileri..*” şeklindeki ifadesine yönelik “*Kukla gibi oynatmaktan bahsettiğiniz insanların çoğu da masum ve sizin gibi Allah yolunda koşturmak isteyen insanlar belki. Çok yazık.*” biçimindeki siteminde görüldüğü üzere bu içeriğin ilk içeriğe kıyasla izleyici üzerinde daha fazla sayıda olumsuz izlenim oluşturduğu ifade edilebilir.

Son olarak kadınlar tarafından kadınları hedef alarak içerik üreten Huzme; bir erkek kullanıcının “*Huzur aradığımda gelip videolarınızı izliyorum.*” şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere -amaçlamamasına rağmen- birtakım erkeklerin huzur kaynağı olmuş durumdadır. Yüz ve ses unsurunu kullanmaktan kaçınmasının bir sebebi bu gibi olumsuzluklardan kaçınmak olsa da Huzme; YouTube platformunda engelleyemediği bu nadir olumsuzluğu daha büyük hedeflere ulaşmak için bilinçli bir şekilde yok saymaktadır. Bu yok sayma eylemi; Huzme’nin YouTube’un mantığına uyum sağlama noktasında ödün vermek zorunda kaldığını ve aksi takdirde yok olmaya mahkum olacağını farkında olduğunu imlemektedir.

3.2.1.3. Görsel Metin 3: Uzaklar Yakın Olunca / Huzme The Vision S2B1

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 9 Mart 2023 yılında yayınlanan bu içerik; 12 dakika 57 saniye uzunluğundadır ve yaklaşık 15 bin görüntüleme, 900 beğeni ve 94 yoruma sahiptir. Özneleşme teması altında sınıflandırılan içerikler arasındaki bu güncel videoda, ona münhasır kısa bir açıklama yazısı bulunmaktadır.

b. *Sahne*: Bu içerikteki performanslar Avrupa'nın farklı şehirlerinden sokaklar, Berlin ve Köln katedralleri, seminer yapılan mekanlar, gece kulübü, deprem bölgelerinin bir kısmı, havaalanı ve araç içi olmak üzere çok sayıda sahnede oldukça hızlı bir biçimde icra edilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Bu performansta başrolü üstlenen oyuncular; video boyunca dış ses biçiminde konuşarak içerikteki tüm performansı yöneten Huzme'nin başkanı Bükre Aktaş ve neredeyse başkanla eşit oranda konuşan, hatta ondan çok daha fazla görünen eşi Serkan Aktaş'tır. Bu içerikteki yardımcı oyuncular, sonradan Müslüman olarak deneyimlerini paylaşan Paula ve Chiara adlı kişiler; figüranlar ise video boyunca görünür olan seminer katılımcıları, görevliler, eleştirilmek üzere sahnelenen “yolunu kaybetmiş”ler ve bunlar arasında nihai “yolunu bulmuş” olanları temsil eden oyunculardır.

d. *Takım*: Bu içerik oldukça profesyonel bir takım çalışmasının ürünüdür. Her ne kadar Huzme'nin en güncel vizyon videosu olsa da burada Huzme'nin kendi içindeki bir takım çalışmasından daha çok Huzme ve Maksat 114 arasındaki örgütlü, açık ve profesyonel bir takım çalışması görüntüsü çizilmektedir.

e. *Üslup ve Dil*: Diğer özneleşme içeriklerinde var olan gündelik ve sıradan dilin bu içerikte açıklayıcı, bilgilendirici ve net bir anlatım biçimine dönüştüğü; bu çerçevede içeriğin tümünde ispat, temellendirme ve delillendirme havasının hakim olduğu görülmektedir.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Bu içerikte, Huzme'nin diğer özneleşme videolarında kendini gerçekleştirmenin nihai noktası olarak gördüğü yurt dışına açılma hedefinin tutturulduğu görülmektedir. Bu durumun en belirgin göstergelerinden biri, video başlığının iki dilde olması ve video içeriğinde farklı dillere ait kavramların sıklıkla kullanılmasıdır. Bu içerikte farklı oyuncular tarafından Türkçe, İngilizce ve Almanca

konusulmakta; yine Risale-i Nur'dan alıntılanan pasaj başta olmak üzere, “*hakaik-i imaniye*”, “*bilmecburiye*”, “*inayat*”, “*teshilat*”, “*iktidar*” ve “*tûl-i emel*” gibi eski Türkçe ve Arapça ifadelerin içerik boyunca sık sık kullanıldığı görülmektedir. Yine performansın başrollerinden biri olan Serkan Aktaş'ın Üniversite yıllarında Hollanda'nın ata sporu olan “Korfbal” takımında olmasına atıfta bulunması ve diğer çok dilli unsurların bu içerikte bir arada kullanılması; Huzme'nin ulusötesi arenada var olduğunu, buraya uyum sağlamaya istekli olduğunu ama bunu yaparken dini değerlerini muhafaza ettiğini imlemektedir.

İkinci bir husus ise Huzme'nin bu içerikte görüntüsüyle olmasa da sesiyle çok güçlü bir şekilde var olduğunu ilan etme çabasıdır. İfadeşel açıdan önceki videolara kıyasla daha özgüvenli ve canlı bir dil formu sahneleyen Huzme, izleyiciyle daha yakın bir temas elde etmiştir. Buna rağmen dijitalin doğası gereği malul olduğu bir ekran engeli, oyuncuyla izleyici arasına mesafe koymaya devam etmektedir. İşte Huzme; bu mesafeyi başkanın “*Siz uçurumdan atlamak üzere olan birini gördüğünüzde ne yaparsınız? Onu kurtarmak için o an ne gerekirse onu değil mi? İşte aynen öyle.*” ve “*Bir yoldaş arıyorduk, sizleri bulduk. Birbirimize iyi gelelim olur mu?*” şeklindeki sempatik soru-cevaplarıyla gidermeye çalışmaktadır.

b. Performans: Bu videoda hareketli ve çarpıcı bir müzik eşliğinde ekrana gelen metropol görüntüleri ve bunların ardından ekrana yansıtılan “THE HUZME: SINIRLARIN ÖTESİNDE –YENİ SEZON” yazısıyla filmin introsuna benzer bir giriş sunulmaktadır. Video boyunca dış ses olarak konuşan Bükre'nin konuşmasına paralel çok sayıda performans hızlı bir biçimde ekranda sahnelenmektedir. Bu görüntülerde çok sayıda tekrar olmasına rağmen, görüntülerin sık değiştirilmesi veya aynı karenin farklı açılardan yansıtılması performansını rutinlikten uzaklaştırmıştır. Bu içerikte bağımsız az sayıda sahne çekilmiş olmasına rağmen, hareketli ve hızlı gösterim sayesinde çok sayıda bağımsız performans varmış gibi bir görüntü elde edilmiştir. Ayrıca bu içerikte performansların çekici olması için öncekilere kıyasla kullanılan müzik sayısı ve çeşidi artırılmıştır. Nitekim video girişinde dijital içerik üreticilerinin projelerinde kullanabilecekleri epik müzikler üreten Amadea Müzik Şirketi'nin “The Path of Ancestors” adlı eseri, ardından Serkan'ın ölümüne dair yaptığı uzunca konuşmayı kapsayan kısma dek Rapçi King Von'un “Get It Done” adlı eseri peş peşe kullanılmış ve müzik geçişleri profesyonelce yönetilmiştir. Benzer şekilde Bükre, yolunu şaşırmış

insanları “İnsanlar sonsuz hayatını yüksek bir uçurumun kenarına bırakmış ve her an düşecek vaziyette bir sarhoşluk içinde...” şeklinde nitelerken; ekranda saçlı başlı perişan biri, köprü benzeri bir yerin yanında düşüncelere dalmış vaziyette ve Brian Tyler’ın “Yellowstone Theme” adlı hüzünlü parçası eşliğinde sahnelenmektedir. Tüm bunlar ışığında, Huzme’nin birtakım medyatik ipuçlarından haberdar olduğu ve bu noktada kendisini güncellediği anlaşılmaktadır. Nitekim bu medyatik ipuçlarını takip eden Huzme; tüm içerik boyunca konuşma, görsel ve müzik akışının eşgüdümünü büyük bir istikrarla sağlayarak nihayetinde profesyonel ve çekici bir ürün ortaya çıkarmayı başarmıştır.

c. *Retorik*: Bu içeriği 6 Şubat Depremi’nden yaklaşık bir ay sonra yayınlayan Huzme; böylesi hassas bir zamanda seyahat gibi başka meşguliyetler edinmiş olması sebebiyle gelebilecek tepkileri önlemek için “düzeltme mekanizması”na¹⁰⁵⁶ başvurmuştur. Nitekim “*Deprem bölgelerinde aktif bir şekilde sahadaydık, sahadayız. Maddi-manevi yardımlarımızı hiç kesmedik ve kesmeyeceğiz ama inanca olan ihtiyacın her yerde olduğunu biliyoruz. Ve tam da bu dönemde Allah’ı anlatmak için yollara düştük ve biz bunu yapmaya mecburduk ve mecburuz.*” ifadesinde bu “yüz kurtarma” çalışması açıkça görülmektedir. Nitekim burada Huzme, zımnen “İnsanlar enkazdayken biz geziyoruz, affedin bizi.” der gibi konuşmaktadır. Bu durum, “*Son yıllarda Avrupa’ya daha sık geliyoruz ama bu yaptığımız şey bir iş gezisi veya bir seyahat değil. Hepimizin bulunduğu konum ve şartlarda bir şekilde bu asıl amacını hatırlaması veya hatırlatması gerekiyor.*” şeklindeki ifadelerle teyit edilmektedir.

Seyahatini meşrulaştırmak üzere ortada büyük bir problem olduğuna dikkat çeken Huzme; bu içerikte Serkan Aktaş’ın diliyle problemi ve onu çözme yolunu şöyle izah eder: “*Sonsuz hayatı tehlikeye atan böyle bir uçurumla karşı karşıyayız. İşte biz bu yüzden buradayız ve bunları yapıyoruz. İmandan uzak hayatları veya iman hakikatlerini yeniden tanımak, öğrenmek isteyen o hayatları uçurumun kenarından kurtarmak için ne gerekirse onu yapmak zorundayız.*” Huzme; bu son özneleşme videosunda problemin varlığı ve mahiyetini büyük bir açıklıkla sunduktan sonra kendisini “*dertleri boylarından büyük bir avuç genç*” olarak tanımlayarak, varlığını bu problemi yok etme üzerine inşa ettiğini göstermeye çalışmış ve “*Çünkü birileri daha o uçurumdan kayıp gitmeden tutmamız gerekiyor. Yavaşlamak için bir dakikamız bile yok.*” ifadesinde

¹⁰⁵⁶ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 29.

görüldüğü gibi, yürüdüğü bu yolda yürümekten başka çaresi olmadığı noktasında izleyiciyi ikna etmeye çalışmıştır. Son olarak Huzme'nin Serkan Aktaş'ın *"Elhamdülillah çok güzel dostlar biriktirdik, çok güzel insanlarla tanıştık, çok güzel hayatlara dokunmuşuz. Cenabı Hak bizleri vesile yapmış. Onun mutluluğu ayrı ve buradaki yorgunluk, bazen yaşadığımız o sıkıntılar, bunlar da ayrı bir lezzet veriyor."* ifadeleri üzerinden tüm bu çabaların işe yaradığını ve sonuçsuz kalmadığını göstererek tattığı zafer duygusunu, izleyiciye de yaşatmaya çalıştığı görülmektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Bu videoda kullanılan ifadelerden daha çok, ifadeler ile görseller arasında çok sayıda ikili ve çelişkili anlamlar bulunmaktadır. Örneğin Bükre'nin *"Son yıllarda Avrupa'ya daha sık geliyoruz ama bu yaptığımız şey bir iş gezisi veya bir seyahat değil"* ifadesini kullandığı esnada, yine Bükre'nin kamerayla seyyah gibi çekim yaptığı görseller ekrana gelmektedir. Nitekim bu içerikte özellikle gösterilmekten kaçınsa da Huzme'nin yayınladığı başka pek çok vlog'da bu seyahatlerde gezilen, görülen ve yemek yenilen mekanların eğlenceli görüntüleri ve bu seyahat sırasında yapılan alış veriş ürünlerinin tanıtımının yer aldığı çok sayıda görüntü yer almaktadır.¹⁰⁵⁷ Bu durumda Huzme'nin aslında bir seyahate çıkıldığında rutin olarak yapılan ne varsa onların birçoğunu deneyimlediği, ancak bu içerikte ise söz konusu deneyimleri ustaca saklayarak sadece "ulvi emeller" kısmını sahnelediği rahatlıkla ifade edilebilir. Özetle dünyevi unsurlar, burada "hakaik-i imaniyye'yi anlatmak" şeklinde oldukça şık bir kamuflejin, bir tür "katılım perdesi"nin¹⁰⁵⁸ ardına saklanmıştır.

İkinci bir husus, Huzme'nin Avrupa'ya yapılan bu geziyi, *"Her sene içinde bulunduğumuz konfor alanımızı terk edip, sevdiklerimizi arkada bırakıp, çantamıza birer kitap koyarak çok uzaklara doğru yola çıkıyoruz. Yorgunluğu, stresi, özlemi göz ardı edip her seferinde yeni bir cesaretle yeni bir ümitle biniyoruz uçağa."* ifadesinde görüldüğü üzere çok büyük bir fedakarlık olarak lanse etmesidir. Oysa bu ve benzeri fedakarlık retoriği yapılırken gösterilen görsellerin hiçbirinde acı ve sıkıntı çekildiğine dair herhangi bir emare yoktur. İfadelerin aksine el ele tutuşarak Avrupa sokaklarında gezen romantik Bükre-Serkan Aktaş görselleri ve ekrana yansıyan pek çok turistik mekanın gösterişli çekimleri, oldukça keyifli bir yolculuk yapıldığını yansıtmaktadır.

¹⁰⁵⁷ Örneğin "Yurt Dışı Alışverişim / Kendimi Nasıl Geliştiriyorum - Sessiz Vlog" başlıklı vlog'a bakılabilir.

¹⁰⁵⁸ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 195.

Üçüncü bir husus ise Huzme'nin *"Çağın gençleri hangi sıkıntıları yaşıyorsa aynılardan muzdaribiz. Ve biz hoca veya nasihatçi değiliz. Kendini ıslah etmeye çalışan ahir zaman gençleriyiz, postacıyız ve evet belki topalız ama haberler doğru. Hakikatlerle sağa sola sapmadan yürümeye çalışıyoruz."* şeklinde dile getirdiği alçakgönüllülüktür. Huzme burada özel bir varoluşa sahip olmadığını, izleyiciyle aynı yolun yolcusu olan basit kimseler olduğunu ifade etmektedir. Ancak ilginç bir biçimde, özellikle *"biz hoca veya nasihatçi değiliz"* gibi güçlü iddiaların kullanıldığı yerlerde Serkan Aktaş'ın elinde mikrofonla konuşma yaptığı görseller ekrana yansıtılmakta, burada söz ve görüntü arasında bir tenakuz oluşmaktadır. Üstelik bu durum tek seferlik de değildir. Bu tür görsellerle örülen bu videonun özellikle sonunda *"Bir yoldaş arıyorduk, sizleri bulduk. Birbirimize iyi gelelim olur mu?"* şeklindeki ifadenin kullanıldığı esnada, fonda Murat Göğebakan'ın *"Ayyüzlüm"* parçası eşliğinde Serkan'ın farklı mekanlardaki gülerken çekilen görüntüleri ağır çekimde bol bol ekrana yansıtılmıştır. Ancak melodinin yeterince güçlü etkisi olmadığı düşünülmüş olacak ki Huzme burada şarkıyı *"Neredesin ayyüzlüm?"* nakaratı kısmından sesli olarak paylaşmakta ve bu esnada Serkan Aktaş ise adeta *"buradayım"* dercesine ekrana ağır çekimde bakarak videoyu sonlandırmaktadır. Özetle bu içerikte, ifadelerin tevazusuna karşı manipülatif görsellerle bezeli bir anlam örgüsü inşa edilmiştir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlamlar: Videonun imlediği ilk husus Huzme'nin iddia ettiğinin aksine bağımsız bir yapılanma olmadığıdır. Nitekim videonun 1:21- 1:27 süre aralığında ekranda Serkan Aktaş'ın sahnede konuşma yapar vaziyetteki görüntüsü bulunmaktadır. Bu görselde Aktaş'ın arkasında bulunan kürsünün ön yüzünde Almanya merkezli *Wefa İnsani Yardım Organizasyonu*'nun logosu ve kürsünün biraz daha arkasında yine Huzme'nin ve Wefa'nın büyükçe afişi birlikte yer almaktadır. Bu durum; Huzme'nin bağımsız ve müstakil bir biçimde var olmadığını, gerek lojistik gerekse ekonomik olarak çeşitli yapılar tarafından desteklendiğini göstermektedir.

Videonun imlediği ikinci husus, birilerinin imanına vesile olmak için büyük acılar çekmeye gerek olmadığıdır. Huzme oyuncusu iman hakikatlerini bulmak ve ahiret hayatlarını kurtarmak amacıyla orada bulunduklarını beyan etmektedir. Bu yapılanmanın genel ve meşru amacı olabilir. Fakat bu amacın dile getirildiği ifadelerin satır aralarına bakıldığında, gençlerin yapmak istedikleri pek çok dünyevi güzelliğe olanak sağlayan paralel bir yaşam alanı sunması burada bulunmalarının asıl

gerekesidir. Zira aynı iman hakikatlerini bu dünyevi güzellikleri vadetmeden sunan yapıların tercih edilmemesi bu gizil niyeti ifşa eten bir belirteç olmaktadır.¹⁰⁵⁹ Nitekim *“Avrupa seminerlerinde hayatı değişen onlarca kişiyle tanıştık. Bir videoyla namaza başlayanlar ve bir post ile tesettüre girenler, iman edenler hayata farklı bir gözle bakmaya başlayanlar, bunları gördükçe dedik ki doğru yoldayız.”* ifadelerinin hemen ardından oldukça nezih bir biçimde Müslüman olan İngiliz Paula ve İtalyan Chiara’nın kendi ifadeleriyle belgelemektedir. Yine burada ilginç olan bir husus da dine dönüş hikayesini anlatan Chiara’nın konuşması esnasında, ekranda sırtı dönük vaziyette görüntülenen iki Huzme kızının İsveç markası olan Kånken’in binlerce liralık satış fiyatına sahip olan çantalarıyla arz-ı endam etmesidir. Hem bu durum hem de *“Onlarca ülkeye gittik... Bu 10 günlük Avrupa turunda 6 şehir 2 ülke gezdik ve üniversitelerde birçok seminer yaptık. Bu seminerlere binlerce kişi katıldı.”* ifadesi ve bu ifadeyi belgelemek üzere ekranda kalabalık katılımcılar kitlesinin gösterilmesi; Huzme’nin sayıları, çoğunluğu ve fiyatı önemsediklerini, ayrıca başarıyı ve netice almayı bununla ölçtüğünü hal diliyle ifade etmektedir.

Videonun imlediği bir diğer husus ise Huzme’nin bireysel ve kurumsal kimliği arasında bir karmaşa yaşadığı ama grup kimliğinin baskın çıkmasıdır. İçerikte konuşan Başkan Bükre; çoğu zaman dış ses olarak, bir defa ise performansın içindeki bir oyuncu olarak konuşmuştur. Bükre’nin *“Şöyle bir etrafıma bakıyorum, inanmayan ve gerçekten bir inanca sahip olmak isteyen birçok insan görüyorum.”* ifadesinde görüldüğü üzere burada bazen “ben diliyle” kendi adına; çoğu zaman ise *“Bu noktada çabalıyoruz, tabi ki hepsine ulaşmak belki mümkün değil ama ulaşabildiklerimize O’nun adını, O’nun ismini, Lafzullah’ı ulaştırmaya çalışıyoruz.”* ifadesinde görüldüğü üzere “biz diliyle” Huzme adına konuştuğu görülmektedir. Bu durum Huzme’de bireysel kimliğin grup kimliği tarafından abluka altına alındığını işaret etmesi bakımından ilgi çekicidir.

Bu video; bir yandan Huzme’nin kim olduğu ve misyonunun ne olduğuna dair yayınladığı manifesto niteliğinde bir içerik olarak dizayn edilmiş olsa da aslında burada “biz” diye başlayan ifadeler salt Huzme’yi kastetmemektedir. Huzme; bu içerikteki konuşmalardan ziyade sunulan görsellerin imlediği üzere, kendisini çok daha büyük bir oluşumun parçası olarak görmektedir. Nitekim Serkan’ın ve Maksat’lı gençlerin Huzme

¹⁰⁵⁹ Benzer bir hususa dikkat çeken Goffman; rahiplerin genelde içsel bir arzunun tetiklemesi sebebiyle Kilise’ye katıldıklarını beyan etmelerine rağmen aslında gerçek niyetlerinin aslında daha iyi yerlere gelmek olduğunu, ancak bunu gizlediklerini belirtir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 55.

ekibinden orantısız bir biçimde daha fazla görünmesi bunu desteklemektedir. Benzer özneleşme tecrübesi, videoda deneyimlerini kısaca anlatan Paula'nın eşiyile tanıştıktan sonra İslamı bulmasında da yaşanmıştır. Huzme; bir önceki videoda minik bir biçimde işaret ettiği “erkeğin ardılı” olma durumunu, bu videoda adeta bağırarak ilan etmektedir.

Esasında Huzme'yi ön plana çıkarması beklenen bu içerikteki performansların birçoğu doğrudan, bir kısmı da hayli stratejik yollarla Serkan Aktaş'ı ön plana çıkarmaya yönelik kurgulanmıştır. Örneğin Bükre'nin *“Hepimiz o boğucu hayat girdabında nefes aldırarak hakikatleri duymaya ihtiyaç duyuyoruz. İşte bazen gittiğimiz yanlış yollardan geri dönüp asıl ihtiyacımız olana doğru yürümemiz gerek”* dediği esnada Serkan Aktaş'ın Avrupa sokaklarında yürüdüğü; *“Sen buradan öyle bir hakikat söylersin ki bazen uzaklardaki bir insan onu duyup başka bir hayata başlangıç yapabilir.”* dediği esnada Aktaş'ın Maksat ekibinden arkadaşlarıyla konuştuğu; *“İşte bunu hatırlamak veya hatırlatmak için bazen kilometrelerce yolların aşılması gerekiyor.”* dediği esnada ise bolca Serkan görselleri ekrana yansımaktadır. Beklentinin aksine Huzme ekibinin ekranda çok az görünmesi; Huzme'nin bahsettiği büyük hedefleri tek başına gerçekleştirebilecek bağımsızlığa sahip olmadığını ve burada “yarım katılımcı birim”¹⁰⁶⁰ olarak sahne aldığını göstermektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi:* Diğer özneleşme videolarına kıyasla daha açıklayıcı ve delillendirici olmasına rağmen bu içerik; izleyici üzerinde çok daha güçlü duygular uyandırmış görünmektedir. Nitekim izleyicilerin ezici çoğunluğu bu yorumlarda Huzme'yi “Allah'ın lütfu”, “gençlere yol gösteren ışık” ve “huzur” olarak tanımlamış ve bu içeriğin kendilerini duygulandırdığını, hatta ağlattığını ifade etmiştir. Buna mukabil tüm geri bildirimler arasında biri *“seslendirme çok kötü, sesi tok olan biri olursa daha iyi olur”* şeklinde teknik bir hususu diğeri ise *“Sesiniz sonuçta haram.”* şeklinde Huzme'nin dijital uzamda var olma şeklini ön plana çıkaran sadece iki olumsuz yorum bulunmaktadır. Huzme'nin diğer özneleşme içeriğine kıyasla bu videodaki neredeyse tüm yorumlara beğenerek, bir kısmına ise yazarak geri bildirimde bulunduğu görülmektedir. Bu içerikte izleyiciyle etkileşimini profesyonel bir çizgiye taşıyan Huzme eleştirilere yönelik yaptığı geri bildirimlerinde ilkinin dikkate alacağını;

¹⁰⁶⁰ Kadınların tek başlarına bulunmasının makbul sayılmadığı zamanlar ve mekanlar vardır. Bu zaman ve mekanlarda kadınların “yarım katılımcı birim” olduğu görülür ve yanında mutlaka refakatçi birinin, mümkünse karşı cinsten bir haminin bulunması arzu edilir. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 43.

ikincisinde ise izleyici argümanına ilişkin açıklama yaptığı bir instagram postunun linkini paylaşarak eleştirinin yönünü kabul etmediğini bildirmektedir.

Nihai anlamda Huzme'nin varoluşuna ilişkin çok sayıda eleştirel malzemenin bulunduğu bu videonun izleyici üzerinde bu denli olumlu izlenim bırakması, Huzme'nin eleştirilecek hususları şık bir biçimde kamufle ederek oldukça başarılı bir performans sahnelediğini göstermektedir.

3.2.2. Din ve Gündelik Pratikleri Sentezleyen Bir Mecra Olarak YouTube

“Gündelik hayat” teması kapsamındaki videolar; Huzme'nin dini düşüncelerini gündelik rutinler eşliğinde ve onlara içkin bir biçimde ortaya koyduğu “sessiz-sesli vlog”, “gezi”, “tarif” ve “kişisel bakım” kodları altında listelenen videolardan oluşmaktadır. Bu çerçevede yapılan tasnife göre Huzme kanalında “gündelik hayat” teması kapsamında değerlendirilebilecek 58 uzun ve 27 kısa olmak üzere toplam 85 video bulunmaktadır.

3.2.2.1. Görsel Metin 1: Huzme'de Sakin Bir Sabah / Sessiz Vlog

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar:* 29 Nis 2019 tarihinde yayınlanan bu içerik; 174 bin görüntüleme, 7 bin beğeni ve 385 yorum almıştır. 6 dakika 31 saniye uzunluğundaki bu içerik, aynı zamanda kanalın YouTube platformundaki ilk ürünüdür.

b. *Sahne:* Oldukça basit bir biçimde dizayn edilen bu içerikte, Huzme binasında bulunan yatakhane, mutfak ve çalışma odası olmak üzere sadece üç mekan sahne olarak kullanılmıştır. Sahnelerin az olması nedeniyle, her bir sahnedeki performansın ekranda kalma süresi nispeten uzun görünmektedir.

c. *Karakter-Oyuncu:* Tüm içerik boyunca şahsi kimliğini açık edecek herhangi bir emare bulunmayan tek bir oyuncu performansta bulunmuştur.

d. *Takım:* Kanalın ilk içeriği olması sebebiyle videonun arka planda büyük bir takım işbirliği içinde hazırlanmış olduğu ifade edilebilir. Ancak videoya doğrudan yansıyan bir takım görünmemektedir.

e. *Üslup ve Dil:* İçeriğin perforce edilme biçimi ve görsel unsurların öne çıkarıldığı bu içerikte çok az yazılı ifade yer almaktadır. Bu ifadelerde ise gündelik dil; en basit ve sıradan haliyle kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Bu içerikte “*Huzmede bir sabah... Bugün Pazar... Huzme sakin, kalabalık olmadığı için hızlı bir kahvaltı. Biraz çilek ve biraz süt...*”, “*biraz buz, süt ve filtre kahve*”, “*Sikke-i Tasdik-i Gaybi*” ve “*Tesbihat*” şeklinde eksilteli cümleler veya oyuncunun duygusunu yansıtacak sözcükler tek başına kullanılmıştır. Bununla beraber burada kullanılan az sayıdaki diğer cümlelerin de çoğunlukla devrik ve yazım hatalarıyla dolu olduğu görülmektedir. Son olarak oyuncu; burada “*Sanırım sessizliği seviyorum.*” ve “*Klasik enstitü araştırmaları. Günün büyük bir kısmını araştırmaya ayırıyorum. Çünkü gençliğimi ve vaktimi en verimli şekilde kullanmam gerekiyor.*” ifadelerinde görüldüğü üzere tek başına bir özne olarak eylemde bulunmakta ve Huzme’nin bir ekip olduğunu imleyecek ifadelerden özellikle kaçınmaktadır.

b. *Performans*: Sözlü veya yazılı iletişimden ziyade görsel iletişimi ön plana çıkaran bu içerik, pek çok açıdan acemiliklerle dolu olsa da basit bir kızın günlük rutinini iddiasız bir biçimde konu almaktadır. Bu yönüyle içerikte en çok “doğal olma/görünme” yönünde bir performans sergilendiği görülmektedir. Örneğin dağınık haldeki kitaplar ve kırtasiye ürünlerinin bulunduğu çalışma masası; kahve fincanı, tatlı tabağı ve simetrik olmayan bir biçimde katlanan örtünün üzerindeki cam demliğin yer aldığı atıştırma masasındaki tüm unsurların asimetric bir biçimde düzenlendiği görülmektedir. Aynı doğallık hassasiyeti içinde yatak toplama, kahve doldurma ve kitap okuma fasılları gibi dramatik eylemler de büyük bir performatiflik içinde sergilenmektedir. Ayrıca tüm içeriğin fonunda *Amarià*’nın dinlendirici ve sakin bir parçası olan “*Sérénade*” kesintisiz bir biçimde kullanılsa da bazı sahnelerde örneğin bardağa ağır ağır dökülen kahvenin sesi, bardak tıkırtısı ve kitap hışırtısı rahatlıkla işitilmekte ve vurgulanmak istenilen dramatik eylemler, bu yolla belirginleştirilmektedir.

c. *Retorik*: Bu içeriğin tamamında oyuncunun profilden veya arkadan dahi olsa kadrajda belirgin bir görüntüsü bulunmamakta, sadece yakın çekimde ağır hareket eden elleri ve gövdesinin az bir kısmı görüntülenmektedir. Bu yönüyle içeriğin kişi yerine bir yaşam stilini ön plana çıkardığı ifade edilebilir. Ayrıca içerik; kullanılan müzik ve kahve-gri tonlarının yoğun kullanıldığı dekorasyondan anlaşıldığı üzere, oyuncunun retro bir yaşam stiline sahip olduğunu yansıtmaktadır. Bu arkaplan eşliğinde gayet ağır hareket eden oyuncu; “*Sessizliği fırsat bilip okuma yapmalıyım.*” deyip kahverengi

chester bir koltukta yarı uzanarak, bir fincan çay eşliğinde “*Sikke-i Tasdik-i Gaybi*” kitabını okumaktadır. Oldukça uzun süren bu sahnede, oyuncu “*Yeşil çay çok dinlendiriyor ama hakikatler daha çok*” dinlendiriyor imajı vermektedir. Bu esnada oyuncunun sadece kitap üzerinde parmaklarını tıklatmaktan ibaret bir hareketlilik içinde uzunca bir süre boyunca aynı sahne ekrana yansımaktadır. Özellikle okuma esnasında dile getirilen “*Yavaş ve sindirerek okumak önemli*” ifadesinde görüldüğü üzere burada icra edilen yavaş performans, okunan kitabın niteliğiyle özdeşleştirilmektedir. Böylesi bir yavaşlık ve dinginlik üzerine inşa edilen içerikte, hararetle not alınarak nispeten canlı bir görüntü elde edilen araştırma sahnesinde bile kullanılan defterin kapağında “sükut” yazmaktadır. Yani Huzme’nin dekorunu tamamlayan tüm unsurların bu anlamda dinginlik temasını yansıtmak üzere bilinçli bir şekilde seçildiğini söylemek mümkündür.

3. Eleştirel Analiz

a. Çelişkili İkili Anlamlar: Huzme, YouTube’da popüler olan günlük hayat rutinlerini paylaşma açma modasını kullanmaktadır. Dinlendirici sessiz vlog tarzıyla alanda yer edinen Huzme’nin asıl amaçladığı şey ise gündelik rutinelere dini bir hava katabilmektir. Bu çerçevede Huzme; gündelik ve dini eylemleri harmanlama yoluna gitmektedir. Ancak ilginç bir biçimde dini eylemlerin büyük oranda “Risale okuma” üzerinden vurgulandığı görülmektedir. Nitekim neredeyse iki buçuk dakika süreyle ekranda yer alan tek bir Risale okuma faslına karşı, “namaz” ve “tesbihat”ın sadece kırk saniye boyunca ekranda kaldığı görülmektedir. Buna diğer sahnelerde yer alan okuma fasılları eklendiğinde Huzme’nin izleyicilere sunduğu dini yaşayışın orantısız bir biçimde Risale odaklı olduğu, ancak bunun bile çok dikkat çekmeden sunulmaya çalışıldığı görülmektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Burada işlenen rutinelere sırasıyla bakılacak olursa öncelikle oyuncunun video başında sütle ıslatılmış büyükçe bir kase Kellogg’s marka mısır gevreğinden ibaret olan sade bir kahvaltı yaptığı ve video sonunda ise “soğuk filtre kahve” eşliğinde “donut” yediği görülmektedir. Klasik Türk kahvaltısı ve atıştırmalıkları yerine bu şekilde bir görüntü verilmesi; Huzme’deki Pazar kahvaltılarının ve öğlen atıştırmalıklarının hayli Batılı bir formatta yapıldığı izlenimini vermektedir. Yani Huzme’nin bu video ile YouTube’da böyle bir başlangıç yapması;

izleyicide kaba dinselciliklere sahip olmadığı ve Batı normlarına açık olduğu yönünde bir imaj oluşturma çabası olarak değerlendirilebilir.

İkinci bir husus ise tüm videoda yapılan okumaların “Kırmızı Kitap” üzerinden yürümesidir. Ancak bu kitapların Risale külliyyatına ait olduğuna dair doğrudan hiçbir ifade kullanılmaz. Örneğin oyuncunun “*sessizliği fırsat bilip okuma yapmalıyım*” ifadesinden sonra “*Sikke-i Tasdik-i Gaybi*” kitabını okuduğu; öğlen namazından sonra bir masada az bir kısmı görünen “Sözler” kitabı üzerine “*araştırma yaptığı*” ve nihayet flulaştırılmış son sahnede Kırmızı Kitap okuduğu görülmektedir. Tüm bu görüntülerden anlaşıldığı üzere Huzme; Risale’ye bolca yer vermesine rağmen bunu sübliminal bir şekilde içeriğe yedirerek yapmayı tercih ederek YouTube’a dikkatli bir giriş yapmış görünmektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Çok sayıda geri bildirimde sahip olan bu içeriğin güçlü bir etkileşim ürettiğini söylemek mümkündür. Bu durum, Huzme’nin izleyiciyi beğenmeye ve yorum yapmaya teşvik etmek için sabitlediği yorumdan kaynaklanmış olabilir. Ayrıca Huzme; -ilk olmasına rağmen- bu videodaki neredeyse tüm yorumlara beğenerek geri bildirimde bulunmuştur. Ancak Huzme’nin yaptığı bu geri bildirimlerin tarihlerine bakıldığında, geribildirimlerin büyük çoğunluğunun videonun yayınlandığı dönemden yaklaşık üç yıl sonra yapıldığı görülmektedir.

İzleyicilerden gelen çok sayıda olumlu dönütlerin bir kısmının video tarzına, bir kısmının da içeriğine yönelik olduğu görülmektedir. Örneğin “*Bu tarz videoların Türk versiyonunu hiç görmemiştim, çok güzel :)*” ve “*Sessiz konsept videolara bayılıyorum ve ilk defa bir Türk kanala denk geldim :)*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin sessiz vlog türünün dinle harmanlanmış versiyonunu Türkiye’de tanıtan ilk kanallardan biri olarak olumlandığı görülmektedir. Öte yandan “*Ne kadar zarif ve manalı bir vlog*”, “*Bilgili, kültürlü, sanatsever bir hanımefendi, Müslüman kadın profili. Teşekkürler Huzmem. Çok kıymetli bir video olmuş.*”, “*Minimalizm rüzgarı :) Çokça beğendim, seyri güzel rutinler bunlar tabi*” ve “*Çok soft videolar. MaşaAllah*” ifadelerinde görüldüğü üzere Huzme’nin sunmak istediği zarif, sanatsever, minimalist ve soft imaj; izleyicilerin büyük çoğunluğu tarafından benimsenmiş görünmektedir. Bu çizgideki bir kısım yorum ise “*Ne kadar modern bir medreseymis ilginç geldi. Hoşuma gitti.*” ve “*Çok hoş ve rahatlatıcı olmuş. Aynı zamanda teşvik edici. Hem ders açısından hem namaz açısından*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere, dini düşüncelerin çekici

dünyevi rutinler içerisine yedirilmiş olmasına dikkatleri çekmekte ve bu yönüyle dünya sentezinin başarılı bir strateji olarak kabul edildiği görülmektedir.

Olumlu ifadelerin yanı sıra özneleşme başlığındaki içeriklere kıyasla burada daha fazla sayıda öneriler ve şüphe içeren yorumlar yer almaktadır. Örneğin bu tarz içeriklerin daha fazla üretilmesi gerektiği, ayrıca videonun altyazılarının küçük ve sayıca az olmasına dikkat çekilerek düzeltilmesi gerektiği yönünde çok sayıda ifade bulunmaktadır. Bununla beraber “*Gerçekten böyle mi?*” ve “*Sanki biraz orada yaşamak zor gibi görünüyor. Neden bilmem, ben öyle hissettim. Hayatın hiç bir gerçeği yok gibi, alışveriş ihtiyaçlarından bahsediyorum. Sanki herşeyi birileri yapıyor ve her şeyi mükemmel gösteren bir video olmuş. Nacizane fikrim.*” şeklindeki geri bildirimlerde görüldüğü üzere bazı izleyicilerin Huzme’nin sunduğu mükemmellik imajını gerçekçi bulmadığı görülmektedir. Dikkat çekici geri bildirimlerden bir diğeri ise Huzme’nin yaptığı gibi bazı izleyicilerin de bu içeriği başka yapılarla sentezlemeyi denemesidir. Yani Huzme nasıl ki sessiz vlog türüne dini argümanları harmanlayarak kendine has bir stil geliştirdiyse, bu içeriği izleyen izleyicilerden birinin de benzer bir çaba içine girdiği anlaşılmaktadır. Bu izleyici “*Huzme nedir? Kimdir? Ne yapar? Hiçbir fikrim yok lakin videonun minimalist, sakın oluşu ve müzik seçimleri beni etkiledi. İkinci videoda ki bazı kitap okumaları bana göre değil lakin ben o kitap yerine başka yani kendi kitaplığımdaki kitaplarımı okumam için vesile oluyor, videoyu kendime göre uyarlamış oluyorum.*” şeklindeki ifadede belirtildiği üzere Huzme’nin minimalist tarzını kendi okuma listesine uyarlamış görünmektedir.

3.2.2.2. Görsel Metin 2: Müslüman Genç Kızın Bir Günü 2 / Sessiz Vlog // A Day in the Life of a Muslim Girl 2 / No Talking

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar:* 4 Kasım 2019 tarihinde yayınlanan bu içerik; 808 bin görüntüleme, 24 bin beğeni ve 964 yoruma sahiptir. Yaklaşık 12 dakika uzunluğunda olan bu içerik aynı zamanda tüm kanalın en çok izlenen uzun videosunu oluşturmaktadır.

b. *Sahne:* Bu içerikte gerçekleştirilen performanslar sırasıyla banyo, namaz odası, okuma yapılan pencere kenarı, mutfak, kafe, çalışma masası ve film izlenilen kanepeler olmak üzere çok sayıda sahnede icra edilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Performansı icra eden başlıca oyuncu, Huzme ekibinden kimliği belirsiz bir kişidir. Ancak bazı sahnelerde Huzme'yi ziyaret ettiği anlaşılan iki misafir, tek sahnede rol alan bir çocuk oyuncu ve film izleme sahnesinde asıl oyuncuya eşlik eden başka bir Huzme kızı olmak üzere bu içerikte birden fazla yardımcı oyuncu rol almıştır.

d. *Takım*: Bu içeriğin büyük bir kısmında tek kişilik bir gösteri düzenlenmiştir. Bununla beraber hem Huzme ziyaretçileri hem de film izleyen iki Huzme kızının hal, hareket ve duruşlarından küçük bir takım gibi performansta bulunduğu görülmektedir.

e. *Üslup ve Dil*: Gündelik hayata ilişkin analiz edilen önceki içeriğe kıyasla burada kullanılan görsel unsurlar çok sayıda ifade biçimiyle donatılmış görülmektedir. Bu içerikte genel anlamda basit ve sıradan bir dil formu kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Önceki içerikte görsellerin çok sayıda yazıyla desteklenmesi söz konusudur. Bu içerikte eksiltili ve devrik cümlelerin kullanımına devam edilse de bir önceki içeriğine göre belirgin bir biçimde azaldığı; buna paralel etken çatılı ve kurallı cümle kullanımında belirgin bir artış olduğu görülmektedir. Ayrıca görsel metne eklemlenmiş olan bu ifadelerde çeşitli yazım yanlışları yapıldığı ve noktalama işaretlerinin yanlış kullanıldığı görülmektedir. Böylesi ifade biçimleriyle donatılan bu içerikte oyuncunun genelde gündelik hayata ilişkin rutinler esnasında “ben dili”ni; ideolojik ve dini yönlendirme yaptığı kısımlarda ise “biz dili”ni tercih ettiği görülmektedir. Ancak tüm içerikte “*Kısa bir sohbet dahi ufak bir derse dönüşebiliyor. Cevapları direk kaynağından cevaplıyoruz.*”, “*Risale-i Nur Kur’an’ı anlamak için iyi bir melce oluyor.*” cümlelerinde görüldüğü gibi ekip ideolojisini doğrudan öne çıkaran ifade biçimlerinin daha az; “*Benim için gün sabah namazı ile başlıyor.*”, “*Her gün 4-5 sayfa Esasat-ı Nuriye okuyorum.*”, “*Ben ‘Gaye sahibi olmak’ esnasındayım.*” cümlelerinde görüldüğü üzere oyuncunun performansını öne çıkaracak ifade biçimlerinin ise daha çok kullanıldığı görülmektedir.

b. *Performans*: Din ve gündelik hayatın sentezlendiği ilk videoya kıyasla bu içerik; günlük rutinleri konu edinen popüler vlog'lara performans açısından daha çok benzemektedir. Bununla beraber bu içerik; kesintisiz dinlendirici müzik eşliğinde ritmik

olan ve olmayan hafif sesleri barındıran “ASMR”¹⁰⁶¹ türü ile günlük rutinleri konu edinen “vlog” türünü dini bir tema ekseninde sentezleyerek muadillerinden farklılaşmaya çalışmaktadır. Nitekim video girişi bu tür içeriklerde oldukça popüler olan kişisel bakım rutiniyle başlasa da oyuncu bu rutini kendisine uyarlayarak “*Kişisel bakım + abdest + namaz*” olarak yeniden formüle etmektedir. Bu çerçevede bakıldığında tüm içeriğin “*bir gündelik rutin+bir dini rutin*” olmak üzere sırayla kurgulanmış olduğu, bazı performanslarda ise ikisinin harmanlandığı görülmektedir. Genelde bu performansların büyük bir kısmı Kafe-mutfak kısmında geçmektedir. Nitekim burada gerçekleştirilen performanslar, tüm öğünlerin her detayı ağır ağır gösterilerek oldukça sanatsal bir biçimde icra edilmektedir. Ayrıca Huzme, dışarıdan gelen misafirlerini de genelde Kafe kısmında ağırlamaktadır. Huzme oyuncusu, burada misafirlerle görüşürken oldukça dinamik ve özgüvenli bir performans sahnelemiş; misafirler ise - duruş ve el hareketlerinin gösterdiği üzere- daha çekingen, özgüvensiz ve ürkek bir performans icra etmiştir.

c. *Retorik*: Huzme; bu performasta Müslüman gençlerin, özellikle kızların, yaşaması gereken idealize edilmiş sıradan bir günü sembolize etmiştir. Nitekim Huzme; rutinlerini sunmak üzere rastgele bir gün değil, özellikle halka açık dersler yapılan çarşamba gününü tercih etmiştir. Huzme’nin adeta halk günü olarak adlandırılabilen olan bu ideal gün; büyük oranda kişisel bakım yapma, oldukça şık bir biçimde hazırlanan yiyecekleri tüketme ve film izleme gibi bu tür vlog’larda çok sık gösterilen rutinleri kapsamaktadır. Ancak Huzme bu rutinleri belirli kitaplar okuyarak, okuduklarını birilerine aktararak ve ibadetlerle harmanlayarak YouTube’da bulunan diğer vlogger’lardan kendisini özenle ayırmaktadır. Nitekim Huzme; “*Ve akşam şöleni.. Günün yorgunluğunu akşam yemeğinde anlıyorum. Sofradan kalkacak mecalim kalmadığı için. Bu tempo içinde kendime vakit ayırmam şart. Bence bir filmi hakettim.*” ifadesinde görüldüğü üzere gün boyu yaptığı eylemlerin kendisi için olmadığını her birinin ulvi bir amaca hizmet ettiğini ifade ettiğini imlemekte ve YouTube platformunda var olan böylesi bir boşluğu doldurmaya çalışmaktadır.

¹⁰⁶¹ Açılımı “Autonomous Sensory Meridian Responce” olan ASMR, “Otonom Duyusal Meridyen Tepki” olarak dilimizde ifade edilmektedir. Bu kavram; fısıldama, yumuşak tonlama, yüzeylere hafifçe vurma ve bazı araç gereçlerin çıkardığı ritmik sesler gibi birtakım görsel ve işitsel tetikleyicilerin bunlara maruz kalan bireyler üzerinde vücuda sıcaklık yayılması, vücutta karıncalanma ve rahatlama hissi oluşturmalarını ifade etmektedir. Bk. Merve Çerçi, “Otonom Duyusan Meridyen Tepki (ASMR) Reklamlarının Duygu Oluşturmadaki Rolü”, *Turkish Online Journal of Design Art and Communication* 11/3 (2021), 932.

Bu içerikte Huzme; *“Bedenimizi böylesine doyuruyorken, ruhu da beslemek gerek. Ruhun gıdası ise namaz ve maneviyat..”* ifadesinde görüldüğü üzere bedeni doyuruyorken aslında daha önemli olan ruhumuzu beslemeyi ihmal etmememiz gerektiğini sık sık vurgulamaktadır. Huzme; iki kupa kahve hazırlarken ekrana yansıttığı bu ifadenin ardından 21. Söz’den bir pasajı alıntılarak sözlerinin dayanaksız olmadığını göstermeye çalışmaktadır. Yani Huzme; bir yandan burada ibadetlere yönelik bir manevi bilinçlendirme çabası içindeyken, aynı anda izleyicinin içini ısıtacak maddi görselleri ekrana yansıtmakta ve bu yolla ifadelerin etki düzeyini artırmaya çalışmaktadır. Ancak tüm içerikte böyle bir madde-mana, dünya-din sentezi yapılıyor olsa da, dikkatli bakıldığında bedeni doyurma eylemlerinin orantısız bir biçimde daha çok yansıtıldığı görülmektedir. Bu durum; Huzme’nin, platformun doğasında bulunan “izleyiciyi içerikte tutma zorunluluğu”na boyun eğmek zorunda kaldığını ve böylece vurgulamak isteği hedefleri arka plana aldığını göstermektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. Çelişkili İkili Anlamlar: Öncelikle Huzme oyuncularının genelde -diğer vlogları da göz önünde bulundurulduğunda- koyu pastel renk giysiler içinde performanslarını icra ettikleri görülmektedir. Ancak burada farklı sahnelerde görünen parçalar birleştirildiğinde oyuncunun tamamen beyaz giyindiği görülmektedir. Bu durum Huzme’nin genel tercihlerinin dışında görünmektedir. Ancak rutini bozma adına Huzme’nin bu ve sınırlı sayıda olan diğer içeriklerinde böylesi farklı uygulamalara yöneldiğini ifade etmek mümkündür.

İkinci bir husus Huzme oyuncularının performans esnasında kullandıkları araç ve gereçlerin markalarını gösterme konusundaki rahatlıklarıdır. Huzme performansın niteliğiyle beraber genelde bu araçların niteliklerine büyük özen göstermektedir. Ancak bu içerikte örneğin kahvesini hazırlarken iyi bilinen bir kahve makinesini kullanmak yerine, oldukça sıradan bir markanın eski model su ısıtıcısının kullanıldığı görülmektedir.

Son olarak oyuncunun *“Günlük programımı Osmanlıca yazarak bitiriyorum. İnsan sadece bedenini değil ruhunu da doyurmalı.”* ifadesi eşliğinde bir deftere Osmanlıca notlar aldığı görülmektedir. Bu ifadenin ikili anlaşılmaya müsait yapısı nedeniyle, oyuncunun sanki günlük rutinini Osmanlıca not ettiği şeklinde bir anlam ve izlenim oluşmaktadır. Ancak sahneye ve ifadeye dikkatle bakıldığında oyuncunun

aslında yeni başlayanların çalışmasını kolaylaştıran bir meşk defterinde alıştırmayı yaptığı görülmektedir. Yani Huzme oyuncusu sanıldığı gibi, Osmanlıca günlük tutmamakta; sadece günün son etkinliği olarak Osmanlıca yazı çalışması yapmaktadır.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle video başlığında iki dil kullanılması, kanalın hedef kitlelesini uluslararası izleyicilerle genişletmeye çalıştığını göstermektedir. Nitekim sayıca az olsa da içeriğe yapılan bazı yorumların yabancı dilde olması, Huzme'nin bunun gibi erken dönem içeriklerinde bile belli bir uluslararası kitleye ulaştığını göstermektedir. Nitekim *"Gün içinde Huzme'nin telefonunu arayıp soru soran çok oluyor. Böylelikle mesaja kıyasen daha etkili cevap vermiş oluyoruz."* ve *"Her Çarşamba gelen sayısı yaklaşık 100'ü geçiyor. Ama Huzme'nin en sevdiğim yönü de bu... Her ülkeden, şehirden, inançtan, karakterden insanla iletişim kurmamıza vesile oluyor."* ifadelerinde görüldüğü üzere Huzme bu çeşitliliğe vurgu yapmakta ve pek çok kişiyi dini anlamda ihya ettiğini göstermektedir. Yani Huzme burada basit ev vlog'ları çeken biri olmadığını, aksine bu vlog'ları birilerini yönlendirme aracı olarak kullanan bir yapılanma olduğunu hissettirmektedir.

İkinci olarak, Huzme oyuncusu telefonunu kurcalarken, *"Lika'nın yeni ürün çekimlerini inceliyorum. Bu sezon gelen sweatler tam istediğim tarzda. Lika, Yade gibi satış sayfamız."* şeklinde bir ifade kullanarak kanalda ilk defa kendi markalarının reklamını yapmaktadır.¹⁰⁶² Bu esnada bahsedilen ürünler telefon ekranından kolaylıkla görülebilmektedir. Hem bu gösterim biçimi hem de oyuncunun tüm içerik boyunca spor beyaz giyimiyle alışlagelen Huzme imajından farklı bir görüntü çizmesi, Lika¹⁰⁶³ ürünlerine dolaylı gönderme yapmak için seçilmiş görünmektedir.

Son olarak içeriğin son sahnesinde geçen *"Film noktasında oldukça seçici davranıyorum. Haram barındıran, ahvalimi bozacak filmlerden kaçıyorum. Yine dönüp dolaşıp animasyon izliyorum :)"* şeklindeki ifade; Huzme oyuncusunun film sektörüne karşı eleştirel bir tutum içinde olduğunu ve bir şeyler izleme ihtiyacını daha az hasar bırakacağını düşündüğü animasyonlar üzerinden karşıladığını göstermektedir. Ancak Huzme oyuncusu, her ne kadar animasyon izliyor olsa da *"Eğer cennete gidersem izlemek istediğim film şimdiden belli. Kendi hayatım.."* şeklindeki ifadenin gösterdiği

¹⁰⁶² Özneleşme temasında ele alınan soru-cevap videosunda bu markadan bahsedilmişti. Fakat o video kronolojik olarak bundan daha sonra yayınlanmıştır.

¹⁰⁶³ Huzme'nin spor giyim markası olan Lika, bugün için artık aktif üretim yapmamaktadır. Huzme iki markayı birleştirerek bugün Yade adıyla üretimine devam etmektedir.

üzere, kendi hayatının daha çok izlenmeye değer olduğunu işaret etmekte ve izleyicileri üstü örtülü bir biçimde kendi nahif hayatına yönlendirmektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Yaklaşık bin yorum alarak oldukça büyük bir etkileşim üreten bu içeriğe yapılan yorumların çoğunda Huzme'nin diğer vlogger'lardan ayrılarak dini bir temayla öne çıkması takdir edilmektedir. Nitekim *"YouTube çöplüğünde açan çiçeksiniz."*, *"Onca makeup artistlerin YouTuber'ların içinde kendimize gelebilmek, silkelenebilmek için güzel emek..."* ve *"Benimle hazırlanın, çantamda ne var, günlük makyajım, alışveriş gibi bizi sadece tüketmeye özendiren ve tatmin de etmeyen videolardan sonra çok gerçekçi, huzur dolu ruhu doyuran bir video olmuş teşekkürler."* şeklindeki yorumlarda görüldüğü üzere, Huzme'nin öteki vlogger'lara kıyasla daha gerçekçi ve anlamlı ürünler ortaya koyduğu düşünülmektedir. Bu düşünce kendisini mütedeyyin camianın dışında konumlandıran izleyiciler tarafından da desteklenmektedir. Nitekim *"Bir ateist olarak seni gerçekten çok takdir ediyorum. Ben de eskiden Müslümandım ve böyle videoları izlemek bana huzur veriyor. Çok iyi bir örneksin gerçekten. Umarım yaptığın her şeyin karşılığını alırsın çünkü hak ediyorsun."*, *"Ben deistim lâkin inancına bağlı kalman çok hoş bir özellik, sevdim seni."* ve *"Bir Hristiyan olarak seni ben de tebrik ediyorum ve hayatında başarılar..."* ifadeleri Huzme'nin farklı dini anlayışları benimseyenlerin dikkatini çekmeyi başardığını göstermektedir.

Olumlu geri bildirimlerin yanı sıra bu içerikte çok sayıda eleştiri yapıldığı görülmektedir. Örneğin bazı izleyiciler; *"Bu sizin ilk izlediğim videoydu. Yeni bir kanal keşfetmenin sevinciyle izlerken Kuran-ı Kerim'i yere koymanıza kayıtsız kalamadım. Kusura bakmayın belden aşağı tutulmaz."* ifadesinde görüldüğü üzere dini hassasiyetle; bazılarının ise *"Her yediklerinizi ve içtikleriniz göstermeseniz iyi olur. Lütfen bunu olumlu bir eleştiri kabul edin."* ifadesinde görüldüğü üzere dijital paylaşımlara ilişkin etik kaygılarla olumlu eleştiriler yöneltmektedir. Bununla beraber çok sayıda şüpheli veya nispeten daha sert yorumlar da yapılmıştır. Bu tarz yorumlarda; *"Sadece biraz kitap okuyup, bir şeyler yiyip ve izlemekten ibaret hayatınıza bir anlam veremiyorum. Peki ne zaman para kazanıyorsunuz ve ne zaman egzersiz yapıyorsunuz. Bizim hayatlarımız bu şekilde değil."*, *"Her şey çok mükemmel. Peki sosyal aktiviteleriniz olmuyor mu, gezmek, eğlenmek gibi?"* ve *"Videodaki sakın hayata özendim. Anlaşılan pek işi yok bu kişinin."* ifadelerinde görüldüğü üzere özellikle içeriğin sunduğu kurgusal-

sembolik yaşantı biçiminin “normal” insanların yaşantısında sürdürülebilir olmadığına işaret edilmiştir.

3.2.2.3. Görsel Metin 3: Ramazan'da Bir Günüm Nasıl Geçiyor? / Sesli Vlog

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 30 Mart 2023 tarihinde yayınlanan bu içerik; yaklaşık 56 bin görüntüleme, 3 bin beğeni ve 218 yoruma sahiptir. 13 dakika uzunluğuna sahip olan bu içerikte kanalın ilk dönem videolarında kullanılan açıklama yazısının yeniden kullanıldığı görülmektedir.

b. *Sahne*: Bu içeriğin tamamı Huzme binasının farklı bölümlerinde çekilmiş ve dış mekan kullanılmamıştır. Ancak sınırlı birkaç sahnede kamera Huzme'nin bulunduğu konumun rahatlıkla görülmesini sağlayacak şekilde dışarıyı göstermekte, bu sahnelerde dış mekan yarı-sahne olarak kullanılmaktadır.

c. *Karakter-Oyuncu*: Bu içerikte çok sayıda oyuncu bulunmaktadır. Birbirlerine isimleriyle hitap ettikleri için, kimlikleri hakkında bilgi edinmenin mümkün olduğu bu içerikte, görüntüleri çeken ve içeriği yöneten esas oyuncu, Huzme ekibinden Berfin'dir. Bununla beraber farklı sahnelerde gerek tekil gerekse hep birlikte rol oynayan Damla, Yağmur, Edibe, Zeynep, Elif ve Samira isimli ekip üyeleri bu içerikteki başlıca aktörlerdir.

d. *Takım*: Yüzleri görünmese de neredeyse tüm Huzme ekibi sesleriyle bu videoda yerlerini almış görünmektedir. Bu anlamda Huzme bu videoda kendisini temsil eden tek bir oyuncudan ziyade Huzme ekibi olarak performansta bulunmuştur.

e. *Üslup ve Dil*: Bu videoda bu tema çerçevesinde ele alınan önceki videolara kıyasla çok daha belirgin sıradan bir dil kullanılmıştır. Huzme'nin kimliğini, yaşam alanında en doğal haliyle yansıtan içeriklerden birisi olarak muadillerine kıyasla yüksek özgüvenli açık bir anlatım biçimine başvurulmuştur.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Huzme'nin hemen hemen her videosunda sözlü olarak kullandığı ifadeler, bir metin olarak önceden oluşturulmakta ve video esnasında okunmaktadır. Bu nedenle Huzme'nin sesli videolarında oldukça akıcı, hızlı ve kesintisiz bir konuşma biçimi egemendir. Ancak Huzme'nin bu içerikte böyle bir tarzın büyük oranda dışına çıktığı görülmektedir. Özellikle çoklu oyuncuların aynı anda doğaçlama performanslar

gerçekleştirdiği sahnelerde konuşmaların sık sık kesildiği ve birinin başladığı cümlelerin diğer bir oyuncu tarafından tamamlandığı görülmektedir. Bu yönü baskın olmak üzere içerik boyunca iki anlatım biçiminin kullanıldığı görülmektedir. Birincisi (aynı zamanda en yaygın olanı) -x: “Kızları çağırdın mı Damla abla?” -y: “Hayır, çağırayım mı? -x: “Çağıralım” ifadelerinde görüldüğü üzere ekip üyelerinin kendi aralarında yaptıkları sıradan konuşmalar; diğeri ise “Saat 2’yi 51 geçiyor. Sizinle sahurdan itibaren bir gün geçirmek istedik. İnşallah güzel olur. Arkadaşlar sahur hazırlıyoruz” ifadesinde görüldüğü üzere başta videoyu çekip yöneten kişi olmak üzere ekibin diğer üyelerinin izleyicilere yönelerek yaptığı bilgilendirici konuşmalardır. Ayrıca bu içerikte bir yandan “Tabii ki aşkım”, “beni vedalayın”, “benle ne alaka” ve “falan” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere gençlerin kendi aralarında kullandığı gayri resmi ifade biçimleri; diğeri yandan “dinliyon mu?”, “çok bağırıyoruz” “bilmiyom dedin”, şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere yöresel ifadeler kullanılmaktadır. Bu ifadeler, oyuncuların “aşinalık” duyulan kimseler olduklarını gösterme çabası olarak okunabilir.

b. Performans: Bu içerikteki tüm performanslar, içeriği yöneten tek bir oyuncu (Berfin) tarafından Huzme’deki farklı birimlerin yaptığı çalışmaların tanıtımı üzerine inşa edilmiştir. Burada farklı Huzme birimleri tarafından pek çok performans sergilense de içerikte en çok Damla, Edibe, Yağmur, Zeynep ve Elif’in ön plana çıktığı, Başkan Bükre’nin ise sadece kısa iki sahnede rol aldığı görülmektedir. Bu içerikte yer alan tüm performanslar, niteliğine göre üç şekilde icra edilmiştir. Birincisi herhangi bir konuşmanın olmadığı ve sadece görsellerin müzik eşliğinde hızla aktığı performanslardır. Bu performans türünde; Huzme’nin genç ekibine ait sahnelerde veya temizlik sahnesinde görüldüğü gibi dünyevi eylemler genelde İngilizce müzikler eşliğinde; cemaatle kılınan namaz sahnesinde görüldüğü üzere dini eylemler ise Arapça ilahiler eşliğinde sahnelenmiştir. İkincisi; farklı birimlerin Ramazan’a özel yaptığı çalışmaların tanıtıldığı kısımlarda konuşmaları ön plana çıkaran ama konuşmanın etkileme gücünü artırmak için hafif müzik kullanılmaya devam eden performanslardır. Üçüncüsü ise mutfak hazırlıkları ve iftar sofrası esnasında her türlü tıkırtının rahatlıkla işitilebilmesini sağlamak üzere hiçbir müziğin kullanılmadığı ve rutinlerin rahatlatıcı doğallığının ön plana çıkarıldığı performanslardır. İçerikte bunlar arasında en çok ikinci tür performansın kullanıldığı görülmektedir. Huzme; bu temaya ilişkin incelenen önceki içeriklerden oldukça farklı bir biçimde ürettiği bu içerikte günlük yaşamını sembolik-

kurgusal formun dışında “doğal” yönleriyle ortaya koyma denemesi yapmaktadır. Ancak Huzme diğer içeriklere kıyasla burada daha doğal olsa da sembolik-kurgusal yaşam formunu bütünüyle terk etmemekte, sadece biraz gevşetmiş görünmektedir.

Diğer bir husus ise Huzme’nin din ve gündelik hayatın sentezlendiği önceki içeriklerde birkaç emoji veya esprili kısa sözlerden oluşan standart ifade donanımlarını temkinli bir biçimde kullanmasına rağmen, burada çeşitli komik efektler ve montajlardan oluşan standart olmayan bazı ifade donanımları oldukça rahat bir biçimde kullanılmaktadır. Bu yönüyle içerik; “asmr” türünden sıyrılarak dinamik, özgüvenli, yaşam dolu ve ironik bir görünüm kazanmıştır. Nitekim bu hususları aynı anda barındıran final kısmında, podcast türünde üretilen bir içeriğin kamera arkası görüntüleri bu vlog’un sahnelerinden biri olarak kullanılmıştır. Bu anlamda çoklu dijital ürünler arasında sentezler yapan bu içeriği türlerarası etkileşimselliğin melez bir ürünü olarak görmek mümkündür.

c. *Retorik*: Öncelikle günlük rutinlerini ele aldığı videolar için genelde özel günleri tercih eden Huzme; incelenen bir önceki videoda çarşamba gününü konu edinmesi gibi, bu son videoda Ramazan ayından bir gün seçmiştir. Bu durum, Huzme’nin gündelik rutinleri bir misyon çerçevesinde ele alma konusundaki tutumunu sürdürdüğünü ve çeşitli “bakım ritüelleri”ni (maintenancerites) ¹⁰⁶⁴ önemsedğini göstermektedir. Ayrıca içeriğin bir Ramazan gününü sahneliyor olması sebebiyle önceki içeriklere kıyasla dini unsurların burada daha belirgin olduğunu ifade etmek mümkündür. Örneğin içeriğin en uzun sahnesinde din ve dünya dengesini sağlamanın imkanı üzerine gerçekleştirilen diyaloglarda bu durumu görmek mümkündür. Nitekim Damla’nın “*Şimdi arkadaşlar... Benim size sormak istediğim bir sorum var. İkiniz de öğrencisiniz. Özellikle mesela Zeynep daha çok dersle galiba alakası olan... Daha öğrenci gibi... Öyle bir izlenim var. Çok soru geliyor. Hani Ramazanda hem okulu hem dersleri hem ibadeti nasıl dengeleyebilirim diye. Sen mesela bunun sıralamasını, ayarlamasını nasıl yapıyorsun? Hangi vakitte ders çalışıyorsun, bu kadar şeyi yaparken aynı zamanda onlara nasıl vakit ayırıyorsun? Yani senin yaşıttaki birisi sana bunu sorsa ne derdin?*” ifadesinde açıkça görüldüğü üzere oyuncunun bu konuyu ele alması, kendilerine yönelik yapılan “iş gücü olmayan, vakti bol biri” yakıştırmasını bertaraf

¹⁰⁶⁴ Goffman; bu kavramı ilişkileri kutsamak ve bağları güçlendirmek için yılbaşı ve Noel gibi belirli günlere özgü yapılan besleyici faaliyetleri ifade etmek üzere kullanmaktadır. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 102.

etmeye yönelik gibi görünmektedir. Nitekim soruyu yanıtlayan genç oyuncunun “*Şu şekilde oluyordu: Hani sabah kalkıyorsun, namazını kılıyorsun, okula gidiyorsun falan ama okuldaki teneffüsleri ben değerlendirmeye çalışıyordum. Hani derslerde o kadar çok boğuluyordum ki hani dünyevi olarak öğreniyorsun güzel tamam ama sonra teneffüse çıktığımda hani iki bab cevşen okuduğumda bile böyle ruhum şey oluyordu falan.*” şeklindeki yanıtında ve videoyu çeken Berfin’in “*Bahane yok yani... Bahaneleri sen uyduruyorsun. Çünkü gerçekten çıkış kapısını aradığında bir çıkış var ve bir insan bir şey yapmak istiyorsa ihtiyacını hissetmesi lazım.*” şeklindeki ifadelerinde görüldüğü üzere Huzme, aslında vakti çok olduğu için değil, ihtiyacını hissettiği için bir şekilde vakit bulmaya çalıştığını anlatmaya çalışmaktadır.

İkinci olarak içerikteki başka bir sahnede Huzme’deki her birimin “*Şimdi ramazanda her birim farklı bir projeye sosyal medyada şu an.*” ifadesinde belirtildiği üzere kendi alanıyla ilgili bir konsept oluşturduğu ifade edilmektedir. Bu sahnede Estitü ekibinin amaçları doğrultusunda Risale-i Nur’u daha çok tanıtacak içerikler üzerine çalıştığı gösterilmektedir. Enstitü ekibinden birinin “*Yeni bir konsept geliyor. Açıklayayım mı? Şimdi şöyle... Risale-i Nur’dan biz ilmi kısmını alıyorduk ya... İşte namazla ilgili, işte oruçla ilgili, tesettürle ilgili kısmı araştırıp öğreniyorduk ya... Bir de Risale-i Nur’la ilgili bir şeyler öğrenmeye başlayacağız. İşte Risale-i Nur’daki ‘belki’ kelimesin anlamını, işte Risale-i Nur’da paragrafın ‘evet’le neden başladığı, işte Tarihçe-i Hayat kitabının aslında bir otobiyografi olmadığı vesaire... Bu tür bilgiler de öğrenmeye başlayacağız.*” ifadesinde görüldüğü üzere Huzme; Risale’ye dair temel meseleleri tükettiğini; artık Risale’nin kenarda köşede kalmış yanlarını ortaya çıkarmak gerektiğini zımnen ifade etmektedir. Bu çaba, Huzme’nin aslında sosyal medyada tutunabilmek için yeni ve ilgi çekici olma baskısını üzerinde açıkça hissettiğini ve Huzme’de kaynakların tükenme alarmı verdiğini imlemektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar:* Öncelikle bu içerikte Huzme’nin özgür birey imajını destekleyecek çok sayıda belirteç kullanılmıştır. Ancak içerik; aynı zamanda bu özgürlüğün “benliğin bölgeleri”ne¹⁰⁶⁵ yönelik her türlü ihlalin bertaraf edildiği bir tür konfor alanını temsil eden Huzme binasının katı sınırları içinde geçerli olduğunu da işaret etmektedir. Yani Huzme burada, korunma düşüncesinden vazgeçmeden, dış

¹⁰⁶⁵ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 51.

dünyadaki özgürlüğün cazibesine de kapılmaktadır. Bu gerilimi ise “yalıtılmış özgürlük” alanını “benliğin fiziksel bölgesi”ni tehlikeye atmadan genişletmeye imkan tanıyan gevşek sınırlarla çevrili sosyal ağlara katılarak aşmaya çalışmaktadır.

İkinci olarak Huzme, içerik boyunca çok doğal davranışlar sergilediği yönünde bir görüntü çizmesine rağmen bazı sahnelerde bu durum biraz şüpheli görünmektedir. Örneğin Huzme’nin namaz odasının temizlenme görüntülerinin yer aldığı sahnede, gösterilen mekanın zaten temiz ve düzenli olduğu; yani burada temizlik yapmaktan ziyade yapıyormuş gibi olduğu görülmektedir. Benzer durum, Huzme’nin bir podcast çekiminin hazırlıklarını yaptığı son sahnede görülmektedir. Kanaldaki sesli içeriklerin çoğunu seri konuşmasıyla yönettiği için “Huzme’nin sesi” olarak adlandırılabilir olan Damla’nın bu sahnede podcast giriş faslını defalarca tekrarladığı görülmektedir. Bu durum Huzme içeriklerinin büyük bir hazırlık ve deneme çekimlerinin ürünü olduğunu imlemektedir.

Son olarak, deneyimlerinin özel olduğunu vurgulayacak araçları çok sık kullanan Huzme, pek çok videoda sıradan insanların tükettiği yiyecek ve içecekler yerine farklı seçenekleri tercih ettiğini bu araçlar üzerinden göstermektedir. Örneğin mutfak sahnesinde geçen -x: “*Saçma sapan Uzakdoğu mutfaklarını falan denemiştım ama var ya acı katıyorum, ekşi katıyorum, tatlı katıyorum ama böyle garip bir şey oluyor ama güzel.*” -y: “*Sushi yap bize bir gün.*” -z: “*Benim denediğim Uzak Doğu tek şeyi sushi.*” şeklindeki diyalogta ifade edildiği üzere Huzme; hakkında sınırlı bilgilere sahip olduğu bu farklı mutfakları bir yandan “saçma sapan” olarak görmekte; diğer yandan ise rutinin dışına çıkmalarını sağladığı için böylesi farklılıkları yeniden deneyimlemeyi arzulamaktadır.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle videoyu çeken oyuncu ilk sahnelerin birinde camı açıp Huzme’nin ana caddeye bakan manzarasını göstermektedir. Gerek bu içeriğe yansıyan Huzme manzarası gerekse başka içeriklerde Huzme binasının dışarıdan çekilmiş görüntülerine bakıldığında, Huzme’nin oldukça şık bir muhitte bulunduğu görülür. Huzme’nin burada gösterilen ön kısmı nispeten bu imgeyi beslemektedir. Oysa Bursa’nın Bağlarbaşı Mahallesi’nde bulunan Huzme binasının özellikle arkasında bulunan yerleşim yerleri, gösterilen bu imajın oldukça dışındadır.¹⁰⁶⁶ Huzme’nin daha

¹⁰⁶⁶ Sosyo-ekonomik farklılaşmanın mekânsal ayrışmayla olan ilişkisini Bursa kent merkezi özelinde ele alan bir çalışmada, kent merkezindeki mahallelerin sosyo-ekonomik sıralaması ve bu sıralamanın istatistiki değeri verilmiştir. Bağlarbaşı Mahallesi; Bursa kent merkezinde var olan toplam 185 mahalle

eski yapıları ve burada oturan düşük gelirli aileleri barındıran bu “arka bölge”yi kadrajına almaktan özellikle imtina ettiği görülmektedir. Bu durumu Huzme’nin “imrenilen hayat” imgesini koruma düşüncesinin bir yansıması olarak değerlendirmek mümkündür.

İkinci olarak Huzme, her ne kadar sözlü olarak net bir biçimde ifade etmese de dini yaşantısını sadece farzîyetlerle şekillendirmediğini ve dinin takva boyutuna dikkat ettiğini pek çok detayda ifade etmektedir. Örneğin “*Sahurumuzu yaptık. Şimdi sabah namazını kılacağız ezan okununca. Sonra kerahat vaktini geçiriyoruz. Kerahat vaktinden sonra biraz uyuyup dinleneceğiz. Kerahat vaktinde uyanık kalmak çok önemli bu arada. Günün bereketli olması adına. Bunun daha önce de tavsiye etmiştik. Ramazan boyunca uygulayabilirsiniz.*” ifadesinde zorunlu olmayan dini detayların dahi, Huzme ekibinin birer rutini olduğunu göstermektedir.

Üçüncü olarak Huzme; Risale-Nur külliyyatını esas aldığını her fırsatta hem göstermekte hem de açıkça dile getirmektedir. Bu sebeple tek tip din anlayışına sahip olma noktasında eleştirilmektedir. Huzme her ne kadar içerikte böylesi bir eleştiriye maruz kaldığını belirtmese de bu eleştirileri bertaraf etmeye yönelik girişimlerde bulunmuştur. Örneğin Z kuşağı ekibinin çalışma yaptığı masada, sayfaları açık Risale-i Nur’larla birlikte İmam Nesai’nin “*Hadislerle Kadın*” adlı çalışmasının iki cildi de masada durmaktadır. Genelde Huzme’nin içeriklerinde Risale veya onunla ilintili olan eserlerin dışında, farklı eserlerin okunduğuna dair pek bir emare bulunmadığından bu sahne alışık olmayan bir durum olarak dikkat çekmektedir. Ancak dikkatli bakıldığında bu sahne; “Huzme’nin farklı eserlere yer veren bir oluşum olduğunu” işaret etmek üzere tasarlanırsa da aslında bu farklı eserin gösteriyi tamamlayacak bir destek unsuru olarak kullanıldığı görülmektedir. Nitekim genç ekip, araştırma yaparken sayfaları açık olan Risale’lerden faal olarak yararlanırken; İmam Nesai’nin kapağı kapalı eserini ise gösterilerini tamamlayan dekorun bir parçası olarak kullanmaktadır.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Öncelikle bu içeriğe yapılan “*Çok samimi gözüküyorsunuz. Video için teşekkür ederim. Videonun bazı kısımlarına konulan komik bölümler videonun daha da güzel olmasını sağlamış.*” ve “*Keçi bağırma yerinde patladım*”

arasında en yüksek sosyo-ekonomik değerin 8,729 olarak belirlendiği bu araştırmada -1,822 değeriyle 151. sırada yer almaktadır. Bk. Esra Mutlu - Çiğdem Varol, “Socio-Economic Differentiation And Spatial Segregation: Analysis Of Bursa Metropolitan Area”, *MEGARON / Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal* 12/1 (2016), 101-102.

şeklindeki geri bildirimlerde Huzme'nin komik efektler ve komik diyaloglar aracılığıyla sunmak istediği "samimiyet" imajını izleyicide oluşturmayı başardığı; *"Çok iyi bir ekipsiniz, herkesin farklı farklı görevi var ve layığıyla yapıyorsunuz. Videolarınızı izleyenlere de iyi bir örnek, aynı zamanda bu tür ibadetleri yaparak insanları teşvik ediyorsunuz."* ve *"Seneler önce çekilen ilk Huzme vlogları gibi hissettim, dini müzik seçimleri daha güzel olmuş."* şeklindeki geri bildirimlerde ise Huzme'nin isabetli iş bölümünün ürünü olan bu içerikle dini eylemleri teşvik etmeyi başardığı görülmektedir. Ayrıca bir izleyicinin bu platformlarda üretilen diğer dijital içeriklere atıfta bulunarak *"Ev işi yaparken falan podcast dinliyorum. Çok güzel oluyor. En azından boşa vakit harcamamış oluruz. Huzme'nin podcast'ini herkese şiddetle tavsiye ediyorum"* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere, tıpkı gündelik yaşamın dinle sentezlendiği vlog'ların mantalitesiyle uyumlu bir biçimde, başka dijital türlerin kişisel hayatlara uyarlanarak yeni sentezler mümkün hale gelmiştir.

Din ve gündelik hayatın sentezlendiği önceki videolara kıyasla burada dini tema daha belirgindir. Nitekim *"Affınıza sığınarak bir şey soracağım. Ben tesettürlü değilim ama bir gün de olsa Huzme'ye gelmek, o güzelliği görmek istiyorum. Tesettürlü olmayanlar da gelebiliyor mu?"* şeklindeki bir yorumda görüldüğü üzere, dini boyutun çok belirgin olduğu bu içeriğin tesettürlü olmayan izleyicilerde ortama kabul edilmeme yönünde bir izlenim oluşturduğu görülmektedir. Ancak *"Rabbim samimi ve temiz olanların yolunu açsın. Yalnız konuşmaları daha rahmani bekledim."* ve *"Yabancı şarkı çaldı bir ara erkek söylemişti. Yaptığınız işler o tarz bir fon müzikle alakasız, uyuşmuyor birbirine. Bundan sonra yapmasanız daha maneviyatı olacağını düşünüyorum."* şeklindeki geri bildirimlerde ise dini tema içerisine serpiştirilen bazı gündelik unsurlar, içeriğin özüne aykırı bulunmuştur.

3.2.3. Mahremiyeti İhlal Eden Bir Platform Olarak YouTube

"Mahremiyet" teması kapsamındaki videolar; Huzme'nin özel hayata bakış açısını yansıtan "kadın", "tesettür", "evlilik-aile" kodları altında listenen videolardan oluşmaktadır. Bu çerçevede yapılan tasnife göre Huzme kanalında "mahremiyet" teması kapsamında değerlendirilebilecek 6 uzun ve 24 kısa olmak üzere toplam 30 video bulunmaktadır.

3.2.3.1. Görsel Metin 1: Astronot Çift - Birlikte Mars'a Uçtuk! /Bizimkiler/Sessiz vlog

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: Yaklaşık 11 dakika uzunluğuna sahip olan bu içerik, 11 Kasım 2019'da yayınlanmıştır. Bu tarihten itibaren içerik; 282 bin görüntüleme, 13 bin beğeni ve 685 yorum almıştır.

b. *Sahne*: Bu içerikteki performanslar için evli bir çiftte ait evin farklı bölümleri, Huzme binası, yolculuk esnasında görüntülenen bir aracın içi ve son olarak “çorak toprak yapısına sahip bir göl kıyısı”¹⁰⁶⁷ sahne olarak kullanılmıştır.

c. *Karakter-Oyuncu*: Bu içerikte Huzme’li Edibe ve Maksat’lı Fatih olmak üzere iki oyuncu başlıca rol almış görünmektedir. Ancak içerikteki erkek oyuncu ekranda çok fazla görünse de aslında Huzme’nin doğal üyesi değil, paralel erkek ekibinden transfer olan bir konuk oyuncudur.

d. *Takım*: Bu içerikteki tüm performansları tek bir Huzme kızı yönetse de bu oyuncunun tek başına icra ettiği performanslar içerik boyunca azınlıktadır. Burada daha çok iki kişilik bir takımdan, daha doğrusu takımlararası bir işbirliğinden bahsetmek mümkündür.

e. *Üslup ve Dil*: Bu içerikte çok sayıda görsel unsurla desteklenen gündelik ve basit bir dil biçimi kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Tüm içerik boyunca kullanılan ifadeler temelde iki şekilde kurgulanmıştır. Bunlardan biri, “*Geçirdiğim en verimli saatler*”, “*Vazgeçilmezimiz: Mıhlama*”, “*Benim için en keyifli öğün..*” ve “*huzur*” gibi ifadelerde görüldüğü üzere oyuncuların özel yaşantılarından kesitler içeren görsellerin anlamını pekiştirmek üzere kullanılan eksilteli ve devrik yapıli cümlelerdir. Bu ifadeler, özellikle oyuncuların “duygularını” yansıtmaya çalıştığı sahnelerde çok sayıda kullanılmıştır. İkincisi ise özellikle Huzme binasındaki performanslar esnasında kullanılan “*Burada bedenem yorulsak bile; aklen, ruhen, kalben dinleniyoruz.*” ve “*Ama asıl ulaşması gereken doğruları insanlara ulaştırmaya çalışıyorum. Bununla beraber açıktan ilahiyat*

¹⁰⁶⁷ Huzme oyuncuları uzaylı temasına uygun bir mekan olarak seçtikleri çorak toprağın neresi olduğuna dair, izleyicilerin bu yönde sorusu olmasına rağmen, herhangi bir açıklama yapmamıştır. Ancak bölgenin 2019-2020 yılında büyük bir su kaybına uğrayarak %90’ı kuruyan Bursa Gölbaşı Barajı olduğu anlaşılmaktadır. Bk. *Bölgesel İklim Değişikliği Eylem Planları* (Ankara: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020), 210.

okuyorum. Bir gün içinde yüzlerce insanın sorularına cevap oluyoruz.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere oyuncuların “düşüncelerini” yansıtan etken ve kurallı cümle yapısıdır. Ayrıca bu içerikte kullanılan tüm ifadeler; görseller arasına serpiştirilmiş vaziyette rahatsız edici durmasa da, bağımsız bir metin olarak ele alındığında aslında sistematiklikten oldukça uzak, kesintili ve bol hatalı bir metin oluşturmaktadır.

b. Performans: İdeal bir aile yaşantısından belli motifler sunmak üzere tasarlanmış olan bu içerikte, grubun mahremiyet normlarına dair doğrudan herhangi bir ifade bulunmamaktadır. Yani içerik nasıl bir mahremiyet anlayışına sahip olduğunu ifade etmek yerine, daha çok birtakım performanslar yoluyla ima etmektedir. Bu içerikte Huzme’nin mekanını ve kurumsal kimliğini ön plana çıkaran önceki içeriklerden farklı olarak yeni evli bir çiftin kendilerine ait özel alanın sınırları içerisinde sürdürdüğü örnek dini yaşantısı ön plana çıkarılmaktadır. Bu anlamda içeriğin kapalı bir dini oluşum imajı çizen Huzme’de radikal bir değişimin başlangıcı olduğu ifade edilebilir. Ancak Huzme; bu özel alanda performans gerçekleştirirken abdest, namaz, tesbihat, kitap okuma, yemek ve temizlik gibi rutinleri seçerek rutinler arasında bir tür “mahrem derecelendirmesi” yapmış ve bu rutinlerin sahnelenmesi esnasında el ve ayak gibi sadece bazı vücut bölümlerini göstererek ifşaatı önleyecek birtakım tedbirler almış görünmektedir. Bu yönüyle Huzme’nin mahremiyet normlarını revize ederek YouTube platformuna yumuşak bir geçiş yapmaya çalıştığını ifade etmek mümkündür.

c. Retorik: Öncelikle bu içerikteki iki oyuncu; başlıktaki “*astronot çifti*” ifadesi ve kadın oyuncunun “*Bu kadar yoğunluk içinde kendime, eşime, evime nasıl vakit ayırıyorum?*” şeklindeki ifadesinden anlaşıldığı üzere birbiriyle evlilik bağıyla bağlıdır. Oyuncuların meşru bir ilişki içerisinde olduğunu doğrudan gösteren bu ifadeler; içerik boyunca kullanılan “*yatakta aynı battaniyeye sarınarak kitap okuma*”, “*erkek oyuncunun oltayı tutan kadın oyuncuya muhabbetle dokunması*” ve “*kadın oyuncunun erkek oyuncunun omzuna yaslanması*” gibi pek çok “bağ işaretleri”¹⁰⁶⁸ ile dolaylı olarak pekiştirilmiştir. Bu “ilişki belirteçleri”¹⁰⁶⁹ aynı zamanda çekilen videonun temsili olmadığını da göstermektedir. Çünkü Huzme’nin başka içeriklerinde mahrem

¹⁰⁶⁸ Kişilerarası ilişkinin boyutunu gösteren bağ işaretleri, kişilerin eylemleri ve bedenleriyle doğrudan ilişkilidir. Ancak ifade ettikleri anlam ise kişilerin kendilerine ve içinde bulundukları sosyal çevreye göre değişebilmektedir. Bu yönüyle bağ işaretlerinin bağlamsal olduğunu ifade etmek mümkündür. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 235-239.

¹⁰⁶⁹ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 245.

olmayanlarla bir arada görünmek ve hatta mesajla iletişim kurmak bile, haramları açan bir kapı olarak olumsuzlanır.¹⁰⁷⁰

İkinci olarak bu içerikteki oyuncular arasında evin “iç işleri” ve “dış işleri” olmak üzere, temelde cinsiyet değişkenine dayanan ikili bir iş bölümü bulunmaktadır. Huzme oyuncusunun sorumluluğunda olan iç işleri, “*Onu yolcu edip, evin içişleri üzerinde yoğunlaşıyorum.*” şeklindeki ifadesinin ardından ekrana gelen görsellere göre temizlik yapmak ve bitkileri sulamaktan ibarettir. Huzme oyuncusu bu iş bölümünü kutsal amaçlarla gerekçelendirmektedir. Nitekim oyuncunun “*Hayatta bazen yol ikiye ayrılır ve seçim yapman gerekir. Bir defa benim de seçim yapmam gerekti. Ya hayalimdeki gibi gazeteci olup doğru haber yapacaktım. Ya da Huzme gibi bir hayali gerçekleştirecektik. Bu noktada Kırmızı kitabım, Risalem imdadıma koştı. ‘Allah için işleyiniz, Allah için görüşünüz, Allah için çalışınız, Lillah, livechillah, lieclillah rızası dairesinde hareket ediniz.’ İki yoldan da rabbimi razı edebilirdim. Ama seçimim Rabbimi en çok razı eden seçenek olmalıydı.*” şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere çalışma hayatı ile ev hayatı arasında bir tercih yapmak durumunda kaldığında evde kalıp kendisini tümüyle dini bir yaşantıya adamayı, çünkü bu yolun onu daha çok razı edeceği ifade edilmektedir. Bu süreçte gazetecilik okuyup gazetecilik yapmak ise doğal olarak Rabbini daha az razı edecek bir seçenek olarak sunulmaktadır. Özetle Huzme’ye göre kadın, daima özel alanlarda muhafaza edilmesi gereken bir değerdir. Bu yüzden kadının yapmayı arzuladığı dinsel, düşünsel ve finansal her eylem, ancak kendisine “tahsis edilen” sınırlar içerisinde güvenle gerçekleştirilebilmektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Öncelikle hangi amaçla üretilirse üretilsin bu içerik, oyuncuların bir yandan dijital ortamda göstererek var olmanın cazibesine kapıldığını ve bu şekilde kabul görme arzusuna karşı koyamadığını; diğer yandan bu arzuyu dizginlemek için büyük çaba harcadığını göstermektedir. Bu ikilem özellikle kadın, erkek veya çocukların hangi oranda yüzlerinin paylaşılacağı noktasında yaşanmaktadır. Huzme; bu ve diğer pek çok içerikte oyuncuların kimlik belirtici olan yüzlerini büyük bir özenle saklamaya çalışmakta; bu durum ise Huzme’nin grup değerleriyle tutarlı görünmektedir. Ancak bu içerik boyunca kadın oyuncunun yüzünü ve kimliğini koruma

¹⁰⁷⁰ Huzme’nin bu ifadeleri net bir biçimde kullandığı “Sevgilinden ayrılmak istiyorsun ama sana hakkını helal etmeyeceğini mi söylüyor? Reels tam sana göre” başlıklı kısa video için bk. <https://www.youtube.com/shorts/58xEoH1Z76c>

noktasında büyük bir “normatif istikrar”¹⁰⁷¹ sağlansa da aynı hassasiyet erkek oyuncu için gösterilmemektedir. Burada erkek oyuncunun hem kadın özneye kıyasla vücudunun daha fazla kısmı ekranda gösterilmekte hem de bazı sahnelerde yüzünün bir kısmı kimliğini açık edecek şekilde sunulmaktadır. Dolayısıyla Huzme’nin her fırsatta tesettürün sadece kadınlara mahsus olmadığını ve erkekler için de geçerli olduğunu belirtmesine rağmen burada cinsiyete göre değişen bir mahremiyet algısına sahip olduğu ifade edilebilir.¹⁰⁷²

Aynı şekilde Huzme’nin bebek ve çocukların mahremiyetine ilişkin bir kafa karışıklığı yaşadığı görülmektedir. Nitekim Huzme’nin başka içeriklerinde kimi zaman bebek ve çocukların yüzü net bir biçimde gösterilirken başka sahnelerde ise aynı bebek ve çocuklara ait görseller yetişkinlere yapıldığı gibi sansürlenmektedir.¹⁰⁷³ Ayrıca Huzme’de bebekler, çocuklara kıyasla daha fazla sansürlenmekte ve ergenlik öncesi dönemde olan pek çok büyük çocuk dahi Huzme performanslarında yüzleriyle sahne alabilmektedir. Özetle Huzme’nin oyuncu benliğini koruma düşüncesi; cinsiyet ve yaş grupları çerçevesinde gösterme-saklama ve ifşa etme-muhafaza etme eğilimleri arasında sürekli bir salınım göstermektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle ideal bir aile yaşantısının nasıl olması gerektiğini gösteren bu içerikte, insanların hayatlarında böylesi evlilikler oluşturmaları yönünde imrendirme çabası bulunmaktadır. Bu çerçevede içerik boyunca doğrudan gösterilen hususlar kadar arka planda kalan pek çok detay kullanılmıştır. İşte bu detaylar, oyuncuların asla doğrudan dile getirmediği yaşam stilleri, kişisel zevleri, düşünceleri, duyguları ve yargıları hakkında muazzam bir veri akışı sunmaktadır. Örneğin; bu içerikte Huzme üyesinin yüzünün neye benzediği hakkında izleyicinin hiçbir fikri olmasa da aynı oyuncunun sabahları “uzaylı sesi” biçiminde bir alarmla uyandığını, “tavşan kulaklı pembe terlik”lerini giyerek evde gezindiğini, üşüdüğünde “peluş gri battaniye”sine sarındığını, “piyano sesi” eşliğinde kitap okumayı sevdiğini, kahvaltıda en çok “mıhlama”yı tercih ettiğini, çayını “cam demlik”te demlediğini, mutfağındaki minik “sukkulentler”i asla ihmal etmediğini, duvarları “yeşil ve krem”

¹⁰⁷¹ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 230.

¹⁰⁷² Tesettürün her iki cinsiyet için geçerli olduğunu ifade eden “Kur’an’daki tesettür emrinden emin olmayanlar varmış.. Kur’an net bir şekilde tesettürü emreder.” başlıklı kısa video için bk. https://www.youtube.com/watch?v=P-ma_LAfKZ0 (Erişim tarihi: 08.09.2023)

¹⁰⁷³ Bahsedilen sansürlemenin kısmen yapıldığı “Huzurlu Bir Ev İçin Yapılacaklar / Manevi Temizlik Rutinim - Sessiz Vlog” başlıklı video için bk. <https://www.youtube.com/watch?v=v89BTxm1Yzs> (6:00-6:15) (Erişim tarihi: 08.09.2023)

renkleriyle boyanan bir evde yaşadığını, evini “antrasit spor koltuk”lar ve aynı renk “shaggy halı”larla dekore ederek soft-spor bir ev dizaynından hoşlandığını, bu modern çizgileri gramofon biçimli telefon tutucusu ve gazeteci babadan kalma turuncu-beyaz daktilo gibi otantik aksesuarlarla harmanladığını, oyuncunun gazetecilik okuyup gazeteci kalmak yerine açıktan ilahiyat okuyup Huzme’nin Lika markasını yöneten finans sorumlusu olarak aslında kutsal bir vazifeyi icra ettiğini, çiftin bir taraftan “Vans” ve “New Balance” marka ayakkabılarıyla rahatlarına düşkün olduğunu, diğer yandan aynı öznelerin “Renault” marka arabalarıyla aslında alt-orta sınıf mensubu olduklarını ve bu anlamda iki sosyal sınıfa ait değerler arasında sıkıştığını küçük bir dikkatle öğrenmek mümkündür. Özetle Huzme; bu içerikle yüz yüze ilişkilerde yabancılara asla açmayacağı bazı özel mekanlarının kapısını YouTube üzerinden açarak kendisini anlattıklarından daha çok, anlatmadıkları üzerinden teşhir etmiştir. Yani Huzme bu yolla çelişkili gibi görünse de saklayarak sunmakta, kaçırarak anlatmakta ve gizleyerek ifşa etmektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi:* Büyük bir etkileşim üreten bu içeriğe yapılan geri bildirimlere bakıldığında, izleyicilerin çok büyük bir kısmının ilginç bir şekilde bu ifşaat çelişkisini fark etmediği görülmektedir. İzleyiciler; “*Dünyanın en güzel çifti falan mısınız?*”, “*Eşsiz bir tablo*”, “*Bu dünyada tek değilmişim*” diyorum”, “*Bu dünyanın binbir türlü pisliği içinde gecenin bu saatinde böyle güzel bir video izledim ya sanki cennetten bir sahne izlemiş gibi oldum.*” ve “*Allahım evlatlarımı da böyle takva sahibi insanlarla karşılaştırsın*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bütün bu ifşaatı “*YouTube çöplüğü*”ne atılan atık içeriklere kıyasla çok masum, yararlı ve küçük ifşaatlar olarak görmekte ve benimsemektedir. Burada içeriğin Huzme’nin kendi değerleriyle kıyas edilmediği, içeriğin alt metnini okumaya yönelik bir çabanın söz konusu olmadığı ve daha çok olumsuzluğu aşkar olan içeriklerle kıyaslandığı görülmektedir.

Bir izleyicinin “*Eşinizin namaza bu kadar özen göstermesi, bizim tesettüre verdiğimiz özen gibi takdire şayan.*” şeklindeki yorumunda erkek oyuncunun namaz öncesi hayli uzun süre ekranda gösterilen takke üzerine sarık sarma faslına gönderme yapılmış ve Huzme’nin mahremiyet normlarının erkekleri kapsadığını gösteren bu işaret olumlanmıştır. Ancak erkek oyuncunun abdest alma sahnesine atıfta bulunan bir izleyicinin “*Videonun başı Fatih abiymiş bir an korktum niye kollarını açıyor diye*”

şeklindeki yorumunda ise dijital uzamdaki mahremiyet normlarının tıpkı yüz yüze ortamda olduğu gibi cinsiyete göre farklı olması gerektiği ve oyuncularının bu gerekliliğe uymuş olmasının memnuniyetle karşılandığı görülmektedir.

İkinci olarak “*Alt köşeye saatleri de yazsan çok güzel olur abla.*” ifadesinde görüldüğü üzere, izleyici için oyuncuların kişisel hayatlarını sunmuş olması yetersiz görülmüş ve rutinler hakkında daha bilgilendirici ifadeler bulunması arzu edilmiştir. Bazı izleyicilerin ise “*İki sene önce Fatih Toprakoğlu’nu Eyüp tarafında yaptıkları kermeste görmüştüm. Çocuktan daha, ne ara büyümüş de evlenip barklanmış. Gülesim geldi yahu!*” ve “*Benim de annem babamdan büyük. Edibe abla da Fatih abiden büyük. Ben de annemle dalga geçerim babamla tartışınca: Kendinden ufak çocuğu zamanında kandırmışsın ne bu atar gider diye.*” şeklindeki ifadelerden anlaşıldığı üzere, oyuncuların kimlik bilgisine ve içerikte hiçbir şekilde ima edilmeyen bazı özel bilgilere sahip olduğu görülmektedir.

Son olarak, yapılan yorumlardan birinde oyunculara “*Neden videolarınızda erkeklerin yüzü gözükmürken kadınların yüzü gözükmüyor? Tercih mi yoksa İslami bir nedeni var mı?*” şeklinde bir soru yöneltilmektedir. Huzme ise tıpkı ses ve görüntü kullanmama sebebini öğrenmek isteyen izleyicilere karşı yaptığı gibi, böylesi soruları “*Tercih*” diyerek kısaca yanıtlamakta ve dini bir gerekçeye dayandığını –esasinda bu gerekçe Huzme’nin kararında çok belirleyici olmasına rağmen- asla açıkça ifade etmemektedir.

3.2.3.2. Görsel Metin 2: Tesettür Hakkında Tüm Eleştirilere Cevap! | #tesettürmanifestosu

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar:* 23 Ara 2021 tarihinde 11 dakika olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 220 bin görüntüleme, 12 bin beğeni ve 582 yorum almıştır. Ayrıca #tesettürmanifestosu, #tesettür ve #tesettürpolitikdeğildir şeklinde etiketlenen bu içerikte tesettürün ne olduğuna dair uzunca bir açıklama yazısı da bulunmaktadır.

b. *Sahne:* Bu içerikteki performanslar sırasıyla “trafiğe kapalı bir cadde”¹⁰⁷⁴, “rayların olduğu bir istasyon”, “bir çiçekçi” ve “bir kafe” olmak üzere farklı dış

¹⁰⁷⁴ Flulaştırılmış gece görüntüsü olmasına rağmen ekrandaki mekan, Bursa Cumhuriyet Caddesi’ne benzemektedir.

mekanlarda ve Huzme binasının “kafe”, “sanat odası” ve “toplantı odası” gibi iç bölümlerinde gerçekleştirilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Bu içerikteki tüm performansları yöneten oyuncu, akan görseller ışığında dış ses olarak konuşan ekip üyesi Damla’dır. Konuşmalara paralel ekrana yansıyan görsellerde birden fazla Huzme oyuncusu rol almıştır.

d. *Takım*: İçeriğin ilk kısımlarında yer alan dış çekimlerde genelde farklı aktörler, farklı mekanlarda tekil olarak performansta bulunmuşken; Huzme binasındaki çekimlerde ise aktörler büyük oranda toplantılar veya düşünsel aktiviteler yapan bir ekip olarak performansta bulunmuştur.

e. *Üslup ve Dil*: İzleyiciyi samimi bir biçimde ikna etmeye yönelik oluşturulmuş olsa da tüm metinde tartışma, açıklama ve kanıtlamanın belirgin olduğu akademik bir dil kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Öncelikle açıklama, kanıtlama, savunma, karşıt argümanları çürütme ve ikna etme çabasının çok belirgin olduğu bu içerikte, “*Tesettür nedir?*”, “*Ne değildir?*”, “*Tesettürün kısıtlayıcı özelliği hakkında neler söyleyebiliriz?*” ve “*Peki ayak uydurduğumuz bu düzen, kadının kendi fikirlerini tanıması, kendi bedenini ve zevklerini sevmesi konusunda ne kadar özgürlükçü?*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bu içerikte çok sayıda soru sorulmakta, ardından bu sorulara uzun izahatlar verilmektedir. Bu anlamda içerikte diyalektik bir yöntemin ve tek kişinin farklı rollere bürünerek gerçekleştirdiği bir diyalog biçiminin kullanıldığını ifade etmek mümkündür. Ayrıca “*Şimdi bunları tek tek düşünün*” ve “*Eğer böyle bir algınız varsa daha dikkatli dinleyin.*” şeklindeki ifadelerde olduğu gibi emir kipleri; “*En önemlisi de İslamiyet’in yaptığı tanımlamalar, koyduğu kurallar iyi anlaşılmalı*”, “*Özellikle kadın ve tesettür konusunda geleneksel olarak topluma yerleşmiş eksik ve yanlış uygulamalar, İslam gerçekleri ile karıştırılmamalı*” ve “*Detaylara girmeden önce şu konuda bir anlaşmamız lazım*” şeklindeki ifadelerde olduğu gibi gereklilik kiplerinin belirgin bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Bununla beraber tüm içerikte nezaket sınırlarını korumaya büyük ihtimam gösterildiği ve içeriğin kendinden emin bir üslupla kurgulanmış cümlelerden oluştuğu görülmektedir.

b. *Performans*: Bu videoda açıklayıcı bir anlatım biçiminde kurgulanan konuşmaların belirgin olduğu üç ana sahne ve bu sahneleri bölen bağımsız üç intro

bulunmaktadır. İçeriğin ana sahnelerinde konuşmaların içeriği ön plana çıkarılmışken, intro'larda ise sözsüz performanslar daha çok ön plana çıkarılmıştır. Bu intro'ların ilki; video başında bazı medyatik figürlerin tesettür karşıtı sözleri eşliğinde, bazı kullanıcıların tesettür karşıtı twit'lerine ait görsellerin ekrana yansıtıldığı otuz saniyelik bir gösteriden oluşmaktadır. Bahsedilen görsellerden ve konuşmalardan kesitlerin montajlandığı bu intro'nun arka planında ise spor giyimli bir Huzme oyuncusunun yağmurlu bir gecede gerçekleştirdiği yürüyüş, ağır çekimde gösterilmiştir. İkinci introda, içeriği yöneten oyuncunun nelerden bahsedeceğini belirten kısa açıklamasından sonra, Huzme'deki farklı oyuncuların dış mekanda gerçekleştirdiği performanslardan kesitler içeren on saniyelik daha kısa bir gösteri demeti sunulmuştur. Üçüncüsü ise "doğru tesettür" içindeki oyuncuların birden çok alanda aynı anda nasıl var olabildiğini ve örtünmelerinin kişilerin yeteneklerini örtmediğini belgelemek üzere Huzme mekanında gerçekleştirilen performanslardan süzülen sekiz saniyelik bir gösteri demetinden oluşmaktadır. Ayrıca çerikte gerçekleştirilen tüm performanslar esnasında elektro pop türünde müzik yapan "Phanogram" grubunun "Black Out Days" adlı çalışması ve film müziği yapımcısı Brian Tyler'ın "Tapping in from Fast Five" adlı çalışması ana sahnelerde çok hafif tonda, intro'larda ise daha yüksek bir tonda kesintisiz bir biçimde kullanılmıştır.

c. *Retorik*: Bu içeriğin üretilmesini motive eden temel şey, medyada uzunca bir süredir dolaşımda olan tesettür karşıtı argümanlara toplu halde cevap verme refleksidir. Nitekim içeriğin bütününe bakıldığında bu popüler konuşmalardan alınan "*O Kur'an'da adı geçmeyen baş sargısı için beyaz çarşaf giyiyor ve ortaya çıkıyorlar.*", "*Her yer kapalı, her yer ya görevli kapalı, su satan kapalı.*", "*Neden tesettür sadece kadınları ilgilendiren bir konuydu?*", "*Baya üniformadır türban ya..*", "*İran'a mı geldim Türkiye'ye mi geldim bilmiyorum*" ve "*Sakin örtünmenin dini olduğundan bahsetmeyin.*" şeklindeki ifadelerde ve "*Kafese girelim o zaman tesettüre gerek yok*", "*Kadın her şekilde değerlidir. Ne alaka değeri artırır?*", "*Ne kadar saçmalamış. Kadının değerinin yükselmesini tesettür oluşturmaz. Sağlıklı bir aile ile tesettür ne alaka? İki cinsiyet arasındaki saygı ne alaka ya siz ne diyorsunuz?*", "*Tesettür cahillikten başka bir şey değildir.*" ve "*Toplumdaki ahlaki yozlaşmalardan sorumlu tutulup kapanmak kimsenin hak edeceği bir aşağılanma değildir. Anlayın artık bunu.*" şeklinde bazı twitter kullanıcılarının paylaşımlarında ileri sürülen argümanlara dikkatli

bir biçimde yanıtlar verilmiştir. Huzme, bu politik saldırıları “*Tesettür bir kızın belli bir yaşa gelince saçlarını kapatmak zorunda kalması değildir... Kadını dış dünyadan soyutlayan; eğitimini, evliliğini veya sosyal hayatını kısıtlayan bir emir de değildir. Ucu hiçbir faydaya dayanmayan sadece dış görünüşten ibaret olan bir şekilcilik hiç değildir. Önemlilik derecesi gündeme göre değişen, uygulayan veya uygulamayan, hakikati bilen veya bilmeyen herkesin eleştirisine maruz kalabilecek ucuz bir malzeme değildir. Bir kadının hayatında olduğu için veya olmadığı için yargılanacak bir tercih değildir. Kaldı ki tesettür sadece kadınları ilgilendiren, onlara ağır sorumluluklar yükleyen bir durum hiç değildir.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere önce mevcut argümanları tek tek reddederek bertaraf etmeye çalışmış; ardından “*Her şeyden önce yaratıcı tarafından belli başlı hikmetlere dayanarak gönderilmiş bir emirdir. Bu konuda net olmamız ve bunu kabul etmemiz gerekiyor. Bizim insanlar olarak toplumdaki ahlaki dengeleri koruyacak bazı yaptırımlara ihtiyacımız var. Örnek verelim. Korku, aşk, hırs gibi duygularda uygun bir sınırlama yapılmadığında gerçekten de vereceği zararların önüne kimse geçemez. Kadın ve erkek, birbirine karşı sürekli çekim potansiyelinde olan iki varlık. Bu iletişimi sağlıklı hale getirecek bir ölçü bulunmak zorunda. Tıpkı bu saydığımız duygularda olduğu gibi. Tesettür ise sosyal hayatın bu en önemli noktasında hem erkek hem de kadın için bir rehber olarak yerini alıyor. Kıyafetle beraber davranış şekilleri, temas kurma ölçüleri gibi konularda en sağlıklı boyutta dengeleniyor. Bu da tesettürün bir şekilcilik olmadığının en güzel göstergesi.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere “ilahi bir emir”, “cinsler arası sorunları önleme potansiyeli” ve “yaptırım” olmak üzere üç bilindik gerekçe üzerine tesettür ve mahremiyet anlayışını inşa etmiştir. İleri sürülen bu argümanlar bilindik olsa da Huzme’nin mahremiyet ve tesettür anlayışını uygulama şeklinde belirli farklılıklar bulunmaktadır. İşte Huzme, önlem amacıyla konulan bir ilahi emre uysa da bu emrin kendisini sınırlandırmasına izin vermeyecek alternatif bir “kişisel mekan” (personal space)¹⁰⁷⁵ inşa ederek ve içerikte bu kişisel yaşam alanından kareler paylaşarak söz konusu eleştirilerin hükümsüz olduğunu uygulamalı olarak göstermektedir.

Son olarak Huzme, “*Bugün medyada dayatılan güzellik algısı üzerine yüzlerce akademik çalışma var. Kadınların psikolojik olarak olumsuz etkilendiklerini ve neredeyse %80’inin kendini beğenmediğine dair istatistikler var elimizde. Genç veya*

¹⁰⁷⁵ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 59.

yetişkin birçok kadının sahip olmak zorundaymış gibi hissettiği ortak bir güzellik amacı var... Estetik operasyonlar, kalıcı makyajlar bu amaca hizmet etmek zorundalar.” ifadesinde görüldüğü üzere medyanın dayattığı güzellik algısını önce ifşa etmekte; ardından “Peki ayak uydurduğumuz bu düzen, kadının kendi fikirlerini tanıması, kendi bedenini ve zevklerini sevmesi konusunda ne kadar özgürlükçü? Özgürlüğü asıl kısıtlayan şey tesettür mü yoksa kadın psikolojisini bu kadar olumsuz etkileyen, kadını değiştirmeye zorlayan, kendi benliğinden giderek uzaklaştıran bu güzellik kalıpları mı?” ifadelerinde görüldüğü üzere bu beden algısının bizatihi kadın ve özgürlük düşmanı olduğu yönünde bir karşıt-argüman geliştirmektedir. Bu ifadelerde de görüldüğü üzere Huzme’nin tüm içerik boyunca sergilediği “sahne özgüveni”,¹⁰⁷⁶ savunmacı mütebedeyyin refleksinden sıyrılma çabası olarak okunabilir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Öncelikle daha çok politik bir bağlamda üretilen ve “tesettürün dini bir emir olmayıp kültürel olması”, “sadece kadınları ilgilendirmesi”, “kadını belli kalıplara sokması” ve “özgürlüğünü elinden alması” gibi hususlarda kümelenen karşıt argümanları tek tek ele alan bu içeriğin bir tür reddiye olduğunu ifade etmek mümkündür. Fakat Huzme; ilginç bir biçimde bu içeriği dini gerekçelerle üretilmiş bir reddiye olarak değil, politik bir bağlamda üretilen “manifesto”¹⁰⁷⁷ kavramıyla nitelemektedir. Huzme, her ne kadar #tesettürpolitikdeğildir etiketiyle tesettürün politik olmadığını belirtse de bu içeriği aynı zamanda #tesettürmanifestosu olarak etiketleyerek aslında bu politik duruştan tamamen arı olmadığını göstermektedir.

İkinci olarak Huzme, bir yandan “*Tesettürden çıkmak bir damga mıdır veya bir eleştiri, bir yargı malzemesi midir?*” ve “*Tesettürden çıkan bir insanın üzerine çarpı konulması İslami bir emir değildir. Tesettür tanımına dahil edilecek bir durum bile değildir. Bu sadece insanların yönettiği magazinsel bir boyuttur.*” ifadelerinde görüldüğü üzere tesettürlü olmayan veya daha sonra tesettürü terk eden kimselerin ötekileştirilmesine şiddetle karşı çıkmakta; diğer yandan “*Tesettürden vazgeçme sorunsalının en büyük sebeplerinden biri yeterince bilgi sahibi olamamak ve tanımamaktır. Neyi, neden, kimin için, hangi gerekçelerle yaptığını kendisine ne kazandırıp ne kaybettireceğini bilen bir insan; bu tarz önemli kararlarda daha sağlam*

¹⁰⁷⁶ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 256.

¹⁰⁷⁷ TDK’ya göre manifesto; “Toplumsal bir hareketin siyasal inanç ve amaçlarının açık ifadesi” ve “bildiri” olarak tanımlanmaktadır.

durur ve doğru yolu tercih etmede zorlanmaz. Koşulsuz, şartsız bir kabul yerine sorgulamak tabi ki daha iyi ama bu sorgulama noktasında varılacak noktaya çok dikkat etmemiz gerekiyor. Ve hangi kaynaklardan ne tarzda bir sorgulama yaptığımız da oldukça önemli” ifadelerinde görüldüğü üzere Huzme, tesettürün dışına çıkan insanları dolaylı bir biçimde bilgisizlikle, kararsızla, sağlam duramamakla ve hatalı bir sorgulama yapmakla nitelemektedir.

Benzer şekilde bir yandan *“Tesettürlü kadınlar saygılıdır, tesettürsüzler bu saygıyı koruyamaz; tesettürlü kadınların çok mutlu bir aile yapısı vardır, tesettür yoksa ailede huzur yoktur gibi bir genelleme tabi ki yapılamaz.”* ifadesinde görüldüğü üzere, tesettürlü olmayanlara yönelik muhafazakar camianın bir kısmında var olan bazı genellemelere karşı çıkılmakta; diğer yandan *“Ama doğru tesettür kesinlikle kadın ve erkek arasında olması gereken saygıyı iki tarafa da öğretir. Tesettürün evlilik ve aile boyutu da çok önemli. Tesettür eğer gerçekten şekilcilikten çıkıp da hayatın içine tamamen yerleşirse, bir aileyi yaşayacağı olası tehlikelere karşı korur. Evlilikte kıskançlık ve benzeri olaylar gibi aradaki bağları yıpratacak o durumlara karşı alınacak en güzel önlemdir.”* ifadelerinde görüldüğü üzere, şekilci olmayan “doğru tesettür”ü gerçekleştirenlerin daha saygılı, daha mutlu ve daha huzurlu olduğu ima edilmektedir. Bu yönüyle Huzme’nin eleştirdiği genellemelere yine dolaylı yoldan ulaştığı görülmektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle Huzme hemen her içeriğinde namaz, tesbihat, kabe veya dini içerikli sohbet edildiğine dair çok sayıda dini gösterge kullanmaktadır. Fakat bu içerikte oyuncuların tesettürlü oluşu haricinde, bahsedilen dini göstergelerin hiçbirisi; hatta tüm içerikte doğrudan veya flulaştırılmış görüntüsü dahil hiçbir şekilde “Kırmızı Kitap” bile kullanılmamıştır. Huzme içeriklerinde sıkça görmeye alışkın olduğumuz bu unsurların aksine, içerikte ellerinde buket çiçeklerle bir kafede oturup tabletinden araştırma yapan, boynunda kamerasıyla gezerek otantik mekanların fotoğraflarını çeken, resimler yapan, kulaklığını takıp Sezai Karakoç’un “Edebiyat Yazılarını” okuyan ve gece vakti tek başına metro merdivenlerinde zıplayarak inen tesettürlü kızlara ait çok sayıda görüntü ekranda yansır. Özellikle metro istasyonunda 23:36’yı gösteren dijital bir saatin doğrudan kadraja alındığı sahnede Huzme, gece geç saatte dışarı çıkabildiğini ve mahremiyet hassasiyetinin kendisini eve mahkum etmediğini; uzun uzadıya ekranda yansıyan resim yapma ve kitap okuma

sahnesinde ise “dini hassasiyetleri olan kimselerin sanattan ve edebiyattan uzak olduğu”na ilişkin seküler camiada yaygın olan *“Kadın kendi dairesine özel bir mahremiyet sınırı koyduğu için yeteneklerini öğrenme gücünü kaybedebilir mi? Veya örtü takınca düşünme, gülme, eğlenme gibi özellikler yok olur mu? Ya da kendisine yabancı bir erkekle gereğinden fazla samimiyet kurmadan iyi bir proje üretemez mi? Fikir üretemez mi? İşte tam da bu noktada İslamiyet’teki kadın ve tesettür profiline yöneltilen acımasız eleştiriler için de tarihte göz ardı edilen bazı önemli detaylar var.”* şeklindeki kalıp yargıları yıkma çabasıdır. Özetle tüm bu görseller, Huzme’nin tesettüre ilişkin ileri sürdüğü özgürlükçü argümanları kendi şahsında cisimleyerek böylesi bir yaşam tarzının mümkün olduğunu imlemektedir.

İkinci olarak normalde Huzme, yüz yüze hayatta bir erkeğin Huzme binasına gidip kendileriyle düşünsel anlamda iletişim kurma girişimine kapalı bir oluşumdur. Nitekim kanalın ilk dönemlerinde “hakkında” sekmesinde hanımlara özgü olduklarını özellikle vurgulayarak analog ve dijital dünyada ortak bir mahremiyet çerçevesi içinde davranmaya büyük gayret göstermiştir. Ancak zamanla dijitalin mantığına adapte olma yolunda mesafe kat ettiği anlaşılan Huzme’nin “hakkında”ki bilgileri güncelleyerek “hanımlara özgü” sıfatını daha az kullanmaya başladığı; ayrıca analog bağlamda geleneksel mahremiyet normlarını halen sıkı sıkıya uyguluyor olmasına rağmen dijital uzamda bu normları bir miktar gevşettiği görülmektedir. Nitekim normalde Huzme binasına girip mekanı gezme ve üyelerle konuşma fırsatını asla bulamayacak olan erkek cinsinin Huzme’nin paylaşımları üzerinden hem mekanı hem üyeleri hem de üyeler arası neşeli diyalogları istediği zaman görme, yorumlama, denetleme, kırpma ve değiştirme imkanı bulunmaktadır. Huzme’nin başlıca hedef kitlesi olmasa da kadınlara kıyasla daha az sayıda olan erkek izleyicileri ve aboneleri bulunmakta; bu karşı cinsler tarafından pek çok sayıda içeriğe yorum yapılmakta ve sorular sorulmaktadır. Huzme’nin özellikle kanalın son içeriklerinde daha belirgin olmakla beraber genel anlamda erkek-kadın ayrımına gitmeden yapılan yorumlara geri bildirimde bulunduğu görülmektedir. Bu durum Huzme’nin mahremiyet normlarının dijital ve analog uzama göre bir miktar farklılaştığını göstermektedir.

Üçüncü olarak ise Huzme oyuncusunun *“Tesettür nedir, ne değildir, kimin içindir, gerçekten politik midir ve gerekli midir? Hepsini bu videoda anlatacağım.”* ifadelerini kullandığı esnada içerikte yapılan açıklamaların yazıldığı bir dosya

görüntülenmektedir. Bu durum, Huzme'nin hakkında konuşacağı şeyleri videoyu çekmeden önce hazırladığı ve çekim esnasında bu metnin okuduğunu göstermektedir. Bu, aynı zamanda Huzme videolarındaki akıcı ve hatasız konuşma biçimini de açıklamaktadır. Normalde çoğu video bu şekilde akıcı olsa da, çoğu içerikte konuşma metinlerine yer verilmemektedir. Huzme burada izlenim denetimini anlık olarak devre dışı bırakmış görünmektedir.

Son olarak Huzme'nin ürettiği içeriklerin büyük bir çoğunluğunda yüzü görünmeyen oyuncuların elleri uzun uzun görüntülenmektedir. Kameranin odaklandığı bu eller genelde konuşmanın akışına paralel bir şekilde hareket eder. Eller açılır, kapanır, yükselir ve sakinler. Huzme sadece bu içerikte değil, neredeyse tüm içeriklerinde adeta ellerin başrolü oynadığı bir tiyatro gösterisi sunmaktadır. İşte bu sahnelerde Huzme, “doğru tesettür” sınırlarında kalmak için büyük bir dikkat içinde “bilek tesettürü”¹⁰⁷⁸ olarak adlandırdığı bir tür “bilek denetimi”¹⁰⁷⁹ yapar. Bu durumda Huzme'nin mahremiyet anlayışının vücut organları arasında “işlev derecelendirmesi”¹⁰⁸⁰ yaptığı; yani yüzü paylaşmanın gayrı meşru, ellerin ise bileklerinden ötesi görülmediği müddetçe meşru olduğu yönünde bir mahremiyet normuna sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Bu içeriğe yorum yapan izleyicilerin üç şekilde kümелendiği görülmektedir. Birincisi “*Her kelimenin özenlice seçildiği, gayet hoş bir video olmuş.*”, “*Bu aralar tesettür tartışmaları vardı ister istemez kafamız karışıyordu böyle meselelerde hemen yetiştiginiz teşekkür ederim.*”, “*Kısıtlamadığını söylemeniz ve araştırarak sorgulayarak karar verilmesi gerektiğini söylemeniz çok güzeldi.*”, “*Helal olsun. Erkek olmasam ben de kapanırdım bu manifesto videosundan sonra :)*” ve “*İlgim alakam olmayan bir kanal olsa bile sizi izlemeyi seviyorum çünkü anlatım şekliniz çoğulcu kimseyi dışlamıyor ya da ötekileştirip hakaret etmiyor, ideolojiden uzak pür bir din anlatımı...*” şeklindeki geri bildirimlerde görüldüğü üzere kadın veya erkek, dindar ya da seküler fark etmeksizin içeriği beğenenlerdir. Huzme'nin genelde bu tür

¹⁰⁷⁸ Bu kavram, Huzme'nin ürettiği videoların herhangi birinde doğrudan kullanılmamaktadır. Ancak bu kavramın ekip üyeleriyle yapılan yüz yüze görüşmede üyeler tarafından kullanıldığı görülmüştür.

¹⁰⁷⁹ Bu kavram; Goffman gerek kadınların gerekse erkeklerin bir tür “oturuş ve bacak denetimi” (limb discipline) olarak adlandırdığı bir tür kontrol manevrasından esinlenerek üretilmiştir. Goffman'e göre “oturuş ve bacak denetimi”, özellikle cinsel unsurları koruma noktasında kişisel görünümün uygun bir biçimde denetlenmesini ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 36; Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 92.

¹⁰⁸⁰ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 124.

yorumların büyük bir kısmını beğeniyle, emojiyle veya sözlü olarak yanıtladığı görülmektedir.

İkincisi seküler yorumcular tarafından Huzme'nin mahremiyet normlarının katı bulunduğu, hatta bu normlarla alay edildiği ifadelerdir. Huzme ise bu tarz yorumların şiddetine göre genelde polemiğe girmemek adına “8:40 kesinlikle katılmıyorum (‘‘önlem algısı’’) Kadının açık olması durumunda bunun kadına yapılan psikolojik şiddeti ve taciz, tecavüzü meşrulaştırmaya yönelik bir algıya hizmet edeceğini düşünüyorum.”, “Kendinizi ötekileştirmeye çalışırsanız böyle bir eleştiriyle karşı karşıya kalırsınız işte.”, “Kadın erkek tüm insanların hayatını ilgilendirmez. Sadece sizi ilgilendirir.” ve “Açılmak istiyorum ama ailem izin vermiyor, belki kızlarını zorla tesettüre sokup onları islamdan soğutan aileler için de bir şeyler söylemelisiniz.” şeklindeki ifadelerde olduğu sessiz kalmayı tercih etmektedir. Ancak “Beyinleriniz aşırı ısıdan etkilenmiyormu? Çünkü her insanın beyni ve bedeni biriciktir farklı etkilenirlikte olup değişik niteliklere sahiptir.” şeklindeki aşağılayıcı bir yoruma “Anlamadım, beynimiz kafamızın üstündeki bir santimi geçmeyen kumaştan dolayı mı zarar görecektir?” şeklinde öfkesini belli eden yanıtlar vermiştir. Bu durum, yani Huzme'nin eleştirel yorumların çoğuna cevap vermemesi, izleyicilerle bire bir çatışmaya girmek istemediğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Üçüncüsü Huzme'nin uyguladığı tesettür ve mahremiyet düşüncesini eksik bulan mütedeyyin izleyici kitlesidir. Bu izleyiciler “Senin Aişe annemizden demek ki tam manasıyla haberin yok.... Hz. Aişe bizim annemiz olduğu halde sahabelere kapının arkasından cevap verirdi çarşafı şerifle beraber. Sen bunlara ne diyorsun peki?”, “İyi de sizin tesettürünüz de modern tesettür ben mesela çarşaf-ı şerif giyiyorum.”, “Ha ben tesettürü giyerim, kadın-erkek karışık okurum hem de çalışırım mı diyorsun?” ve “Kadının islâmiyetteki yeri ise sadece tesettürle değil, kedine helâl olmayan erkeklerle aynı ortamda bulunmayışıdır. O zaman tesettürün kadının özel hayatını zaten kısıtlaması gerekmiyor mu? Tesettürlü bir bayan, İslâmi kurallara göre giyinen bir bayan aynı iş ortamında kendisine helâl olmayan erkeklerle nasıl çalışabilir? Daha geniş açıdan sosyal ve de eğlence hayatında tesettürlü bir bayan bir avm’de bir cafede nasıl oluyor da gezip dolaşabiliyor?” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme'nin tesettürünü modern bulmakta, kafeye-avm’ye gitmesini eleştirmekte ve Huzme'nin ısrarla vurguladığı “doğru tesettür” ve “gerçek tesettür” argümanını kullanarak

Huzme'nin "yanlış tesettür" içinde olduğunu ima etmektedir. Huzme tüm bu argümanları -tıpkı seküler camianın eleştirilerine karşı yaptığı gibi- yanıtı bırakmaktadır.

Bu içeriğe yapılan yorumlara bakıldığında, önceki içeriklere kıyasla eleştirel yorum sayısının burada -konunun popüler ve politik gerekçelerin de etkisiyle- belirgin bir şekilde artmış olduğu rahatlıkla ifade edilebilir. Ancak ilginç bir şekilde bu eleştirel yorumlar arasında *"Yüzünüzü paylaşmadığınıza göre tesettür ve mahremiyet sizin için çok önemli. Fakat yüzünüzü paylaşmasanız da eşinizi, çocuğunuzu, kendinizin bir kısmını, evinizi, eşyanızı, yemeğinizi, banyonuzu, yatağınızı, terliklerinizi, hasılı her şeyinizi paylaşıyorsunuz. Bu durum mahremiyeti zedelemeyebilir mi?"* şeklinde veya bu minvalde herhangi bir eleştiriyle şimdiye kadar karşılaşılmamıştır. İzleyiciler, sesinin tonundan elbisesinin desenine kadar pek çok şeye yorum yaparken dijitalin doğasında bulunan bu temel mahremiyet ihlalini nasıl olur da fark etmez veya buna atıfta bulunmaz? Büyük bir genelleme yapmak mümkün olmasa da böylesi bir eleştiri yapmak Huzme izleyicisinin bu durumu kanıksadığını, normal gördüğünü veya kendisinin de benzer bir ifşaat içinde olduğu için kendisiyle çelişmemek adına yapmadığını göstermektedir. Yani bu durum Huzme'nin seküler-dindar veya erkek-kadın tüm izleyici profiline dijitalin yeni mahremiyet normlarına uyum sağlamış olduğunu göstermektedir. Aslında izleyicinin böyle bir eleştiri yapmaması, platformun doğasıyla tutarlılık göstermektedir. Fakat böylesi bir eleştiri yapılmış olsaydı, bu ifşaat platformu üzerinden var olan izleyicinin, kendisiyle çelişmesi durumu söz konusu olacaktır. Özetle bahsedilen eleştirileri yapan birilerinin zaten bu platformda yer almaması, dolayısıyla bu içeriklere maruz kalmaması ve onlardan habersiz olması, tutarlılık adına beklenen bir davranıştır.

3.2.3.3. Görsel Metin 3: Kadın Hakkındaki Tüm Sorulara Cevap! / Feminizm

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar:* 4 Ağu 2022 tarihinde yayınlanan bu içerik, yaklaşık 48 bin görüntüleme, 3 bin beğeni ve 144 yorum almıştır. 12 dakika 47 saniye uzunluğundaki bu içerikte video etiketi ve herhangi bir açıklama yazısı bulunmamaktadır.

b. *Sahne*: Bu içerikteki performansların çoğu “ormanlık bir alan”, “büyükçe bir ayçiçeği tarlası” ve “Vitogi Coffe” olmak üzere birkaç dış mekanda ve daha az olmak üzere Huzme binasında gerçekleştirilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Huzme ekibinden Damla’nın dış ses olarak yönettiği bu içeriğin özellikle dış mekanda gerçekleştirilen çekimlerinde ekip üyelerinden dört yardımcı oyuncu bulunmaktadır. Ayrıca iki sahnede doğrudan ekrana karşı konuştuğu için yüzü, sesi ve kimliği açıkça bilinen Nurefşan (öğrenci) ve Emine (ev hanımı) isimli iki konuk oyuncu performansta bulunmuştur.

d. *Takım*: Huzme ekibinin çoğunlukla bir takım olarak faaliyette bulunduğu bu içerikte, ekip dışındaki bazı kişilerden destek alınmıştır. Bu yönüyle içeriğin takım dışı işbirliğinin ürünü olduğu ifade edilebilir.

e. *Üslup ve Dil*: Bu içerikteki -özellikle Damla’nın konuştuğu sahnelerde- akademik ve kanıtlayıcı bir anlatım biçimi belirgindir. Bu açıklayıcı anlatım biçimi konuk oyuncular tarafından sürdürülmekle beraber, konukların daha gündelik ifade biçimleri ile akademik üslubu sentezlediği görülmektedir.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Burada içeriği yöneten Huzme oyuncusu ile davet edilen konuk oyunculara ait olmak üzere iki farklı ifade biçimi bulunmaktadır. Bunlardan ilki dış ses olarak içeriği yöneten Damla’nın özenle seçilmiş akıcı ve büyük oranda hatalardan arınık konuşmasıdır. Bu konuşma, “*Hepimiz benzer sorunlarla mücadele ediyoruz. Birbirimize düşman olarak değil, yapıcı ve mantıklı çözümler bularak ilerlemeliyiz.*” ve *Tarafsız bir şekilde değerlendirip doğruyu bulmalıyız bence. Çünkü bizim önyargılara veya bilinçsiz eleştirilere değil gerçek doğrulara ihtiyacımız var.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere tarafsız akademik üslup içinde şekillendirilmektedir. Her ne kadar tarafsız olacakları taahhüt edilse de dış sesin bazı konuşmaları esnasında “*zehirleyen ideoloji*” (feminizm), “*gerçek doğru*” (Huzme’nin kadına bakışı), “*derin yara*” (kadınların maruz kaldıkları olumsuzluklar) ve “*şefkat kahramanı*” (kadın) gibi birtakım dolaylamalar yapılmakta ve içeriğe has ideolojik bir jargon geliştirilmektedir.

Diğer yandan konuk oyuncular da genel anlamda akıcı ve özgüvenli bir hitap biçimine sahip görünmektedir. Ancak konuk oyuncu Nurefşan’ın “*Feminizm, postmodern feminizme baktığımda evet ön planda, kalkanda çok güzel niyetler, işte kadın-erkek eşitliği, ondan sonra canım kadınlar gibi düşünce varken, oysaki arka*

plana baktığımızda gayri meşru ve gayri ahlaki her şeyi meşrulaştırmak için bir kalkan olarak kullanılıyor feminizm.” şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere bu konuk oyuncular dış sese oranla kesintili ve devrik cümlelerden oluşan daha gündelik bir anlatım biçimini kullanmaktadır. Hata oranının daha fazla olduğu bu sahnelerde konuk oyuncuların bir promter’den destek almadıklarını rahatlıkla söylemek mümkündür.

b. Performans: Öncelikle bu içerikteki ana sahnelerde yer alan görseller Brian Tyler’ın “Fast Five from Fast Five” parçası eşliğinde ağır çekimde gösterilmişken; intro’larda ise gerilimli haber müziğine benzer müzikler eşliğinde hızlandırılmış görseller ekrana yansıtılmıştır. Farklı içeriklerinde Tyler’a ait çok sayıda besteyi kullanan Huzme’nin müzik tercihlerine bakıldığında genelde genç ve çok fazla takipçisi olmayan müzisyenlerin iyi çalışmalarını kullandığı görülmektedir. Bu durumun çeşitli sebepleri olmakla beraber, genç müzisyenlere ait çalışmalarda telif haklarına takılmamak ve kimsenin pek bilmediği fonları kullanarak özgün ve farklı olmak gibi sebeplerin bu seçimlerde etkili olduğunu ifade etmek mümkündür. Ayrıca Huzme; bazı içeriklerinde olduğu gibi, bu içerikteki pek çok sahnede “fotoğrafın fotoğraflanması”¹⁰⁸¹ gibi bir tekniği sıklıkla kullanmakta ve bu yolla performanslarının hem doğal hem de farklı görünmesini sağlamaktadır.

İkinci olarak bu içerik; konuk oyuncuların gösterildiği sahnelerde oyuncuların jestleri ve mimiklerinin rahatlıkla görülmesi açısından diğer içeriklerden farklılaşmaktadır. Burada gerçekleştirilen konuşmalar esnasında oyuncuların ses tonları kadar tavırlarını da görmek mümkün hale gelmiştir. Örneğin bu oyunculardan biri olan Nurefşan; “*Oysaki özgür olduğunu düşündüğümüz erkekler, bedenini teşhir ederek mi özgür oldular bu da tartışılabilir bir konu.*” şeklinde konuştuğu sahnede “*özgür olduğunu düşündüğümüz erkekler*” ifadesini kullanırken elleriyle tırnak işareti yaparak bu durumun tartışılır olduğunu anlatmaya çalışmaktadır. Yine aynı oyuncunun “*Bir Müslüman feminist olmalı mı feminist olabilir mi? Böyle bir arka plana sahip bir postmodern feminizmi savunmayı Müslümanlar kendilerine uygun görüyor mu bunu da düşünmemiz gerekiyor bence.*” ifadelerini kullandığı esnada takındığı hal, hareket ve bakışlarında alaycı ve imalı olduğu; yani soruya sözle cevap vermese de tavırlarıyla “asla uygun görmemeli” şeklinde bir yanıt verdiği görülmektedir.

¹⁰⁸¹ “Fotoğrafın fotoğrafı” veya “pozun pozunu” gibi kavramlar için bk. Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 77-78.

Üçüncü bir husus ise konuk oyunculara ait sahnelede bazı performansların kesildiği görülmektedir. Örneğin Nurefşan'ın *"Feminizmin en büyük konuşulduğu şeyi özgürlük, kadın özgürlüğü, ondan sonra benim bedenim konuları."* şeklindeki konuşması esnasında *"kadın özgürlüğü"* ve *"ondan sonra benim bedenim konuları"* ifadeleri arasında; benzer şekilde Emine'nin *"Dört çocuk annesiyim. Hepsinin yaşları küçük. Zor bir hayat, tabi ki kolay değil. Ama ben bunu dünyanın mesleği olarak görüyorum. Çünkü bir çocuk yetiştirmek, bir nesil yetiştirmek aslında."* şeklindeki konuşması esnasında *"Ama ben bunu dünyanın mesleği olarak görüyorum."* ve *"Çünkü bir çocuk yetiştirmek, bir nesil yetiştirmek aslında."* ifadeleri arasında bir kesinti yapılmıştır. Bu durum Huzme'nin bu içerikte bir miktar eşik bekçiliği yaptığını göstermektedir.

c. Retorik: Daha önce analiz edilen "tesettür manifestosu"nda olduğu gibi, bu videonun başında *"Türkiye'de kadın olmak zor ama kadın ölmek kolay"*, *"Kadınlar olarak bu toplumda eşit olarak yaşamak istiyoruz."*, *"Kadınların mücadelesi kadınlara özgürlük getirecek."* ve *"Günlük klişelerle çok fazla avutulmak isteniyoruz. Dünyanın her yerinde tarihin her aşamasında kadınlar bu saçma kurallara direndiler: Şöyle gülme, onu giyme, yerini bil, namusunu koru, evde otur, yok yaa..."* şeklinde kadınların baskı altında olduğunu dile getiren bazı medyatik figürlerin sözlerine, eleştirilmek üzere yer verildiği görülmektedir. Huzme ardından *"Feminizm nedir, ne değildir, gerekli midir, hayatımızda nasıl bir yere sahiptir, kadını özgürleştirir mi hak ettiği değeri verir mi ve gerçekten var olan sorunlara etkili bir çözüm müdür hepsini bu videoda anlatacağım."* ifadesinde görüldüğü üzere diyalektik bir biçimde söz konusu argümanları çürütme ve karşıt-argüman geliştirme amacıyla olduğunu göstermektedir.

Huzme; feminizmi ele alırken özellikle birinci ve ikinci dalga feminizmin argümanlarını ve akımın tarihsel kökenlerini ortaya koymakta; ayrıca bu ideolojiye zemin oluşturan kültürel ve psikolojik saiklere özellikle dikkat çekmektedir. Nitekim Huzme; *"Feminizm 19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan, temeli kadın hak ve özgürlüklerine dayanan bir fıkirdir. Dönemin şartlarını incelediğimizde kadınlara adaletsiz davranıldığıyla alakalı bir inanç geliştiğini görüyoruz... İlk feminist kadınların hayatına baktığımızda ise ailedeki erkek profillerinden aldığı darbeler ve büyük travmalar sonucunda bu tarz bir savunmaya ihtiyaç duyduklarını görüyoruz. Bu ve benzeri örneklerle baktığımızda birinci dalga feminizmin ortaya çıkışı çok haklı*

sebeplere dayanıyor.” ifadelerinde görüldüğü üzere ilk dalga feminizmin meşru gerekçelere dayandığını kabul etmekte ve bütünüyle reddetme gibi bir tavır takınmamaktadır. Ancak “İkinci dalga feminizm ise ‘aile, kadını köleleştirir’ fikriyle dünya sahasına çıktı ve kadının aileden özgürleştirilmesi gerektiği düşüncesini savundu... Bu durumda yola çıkış amacın haklı gerekçelere dayandığını, ama süreç ilerledikçe popüler kültürde bu masumiyetin biraz azaldığını görüyoruz.” ifadelerinde görüldüğü üzere Huzme’nin asıl savaştığı şey, daha çok bu ikinci dalga feminizmi ve postmodern feminizmdir. Huzme, üçüncü dalga feminizmden ise “postmodern feminizm” adıyla bahsederek genel anlamda eleştirmekte; ancak ilginç bir şekilde bu son dönem feminist kuramcılarının argümanlarına hiçbir şekilde yer vermemektedir. Üçüncü dalga feminizm argümanlarının çok daha farklı bir boyutta olduğu göz önüne alındığında, Huzme’nin dile getirilmeyecek kadar yanlış bulduğu ve reklamını yapmak istemediği için bu argümanları dillendirmemeyi tercih etmiş olması, kuvvetle muhtemeldir.

Ayrıca Huzme; bu içerikte feminizme dair çok sayıda düşünce ileri sürerken çok sayıda feminist argümana referensta bulunmaktadır. Örneğin *“Bazı feministlerden ‘erkekler hiç olmasaydı daha iyiydi, herkes kadın olsaydı hiçbir sorun kalmazdı’ gibi ifadeler de duyuyoruz.”*, *“(Feminizm) kadına ‘bak, toplumun sana biçtiği rollere bağlı kalmak zorunda değilsin’ der.”* ve *“Şimdi ilk dönem feministlerinden alıntıladığım bir cümle aktarmak istiyorum: Biz feministlerin kendimizi yeni farkındalıklara ve eleştirilere kapattığını düşünüyorum. Biz bu işi anladık, doğru yerdeyiz artık, yanlış yapma riskimiz yok zannediyoruz. Oysa ben ömrümüzün her şeyi fark etmeyeceğini düşünüyorum.”* ifadelerinde görüldüğü üzere bu düşüncelerin kendi uydurması olmadığını belirtmeye çalışmakta; ancak bu ifadelerin hangi kaynaklarda geçtiğine dair herhangi bir isme veya kaynağa atıfta bulunmamaktadır. Bu durum, sosyal ağların popüler söylemleri besleyen mecralar olması gerçeğiyle tutarlı olduğunu ve Huzme’nin de bu duruma uygun tavır aldığını göstermektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. Çelişkili İkili Anlamlar: Öncelikle Huzme bu içerikte bir yandan ekip üyelerinin yüzünü göstermeme konusundaki tutarlılığını devam ettirmekte; diğer

yandan şimdiye kadar analiz edilen içerikler arasında “ilk defa”¹⁰⁸² iki oyuncunun kamera karşısında kimliğini açıkça belli edecek şekilde kadrāja almaktadır. Bu yönüyle Huzme’nin mahremiyet normlarındaki değişim sürecinde belirli bir adım daha atıldığını söylemek mümkündür. Huzme’deki bu değişim, çok önemli olsa da yüzü paylaşılan üyelerin Huzme’nin çekirdek ekibinden olmaması ayrıca dikkat çekmektedir. Huzme, bu stratejiyle aslında bir yandan dijitalin mantığına daha fazla adapte olarak farklı mahremiyet normlarının olabileceğini doğrudan ilk defa açık etmiştir. Ancak diğer yandan gelebilecek eleştirileri önleme adına aslında kendisinin hala eski Huzme olduğunu ve değişmediğini göstermek için, çekirdek kadrosunu “kimliği açık etmeye müsaade eden bu yeni normlar”ın dışında tutmaya devam etmiştir.

İkinci olarak, içerik boyunca ev hanımlığı ve annelik gibi değerler hem bekar Huzme oyuncusunun hem de bir anne olan konuk oyuncunun dilinden yüceltilerek ne kadar önemli bir meslek olduğu ifade edilmiştir. Fakat Huzme, bir yandan *“Kadınların kendi becerilerini küçümseyip erkeklerin yaptığı işleri de yapabildiğini ispatlamaya ihtiyacı yok. Mesela annelik neden modernite tarafından küçümseniyor veya ev hanımlığı? Hiç düşündünüz mü? Çalışma hayatına atılmamak, bebek büyütmek, bunlar neden artık toplum tarafından basit görülüyor? Evet tabi ki kadın evde oturup çocuk büyütmek, ev işi yapmak zorunda değil. Elbette ev içinde bir yardımlaşma-dayanışma olması gerekiyor. Ama sorun bu değil. Sorun kadının eve karşı düşmanlaştırılması. Annelik bir meslektir, hatta dünyanın en önemli, en zor, en kutsal mesleklerinden biridir. Çocuk büyütmek çok iyi bir iş kadını olmaktır aslında, büyük bir sorumluluktur.”* şeklindeki ifadeleri kullanarak annelik güzellemesi yaparken; diğer yandan görsellerin hiçbirinde bu geleneksel değerlere yönelik imrendirici durumlar veya bu geleneksel değerleri ima edecek en ufak bir görsel bile kullanılmamaktadır. Aksine buradaki oyuncular; doğada yalnız başına gezen, açık havada şövaesini kurup resim yapan, otantik Vitogi Coffe’de arkadaşlarıyla buluşan oyuncular olarak sahne almakta ya da tek başına “Islamic Feminism: A contradiction in terms?” makalesini ve arkadaşlarıyla “Masterpieces of Western Art” kitabını okuyup üzerine hararetle tartışıyor gibi görüntülenmektedir. Bu durum Huzme’nin söylem ve eylemin bir parça

¹⁰⁸² Tüm içerikler arasında ilk defa “Korkudan Titreyerek Şehadet Getirdim! / İslam'a Dönüş Hikayesi / Belçika” başlıklı videoda ilk defa yüz unsuru kullanılmıştır. Şimdiye kadar yayınlanan 6 içerikte, konuk edilen bazı kadın figürlerin doğrudan yüzleri ve kimlikleri paylaşılmıştır.

tezat oluşturduğunu; ancak daha çok mütedeyyin ve tesettürlü olmanın kendisini bilinen kadın profiline mahkum etmediğini haykırma çabasında olduğunu göstermektedir.

Üçüncü olarak Nurcu bir yapılanma olan Huzme; konuk oyuncu Nurefşan'ın *"Bence gerçekten bir gerek var mı bir izm'e sahip olmaya? Çünkü Cemil Meriç'in dediği gibi izm'ler hepsi birer prangadır ve her izm'in pozitif noktaları, her izm'in iyi noktaları hepsi zaten İslam'da halihazırda mevcut. O yüzden birisi size feminist misiniz veyahut hümanist misiniz diye sorduğunda elhamdülillah Müslümanım deyip işin içinden çıkabilirsiniz bence."* şeklinde alaycı bir tonda ifade ettiği sözleriyle içeriğini bezerken, aslında kendisinin izm'lerin yerlisi olan bir tür "...cı-...cu" olduğunu unutmuş görünmektedir. Nitekim bu içerikte özellikle Risale'ye dair hiçbir göstergenin kullanılmamış olması, içeriğin kendi içinde tutarlı olmasını sağlamışsa da bu durum, Huzme'nin diğer içeriklerinde propagandasını yaptığı grup değerleriyle büyük tezat oluşturmaktadır.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle Huzme *"O zaman bize yüzyıldır öğretilen kalıp cümlelerle konuşmayı bırakalım ve kadın-erkek ayrımı yapıp rekabete geçmeden önce insanı sadece bir insan olarak değerlendirelim, tıpkı İslami metotta olduğu gibi."* şeklindeki ifadesinde kadına dair konuşulan her şeyin klişelerden ibaret olduğu ve bu video aracılığıyla daha özgün bir bakış açısı sunma iddiasında olduğunu hissettirmektedir. Fakat içerik boyunca doğrudan dile getirilmese de kadın konusunda yapılan tüm eleştirilerin aslında dini hedef aldığı yönünde savunmacı bir tutum sergilenmektedir. Yani Huzme ileri sürülen argümanların aslında dini değerleri yargıladığını, ancak söz konusu problemlerin kaynağının İslam olmadığını ve çözümün İslam'da olduğunu işaret etmektedir. Bu çözümü kitlelere sunma misyonunu yüklenen Huzme; özellikle *"Kimsenin sizi bozmasına, evinizden ve benliğinizden uzaklaştırmasına izin vermeyin. Dünyanın geleceği sizin ellerinizde"* ifadelerini kullanırken dört ekip üyesinin güçlü bir duruş içinde yürüdüğü final sahnesinde, bu ideal anlayışı temsil etmenin haklı mutluluğunu yaşıyor görünmektedir. Huzme burada her ne kadar "senin ellerinde" diyor olsa da aslında burada zımnen "benim ellerimde" anlamını sezdirmektedir.

İkincisi konuk oyuncularından biri olan Emine'nin *"Çalışan bir kadın olmadığım için kendimi kötü hissetmiyorum. Çünkü zaten o kadar dolu ve yoğun bir hayatım var ki her gün yeni bir şeyler öğreniyorum, yeni meşguliyetler ediniyorum ve bu bana kendimi*

çok yoğun ve dolu dolu hissettiriyor.” şeklindeki savunmacı ifadelerinden anlaşıldığı üzere çalışan biri olmadığı için kendisinin yargılandığı ve değersizleştirildiği bazı durumlar söz konusu olmuş görünmektedir. Bu durum içeriğin hiçbir bölümünde doğrudan ifade edilmez ve içerik boyunca asla bir mağduriyet havasına girilmez. İşte içerikteki böylesi ifadeler ve bazı görsel unsurlar bu değersizleştirme gerçeğinin haksız olduğunu göstermek üzerine inşa edilmiş görünmektedir.

Üçüncüsü Huzme oyuncusunun bedenini bölgesel ve sınırlı bir biçimde gösteren önceki içeriğe kıyasla, buradaki oyuncular ağır çekimde daha bütünsel, detaylı ve uzun uzun görüntülenmektedir. Örneğin resim yapan oyuncu; yandan, arkadan, sağdan, yakın ve uzak mesafelerden pek çok şekillerde gösterilmiştir. Ancak daha bütünsel gösterilmesine rağmen Huzme üyelerinin yüzünün hala gösterilmiyor olması, Huzme’nin YouTube platformunda “konumlanmış katılım”¹⁰⁸³ gerçekleştirmeyi sürdürdüğünü göstermektedir. Bu yönüyle Huzme’nin kadın ve mahremiyet anlayışında tepki çekecek oranda büyük bir değişim yaşamadığını gösterme çabasında olduğunu ifade etmek mümkündür. Fakat Goffman’e göre bedenin ne kadarlık kısmının teşhir edildiği önemli değildir. Önemli olan teşhir etme eyleminin yönelimleri açısından getirdiği sonuçların kendisidir.¹⁰⁸⁴ Yani bedenin sosyal normlarla izin verilen yerde ve izin verildiği kadarını teşhir etmek bir sorun değildir; asıl sorun daha çok uygun olmayan yerde açmaktır. Bu durumda Huzme’nin bedeninin az bir kısmını teşhir etmesi, kendi başına bir anlam ifade etmemekte; daha çok eylemin getireceği sonuçlara göre mevcut ihlaller bir anlam kazanmaktadır.

Dördüncüsü ise resim çizen oyuncunun çoklu açılardan gösterilmesine rağmen, çizdiği resmin bitmiş hali nedense hiçbir şekilde gösterilmemektedir. Resmin belirgin bir şekilde görüldüğü tek karede ise tuvalin yarıya kadar maviye boyanmış kısmına tek bir beyaz bulutun amatörce çizildiği görülmektedir. Burada çizilen resmin özgürlük imgesini pekiştirme işlevi gören bir gökyüzü resmi olduğu anlaşıyor. Ancak çoğu şeyi gösterme konusunda hevesli olan Huzme’nin ilginç bir şekilde ürettiği özgürlük temalı eserini paylaşmaması, onun amacının burada aslında bir sanat icra etmek olmadığını sadece bol bol sanat icra ediyormuş gibi görünmek istediğini göstermektedir. Yani burada

¹⁰⁸³ Konumlanmış katılım, bir durumun içinde devam ettirilen daha özel bir katılım biçimini ifade etmektedir. Yani duruma katılım daha geniş iken, konumlanmış katılım ise daha spesifiktir. Bk. Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 45.

¹⁰⁸⁴ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 231-233.

bahsedilen sanatsal faaliyetler, Huzme'nin özgür olduğu imajını güçlendirme işlevi gören dekorun sadece bir parçası hükmündedir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Yapılan yorum sayısına bakıldığında bu içeriğin nispeten sınırlı bir etkileşim ürettiğini ve izleyiciyi heyecanlandırmadığını ifade etmek mümkündür. Ancak yine de içeriğe yapılan “*Cesaretinizi tebrik ediyorum linçlere rağmen umarım devam edersiniz daha iyilerine layıksınız.*”, “*Son bir kaç aydır feminizm üzerine araştırma yapan biri olarak ilk defa bu kadar tarafsız ve altı dolu bir video izledim.*” ve “*Üzerinizdeki bol, tesettüre uygun elbiseleri nereden temin ediyorsunuz? Hiçbir yerde bulamıyorum. Bulduklarım da çok pahalı.*” şeklindeki geri bildirimlere bakıldığında Huzme'nin tesettür anlayışının belirli izleyiciler tarafından olumlu anlamda dikkat çektiği, kendilerinin cesur ve tarafsız olarak kodlandığı görülmektedir. Bu anlamda Huzme'nin bu yorumları yapan izleyiciler üzerinde başarılı bir izlenim denetimi yaptığı ifade edilebilir. Bu içerikte ilgi çeken bir başka husus ise “*Ben bir kadının sahip olabileceği kimliklerin hepsiyle Huzme de tanıştım. Roller farklı, yetenekler farklı, yaşlar farklı, kültürler farklı ve ne yapıyorsak ne başarıyorsak hep birlikte yapıyoruz. Sabahında temizlik yaptığımız günün gündüzüne Allah'ın varlığı hakkında sunumlar yapıyor; Akşamında yemek yaptığımız günün gecesinde sosyal medyaya milyonlarca izlenen içerikler üretiyoruz. Ben huzme de gerçek Müslüman kimliğe sahip kadınlar görüyorum. İyi ki İslam yaa!*” şeklinde ifadelerden ve profil isminden anlaşıldığı üzere Huzme ekibinin üyelerinden Reyhan'ın geri bildirimde bulunmasıdır. Bu durum; anonim bir kimlikle Huzme içeriklerinde rol alan oyuncuların, aynı zamanda gerçek kimlikleriyle bu içeriklerin tüketicisi olmasını sağlayarak, analog bağlamda var olan özne-nesne karmaşasını daha belirgin bir hale getirmiş görünmektedir.

İçeriğe yapılan yorumların kümелendiği ikinci bir husus, “*Kadın ile erkek arkadaş olabilir mi hakkında bir video çekseniz çok güzel olur. Şu sıralar kafamı meşgul ediyor bu konu.*”, “*Nisa 34 hakkında da bir video yapabilir misiniz?*” ve “*Merhabalar, rica etsem; islamda kadının yeri, kadın-erkek dengesi ile alakalı bir video çekebilir misiniz? Günümüzde çoğu insanın islamı en çok eleştirdikleri noktalardan biri islamda erkeğin kadından daha üstün görüldüğünü düşünmeleri oluyor.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı önerilerdir. Bu öneriler, izleyiciler açısından içeriğin yeterli gelmediğini ve konuya ilişkin önemli bazı hususların hala açıklanmadığını

göstermektedir. Bu yorumlara cevap verse de vermese de Huzme'nin genelde içerikteki önerileri dikkate aldığını ifade etmek mümkündür.

Dikkat çeken diğer husus ise *“Küçük bir eleştirim var naçizane. ‘Kadının değerli olduğunu savunduğunuzda arka planda değersiz olduğunu kabul ediyorsunuz’ yanlış bir argüman olmuş. Mantıksal ve felsefi açıdan varılabilecek bir sonuç değil bu. Farklı ve olumsuz yönleri çekilebilir.”*, *“Sizce kadının tek görevi çocuk doğurup büyütmek midir? Kadın doktor mühendis mimar vs olamaz mı? Ülkemizde kız çocuklarının okullu olması için haydi kızlar okula kampanyası başlatıldı. Eğitim sadece erkeğe midir?”* ve *“Araştırmanızı takdir ediyorum. Ancak bu kadar yanlış bir anlayış daha önce hiç duymamıştım...”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı izleyicilerin Huzme'nin argümanlarını sorgulamasıdır. Görüldüğü kadarıyla içeriğin bu izleyicilerde oluşturduğu temel izlenim, Huzme'nin kadını ev sınırları çerçevesinde yeniden konumlandırmasıdır. Buna göre Huzme her ne kadar böylesi ifadeleri doğrudan kullanmamış olsa da, geleneksel dini mahremiyet normları tarafından sınırları belirlenmiş alanlarda faaliyette bulunan bir kadın imgesinin çizildiği anlaşılmaktadır.

3.2.4. Mütedeyyin Kitlenin Tüketim Davranışlarını Besleyen Çevrimiçi Bir Ortam Olarak YouTube

“Tüketim-sekülerleşme” teması kapsamındaki videolar; “alışveriş”, “lüks yaşam”, “minimalizm”, “marka ve ürün tanıtımı” ve “mekan tanıtımı” kodları altında listelenen videolardan oluşmaktadır. Bu anlamda Huzme kanalında “tüketim-sekülerleşme” teması kapsamında değerlendirilebilecek 11 uzun ve 14 kısa olmak üzere toplam 25 video bulunmaktadır. Bu tema, Huzme kanalında en az içeriğe sahip tema olarak dikkat çekmektedir.

3.2.4.1. Görsel Metin 1: Huzme'deki Ofisimizi Yaptık / Ikea Alışverişi / Office Makeover

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 4 Nis 2020 tarihinde, 8 dakika 49 saniye olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 89 bin görüntüleme, 4 bin beğeni ve 264 yorum almıştır. Burada tıpkı ilk dönem içeriklerinde kullanılan standart açıklama yazısı kullanılmıştır.

b. *Sahne*: Tüm performanslarda sırasıyla Bursa İkea mağazası, araç içi ve Huzme binasındaki tek bir oda sahne olarak kullanılmıştır. Bu yönüyle içeriğin, az sayıda sahne kullanılan durağan içeriklerden biri olduğunu ifade etmek mümkündür.

c. *Karakter-Oyuncu*: İçerik boyunca gerek aynı karede topluca, gerekse farklı karelerde tekil olarak görülen çoklu oyuncular bulunmakta; ancak bu oyuncuların hiçbirisi içeriği yönetip öne çıkmamaktadır. Bu anlamda içerikte oyuncuların ziyade, oyuncuların üstlendiği rollerin ön plana çıkarıldığını ifade etmek mümkündür.

d. *Takım*: Bu içerikte geçen “*Tek başına belki günler sürecektir bir işi 10 kişi çok kısa sürede hallededildik.*” şeklindeki ifadeye göre, tüm performanslar gerçekte kalabalık bir ekip tarafından yapılmıştır. Ancak kamera önünde ise sadece dört Huzme oyuncusunun işbirliği yapıldığı görülmektedir.

e. *Üslup ve Dil*: Bu içerikte gündelik ve akademik üslup arasında sıkışmış ve her ikisine de doğrudan dahil edilemeyen “bilgilendirici” bir ifade biçimi kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Öncelikle bu içerikteki cümlelerin kurgulanma biçimine bakıldığında, örneğin “*M.Ö. bir Mart ayı... Bundan 1 ay önce çekmiştik bu videoyu. Henüz Corona Türkiye’ye gelmemişti.*” ve “*Hem çok heyecanlı hem de çok mutluyduk. Çok uzun süredir yapılacaklar listemizde yer alan Huzme ofis odasını gerçekleştirme kararı almıştık. Belli nedenleri vardı ertelememizin.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere, içeriğin bütünüyle “ben dili” yerine “biz dili” ile kurgulandığı görülmektedir. Ayrıca içeriğin izleyiciyle diyalog kurulan ilk sahnelerinde daha çok devrik cümleler; bilgilendirme çabasının belirgin olduğu ileriki sahnelerinde ise “*Tek başına belki günler sürecektir bir işi 10 kişi çok kısa sürede hallededildik. İşte buna tesanüd deniyor.*” ve “*Rabbim biz Müslümanlara bir olabilmeyi ve İttihad-ı İslam’ı görebilmeyi nasip etsin.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere kurallı ve etken cümleler kullanılmıştır.

İkinci olarak, Huzme’nin diğer ilk dönem içerikleri gibi çok sayıda yazım yanlışının yapıldığı bu içerikte ikisi Said Nursi’den, biri Kur’an’dan olmak üzere üç doğrudan alıntı yapılmıştır. Özellikle bu alıntılarda ve alıntılara ilişkin açıklamaların yapıldığı sahnelerde “tesanüd”, “tefani”, “ittihad-ı İslam”, “muavenet”, “ikmal etmek”, “noksan”, “fırka” gibi Osmanlıca ve Arapça kökenli çok sayıda kelime ve “yoluna taş koymak”, “cesaretin kırılması”, “korkulu rüya”, “iftihar etmek” gibi deyimlerin kullanıldığı görülmektedir. İçeriğin anlamını destekleyen ve pekiştiren bu zengin ifade

türlerinin kullanılması, Huzme'nin yüzeysel ve kuru bir anlatım biçiminden uzaklaşma çabası içinde olduğunu imlemektedir.

b. *Performans*: Huzme, bu içerikte araştırma içerikli videolarında var olan durağanlıktan bütünüyle sıyrılmış görünmektedir. Nitekim tüm oyuncular içeriğin başından sonuna hareket halindedir. İçerikteki çoklu oyuncular; ilk 6 dakika boyunca alışveriş, kurulum ve dizayn işlemini yapan işçi ve iç mimar performansı sergilemektedir. Düzenlenmiş odanın kısa bir gösterimi yapıldıktan sonra oyuncular, işçi ve mimar rollerinden sıyrılarak aşına olunan araştırmacı kimliklerine ve bu kimliğin gerektirdiği performanslara geri dönmüşlerdir. Yaklaşık 2 dakika süren bu son sahnelerde Huzme ekibi; yeni koltuklarında ve yeni düzenledikleri şık masa etrafında toplanarak çay-kahve eşliğinde “Asa-yı Musa” okumaktadır. Bu sahnede Huzme'nin “asli kural”ları ile “törensel kural”ları birlikte yürütülmüştür.¹⁰⁸⁵ Huzme'nin asli kuralları dini ilkeler çerçevesinde, özellikle nurculuk ekseninde geliştirilen çeşitli pratiklerdir. Ancak Huzme'nin kendi iç dinamiği içerisinde dile getirilen veya getirilmemesine rağmen bilinen -örneğin bir yemeğin hazırlanması ve sunumu, dolap içi ve çanta düzeni veya videoların çekilme mekanı ve video formatının belirlenmesi gibi- çok sayıda törensel kuralları bulunmaktadır. Huzme'nin alışıldık araştırmacı performansını törensel düzen içinde sergilediği bu son sahnelerin arasına sadece birkaç saniye süren cemaatle namaz ve tesbihat faslı sıkıştırılmıştır. “*Biz bir olduk mu, aşamayacağımız zorluk yok. Bu yüzden birilerinin korkulu rüyası İttihad-ı İslam..*” şeklindeki ifadelerin kullanıldığı bu sahnede görseller, bahsedilen sözleri pekiştirecek şekilde dramatik olarak canlandırılmıştır. İçerikteki bu ve diğer tüm performanslar, dijital platformlar için müzik üreten “Sight of Wonders”ın “Hiro” adlı çalışması eşliğinde kesintisizce icra edilmiştir. Bu performansların büyük bir kısmında müzik sesi faaliyetlerin sesini bastırmış; çok azında ise müzik, doğal seslere eşlik etmiş durumdadır.

c. *Retorik*: Öncelikle Huzme'nin bir marka adını başlıkta doğrudan kullandığı bu ilk ve tek içerikte sahnelerin çoğunda İkea markası, alışveriş ve tüketime ilişkin görseller yer almaktadır. Bu görselleri destekleyen “*Önce odanın şekline göre dizaynını*

¹⁰⁸⁵ Asli kural (substantive rule) toplumun genelinde kabul gören düzen ve o düzenin getirdiği genel geçer/kayda değer kuralları; törensel kural (ceremonial rule) ise kişilerarası basit ve ikincil özelliklere sahip mikro düzen ve o düzenin gerektirdiği genel geçer olmayan, duruma özgü kuralları ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 65-66.

oluşturduk. Sonra bir tarz belirledik ve o ölçüde eşyalar seçtik. Bir taraftan ise boyanacak duvarı ve rengini belirleyip kendi elimizle boyadık. Bir taraftan ise boyanacak duvarı ve rengini belirleyip kendi elimizle boyadık. Kocaman Elhamdülillah. İnternetten alınacak eşyaları sipariş verip İkea'dan alınması gerekenleri aldık. Dip köşe bir temizlik ardından perdeler de halloldu. Ve sonra aldıklarımızı tek tek kurup yerleştirmek... En zevkli kısmı :)" şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme bu tasarım sürecinin her detayını düşünerek planlamıştır. Özellikle beyaz, bej ve antrasit renklerin tercih edildiği bu dekorasyonda hasır sepetler, rattandan yapılmış berjerler, jüt ipten yapılmış supla örtüler, bunlarla uyumlu kilimler, otantik mumlar, bambu kokular, tutsüler ve ahşap aksesuarlarla bohem bir stil;¹⁰⁸⁶ mutfak eşyalarının yerleştirildiği modern beyaz düzenleyiciler, beyaz masalar, antrasit koltuk ve sandalyelerle ise daha modern bir tasarım dikkat çekmektedir. Huzme, tüm bu unsurlar çerçevesinde özgün bir mekan tasarlayarak stil sahibi olduğunu açıkça göstermektedir. Fakat Huzme bu şık ve zarif tasarımını bütünsel anlamda gösterirken bir parça ürkek görünmektedir. Nitekim ürünlerin kurulum ve yerleştirme aşamalarına ait görsel parçalarının çok sayıda gösterildiği bu içerikte, ofisin düzenlenmiş hali çok kısa bir biçimde ve hızlıca gösterilmektedir. Bu durumu Huzme'nin alanda yeni olduğu için hem ortama henüz bütünüyle uyum sağlayamamış olmasına hem de hitap ettiği muhafazakar camianın tepkisini çekmekten sakınma çabasına bağlamak mümkündür. Çünkü fiyatına yönelik herhangi bir gösterge bulunmasa da üzerinde Huzme reklamı olan karton bardaklar hariç, tüm içerikte kaliteli ve yüksek maliyetli ürünlerin tercih edilmesi, belirli oranda tepki çekebilmektedir. İşte Huzme, bunu önlemek adına "Devlete bağlı resmi bir dernek olduğumuz ve okullarda, kültür merkezlerinde seminerlerimiz olduğu için küçük bir büroya zaten ihtiyaç duyuyorduk. Ofis hem resmi görüşmelerde hem ani toplantılarımızda şart olmuştu.." şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere önemli vazifeleri olan bir topluluk olduğunu ve bu nedenle böylesi kapsamlı bir ofis odasının zaruret haline geldiği noktasında izleyiciye açıklama yapmaktadır. Özetle Huzme'nin ihtiyacı oranında tükettiğini kanıtlamaya çalıştığı bu erken dönem içeriğin arka planında belirli düzeyde bir endişe halinin motive edici olduğunu ifade etmek mümkündür.

¹⁰⁸⁶ Bambu benzeri bir bitki olan rattan, kabukları soyularak çeşitli şekillerde dokunabilen natürel bir malzeme; jüt ise rattana göre daha yumuşak tropik bir bitki türüdür.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Öncelikle içerikteki görsellerin büyük bir kısmında şık bir dekorasyonun nasıl yapıldığı gösterilse de videonun ana fikri “vahdet”tir. Nitekim *“Bir odayı yaparken hepimiz iş bölümü yapıyoruz. Biri dizaynı, biri perdeleri, biri boyayı, biri temizliği.. Farklı işlere bölünsek de aynı amaç uğruna koşturuyoruz. ‘Niye herkes benimle aynı işi yapmıyor?’ demek yerine; farklı işlerde uğraşıyor olsak da ‘Kardeşim başla eksikliği gideriyor, aynı hedef için koşturuyoruz.’ demeliyiz.”* şeklindeki ifadelerin kullanıldığı ve ofisin ekipçe dizayn edildiği sahnelerde bu ekip işi, aslında *“Tarikat ehli kardeşim başka bir yoldan İslam’a hizmet ediyor , Mesnevi okuyan kardeşim başka yoldan , Risale okuyan başka yoldan.. Fakat herkes birinin diğer açığını kapayan ve ulaşamadığı kitleye ulaşan konumunda.. Bu noktada isimlere, şekillere takılma olmamalı.”* şeklinde ifade edilen cemaatler arası dayanışma durumuyla ilişkilendirilmektedir. Yani içerikteki görseller tüketimi imlerken, ekrana yansıyan ifadeler ise yardımlaşma ve dayanışma gibi değerleri ön plana çıkarmaktadır. Böylesi bir strateji, Huzme’nin bir yandan YouTube’da yaygınlaşan “lüks tüketim” ve “tükettiğini gösterme” trendine uygun davranmış olduğunu, diğer yandan yüce amaçları gerçekleştirmek için gerekirse çekici tüketim unsurlarının kullanılmasını meşru bulduğunu göstermektedir. Ancak burada Huzme’nin din maskesi arkasına tüketim arzusunu mu sakladığı, yoksa tüketim maskesi arkasına dini mi sakladığı yeterince belirgin değildir.

İkinci olarak, Huzme’nin ilk dönem içeriklerinin bazısında gerek açıklama kısmında link vererek gerekse içerikte değinerek Yade ve Lika markalarına çeşitli göndermeler yapılmıştır. Ancak bu içerik boyunca İkea markasının açıkça kullanılmış olmasına rağmen, Huzme’nin kendi markasına yönelik içerikte veya açıklama kısmında herhangi bir işarete yer verilmemiştir. Huzme’nin ilk dönem içeriklerinde inşa ettiği dini imajın zedelenmemesi ve ekonomik kaygıları olan bir yapılanma olarak görünmek istememesi gibi nedenlerle markasını öne çıkarmaması anlaşılır bir durumdur. Ancak aynı hassasiyetin başka bir marka için gösterilmemesi Huzme’nin grup değerleri ve çizmek istediği imajla bir parça tezat oluşturmaktadır.

Üçüncü olarak, Huzme’nin birçok içerikte sıradan olmayan yiyecek ve içecekler tüketmesine rağmen bu içerikte böyle bir durumdan kaçındığı görülmektedir. Nitekim içeriğin büyükçe bir kısmında gerçekleştirilen dekorasyonun standartların üstünde

olmasını dengelemek üzere Huzme oyuncular, içeriğin son sahnelerinde ortalama Türk insanının içtiği gibi ince belli bardakta çay ve minik fincanlarda Türk kahvesi içmektedir. Bu durum, sebebi ne olursa olsun Huzme'nin çoğu içerikte rutin olmayan ürünleri tercih etmesi gerçeğiyle çatışmaktadır. Örneğin son zamanlarda oldukça popüler olan “Eğer... olsaydı” türünde bir kısa video çeken Huzme'nin burada “*Huzme; eğer bir renk olsaydı, bu homebase jazzberry olurdu... Eğer bir çiçek olsaydı, bu lotus olurdu... Eğer bir içecek olsaydı, bu berry hibiscus olurdu... Eğer bir tatlı olsaydı, bu gül pudingi olurdu...*”¹⁰⁸⁷ şeklinde geçen ifadelerinde bu durum net bir biçimde görülmektedir. İşte Huzme; çoğu içeriğinde özel seçimlerini daha fazla öne çıkarmasına rağmen, bunun gibi az sayıdaki içeriğinde ise söz konusu tutumundan bir parça uzaklaşmış görünmektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle Huzme doğrudan ifade etmese de içerik boyunca hamarat, hızlı ve pratik olduğunu hal diliyle göstermektedir. Nitekim Huzme; gerek “*Biz bu işlerin hepsini 2 günde tamamen hallettik. Nasıl mı? Birlik olarak. Fabrikanın çarkları veya bir vücudun azaları gibi, işleri bölüşüp birbirimize destek olarak...*” şeklindeki ifadelerde gerekse bu esnada ekrana yansıyan boya yapma, matkap çalıştırma ve mobilya kurma görsellerinde hızlı, tasarımdan anlayan ve kendinden emin bir görüntü çizmektedir. Ayrıca böylesi eylemler aracılığıyla Huzme'nin kendi işini kendisinin yapabildiği ve bu nedenle tüketici olmaktan çok, üretici bir konumda olduğu gösterilmektedir.

İkinci olarak, Huzme çok sayıda iyi ürün kullanmasına rağmen içeriklerinde bunları tek seferde ve doğrudan reklamını yapacak şekilde göstermemeyi tercih etmektedir. Huzme; tıpkı burada olduğu gibi, çoğu içeriğinde özel ürünlerin belirli bir kısmını, sahnelere doğal bir biçimde yedirerek göstermektedir. İşte buradaki görsel parçalar bir araya getirildiğinde Huzme'nin tüketim alışkanlıklarına dair daha gerçekçi bir değerlendirme yapmak mümkün olmaktadır. Farklı içeriklerden süzülen görsel parçalarından anlaşıldığına göre Huzme; müzelere giden, sanat atölyesi açan, yurtdışında alışveriş yapmayı seven ve kendi tabiriyle “yenilikleri ve farklılıkları seven” bir ekiptir. Fakat Huzme, her ne kadar doğrudan ifade etmese de iyi şeyler tüketmek kadar bunları iyi şekilde göstermeyi de sevmektedir. Örneğin çoğu içeriğinde görüldüğü üzere elektronik aletlerde “Phillips” ve “Arzum”, bilişim ekibi için “Iphone 14 pro

¹⁰⁸⁷ “If Huzme Was A...” https://www.youtube.com/shorts/v5MHv_2YdQQ (Erişim tarihi: 27.09.2023)

max” ve sevimli pembe rengiyle dikkat çeken “İnstax mini 11”, mobilyada “İkea” ve “Vivense” tercih eder. Piknik sepetleri asla plastik değil, hasır veya bambu olur. Kalem alacaksa “stabilo”; “Bullett Journal” hazırlarken elbette sıradan bir bant değil, renkli ve sevimli “washi tape” kullanmayı tercih eder. Çantada “Kaft” veya “Kanken”, ayakkabıda “Vans” veya “Converse” tercih eder. Kahve içmek istediğinde “Phillips” marka kahve makinesinden kahvesini özenle yapar, “Starbucks” benzeri Huzme termoslarına koyar ve yanına da mutlaka yaban mersiniyle süslenmiş pankek alır. Kahve şurubu alırsa elbette fiyat-performans ürünü olan “Cenova” markasını değil, minik seti binlerce liralık olan “Monin” markasını tercih eder. İbadet ederken daha iyi odaklanmak için tütsü veya bambu çubuk koku kullanır. Ders çalışırken ise masasında mutlaka mum bulunur. Fakat bu mum, elektrikler kesilince sıradan insanların kullandığı basit mumlardan değildir. “Simple Live” serisinin naturel ürünlerinden biri olan bu kapaklı mumun bile bohem bir tarzı vardır.¹⁰⁸⁸ Özetle tüm bunlara bakıldığında Huzme’nin tüketim pratiklerinde “kendisini özel hissettirme” düşüncesinin etkili olduğunu ifade etmek mümkündür.

Üçüncüsü, Huzme’nin genelde özel ürün kullanmasına rağmen her zaman böylesi ürünleri kullandığını söylemek doğru olmayacaktır. Nitekim Huzme, az sayıdaki bazı içeriğinde satın aldığı birtakım imitasyon ürünlerini, marka adını vererek açık açık göstermektedir.¹⁰⁸⁹ Ancak Huzme, sahip olduğu orijinal ürünleri büyük bir ağırbaşlılık içerisinde ve imrendirerek sunarken, bu sahte ürünleri ise alay ederek izleyiciye göstermektedir. Bu alaycı tutuma bakıldığında Huzme’nin basit tüketim nesneleri kullanan kişi rolünü sürdürürken orta düzeyde bir “rol mesafesi”¹⁰⁹⁰ yaptığı görülmektedir.

c. İzlenim Eleştirisi: Öncelikle Huzme’nin stil sahibi olduğu yönünde bir imaj oluşturmaya çalıştığı bu içerikte, “Yine çok zevkli bir vlog olmuş.”, “Biliyorsun bu işi Bükre abla.”, “Bence Huzme’nin tamamının videosunu çekmelisiniz. Bu arada ellerinize sağlık çok güzel bir dizayn oldu.”, “Medreselerinizin evlerinizin ofislerinizin

¹⁰⁸⁸ Huzme’nin ürünlerini açıkça gösterdiği bir içerik için bk. “Yurt Dışı Alışverişim / Kendimi Nasıl Geliştiriyorum - Sessiz Vlog”

<https://www.youtube.com/watch?v=h2vdGWT0mcw> (27.09.2023)

¹⁰⁸⁹ Örneğin bu konuda bk. “Ramazan’da bir günüm nasıl geçiyor? / Sesli Vlog”, <https://www.youtube.com/watch?v=3tmm6PAuA90> (Erişim Tarihi: 28.09.2023)

¹⁰⁹⁰ Goffman, *Karşılaşmalar*, 118.

tarzınıza bayılıyorum” ve “Hayalimdeki eşyaları gördüm.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü gibi, Huzme’nin arzuladığı izlenim büyük oranda oluşmuş görünmektedir.

İkinci olarak bu içerikte doğrudan bir reklam amaçlanmamış olsa da içerikte kullanılan bazı ürünlerin izleyicilerin dikkatini çektiği ve bu ürünleri temin etme noktasında teşvik edici olduğu görülmektedir. Özellikle *“İkea reklamları gibi!”*, *“İkea size ücret ödemeli!”* ve *“Rica etsem sandalyelerin nereden alındığını öğrensemmmm.”*, *“Masayı nereden aldınız acaba?”*, *“Üzerine çeşitli şeyler astığınız beyaz delikli panoyu nereden aldınız acaba?”* ve *“Fakat yorumlara da baktım hiç bulamadım, acaba ‘Risale-i Nur’a Giriş - Soru Bankası / Çalışma Kitabı / Etkinlik Kitabı / Eğitici Kılavuz Kitabı’ kitaplarını biz de bulabilir miyiz??? Çok faydalı olduklarını tahmin ediyorum, temin etme imkanımız var mıdır acaba???”* şeklindeki yorumlarda görüldüğü üzere bu içerikte hem bazı maddi ürünler hem de Huzme’nin grup değerlerini yansıtan eserlerin dolaylı bir tanıtımı yapılmış görünmektedir. Genelde diğer yorumlara sadece beğeniyle geri bildirimde bulunan Huzme’nin bu tarz sorulara herhangi bir beğeni ve yanıt vermediği görülmektedir. Huzme’nin bu tutumunu, reklam amacı taşımadığını gösterme çabası olarak değerlendirmek mümkündür.

Üçüncü olarak içeriğe yapılan olumlu geri bildirimlerin yanı sıra *“RABBİM’den tek dileğim bunu kabul etmesin! Biz dimdik yanlışa yanlış derken, siz gerçeği gizliyorsunuz insanlardan.. Bunun hesabını öbür tarafta nasıl vereceksiniz!”* ve *“Kardeş sentetik kokular necis varlıkları çeker melekleri uzaklaştırır. Dolayısıyla kokulu mum kokulu deterjan vs. kullanmazsanız daha iyi olur. Türk kahvesinden baska kahvelerde emulgator tatlandırıcı var. Hayvansal enzim barındırıyor, haramdır.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı eleştiriler de bulunmaktadır. Huzme, ilginç bir şekilde bunlardan kendisini “hakikati gizlemek”le suçlayan ilk izleyici yorumunu beğenmiş; tutucu bir bakış açısı çerçevesinde olsa da sadece öneride bulunan ikinci izleyiciye ise beğeni veya yorum yoluyla herhangi bir geri bildirimde bulunmamıştır.

Son olarak Huzme; içeriklerin reklamlarla bölünebilmesine izin vermediğini ve ürünlerinden herhangi bir maddi kazanç sağlamadığını ilk günden bugüne kadar sık sık ifade etmektedir. Ancak Huzme her ne kadar kanalın reklam geliri olmadığını belirtse de, tıpkı bu içerikte olduğu gibi neredeyse tüm Huzme içerikleri reklamlarla bölünmektedir. Özellikle bazı izleyicilerin *“İslam’a hizmet ediyorsunuz, iki kuruş reklam gelirinden feregat edemiyorsunuz. Türlü ahlaksız reklamlara maruz kalıyoruz.*

Lütfen bu konuda hassasiyet gösterin...” ve “Beyler kanallarına reklam almıyor. Siz niye alıyorsunuz hanımlar?” şeklindeki yorumlarında görüldüğü üzere, içeriklerdeki reklamlar Huzme’nin dini imajını olumsuz yönde etkilemektedir. Ancak bu durum, Huzme’nin ikinci yoruma verdiği “Reklam almıyoruz. YouTube üzerinden bir kazanç elde etmiyoruz. Sadece videolarımızda kullandığımız fon müzikleri için YouTube telif veriyor ve kendisi reklam koyabiliyor. Kendi rızamızla yaptığımız bir durum değil.” şeklindeki yanıtta görüldüğü üzere Huzme’nin rızası dışında gerçekleşmektedir. Yani Huzme; içeriklerinden gelir elde etmemiş olsa da hem kendisinin arzu etmediği bir platformun yaptırımlarına boyun eğmek durumunda kalmakta hem bu durum sebebiyle Huzme’nin dini imajı zedelenmektedir.

3.2.4.2. Görsel Metin 2: Yeni Başlangıçlar / Sade Yaşam / Minimalizm – New Beginnings / Minimalism

1. Makro Analiz

a. Biçimsel Unsurlar: 17 Haziran 2020 tarihinde yaklaşık 9 dakika olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 320 bin görüntüleme, 9 bin beğeni ve 328 yorum almıştır. İçeriğin açıklama kısmında ise ilk dönemlerde kullanılan standart tanıtım yazısı ve iletişim bilgileri yer almaktadır.

b. Sahne: İçerikteki performansların büyük çoğunluğu, neresi olduğuna dair ayırt edici herhangi bir işaretin bulunmadığı ormanlık bir alan ve Huzme binasının farklı bölümlerinde; çok az bir kısmı ise şehir merkezi ve araç içinde geçmektedir.

c. Karakter-Oyuncu: Tüm içerik, kimliği açık edilmeyen tek bir oyuncu tarafından yönetilmektedir. Oyuncu, burada araştırmacı ve minimal stil sahibi bir kişinin rolünü oynamaktadır.

d. Takım: Her ne kadar tüm içerik boyunca tek oyuncu gösterilse de özellikle araç içindeki sahnede oyuncunun yolcu koltuğunda oturmuş olması, bu içeriğin hazırlanması sürecinde en az bir kişinin daha orada olduğunu göstermektedir. Bu anlamda içeriğin görünmeyen bir ekip işbirliğinin ürünü olduğunu ifade etmek mümkündür.

e. Üslup ve Dil: İçeriğin ilk kısımlarında daha gündelik, sonraki kısımlarında ise akademik olarak nitelendirilemeyecek oranda bilgilendirici bir ifade biçimi kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: İçeriğin ilk sahnelerinde “17.06.2020... Yeni bir gün... Bazen bir ormanda keşfe çıkar gibi hayatın içinde de keşfe çıkmak istiyorum... Kahverengiyi, yeşili, maviyi yeniden keşfetmek, yeniden hissetmek... Okuduğun bir kitap seni alıp çok uzaklara götürür ya bazen, işte kainat kitabını öyle okumak isterdim. İçinde gizlediği manalara ulaşmayı ve hayatın içindeki anlamı keşfetmeyi...” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere tekil oyuncunun kendisini ön plana çıkaran eksilteli ve devrik yapıları duyu yüklü cümleler; son sahnelerinde ise “İnan bana gereksiz şeyleri azalttıkça gerekli şeyleri görmeye alışacağız. İhtiyaçlarımızı yeniden gözden geçirerek, sahip olmamız gerekenleri tekrar ele alarak başlayabiliriz. İnsan olarak temel gayemizi unutmayalım. Kanaat ve iktisatla nerede hangi durumda olursak olalım kalbimiz tatmin olacaktır. Ne de olsa; AZ HER ZAMAN DAHA ÇOKTUR.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere ben dilinden sıyrılarak daha kurallı, bilgilendirici ve açıklayıcı cümleler kullanılmıştır. Yani içeriğin ilk kısımlarında izleyiciyle duygusal yakınlık kurulması yönünde, son kısımlarında ise izleyiciyi aydınlatma yönünde bir çabanın olduğu görülmektedir. Son olarak içerikteki yazım biçimine bakıldığında burada kuralların dışında bir yazım ve noktalama tarzının kullanıldığı görülmektedir. Örneğin cümle içinde Muhammed peygamberden bahsedilirken kullanılan “efendimiz” sözcüğünün, peygambere yönelik cümle içindeki hitap ifadelerinin ve peygamber için kullanılan “o” işaret zamirinin vurguyu artırmak için daima büyük yazıldığı görülmekte; yine bazı eksilteli cümlelerin sonuna nokta, tamamlanmış bazı cümlelerin sonuna ise üç nokta konulduğu görülmektedir.

b. *Performans*: Bu içerikte “ormanda okuma ve gezinti yapma”, “kişisel eşyaları ayıklama” ve “araştırma yapma” şeklinde ifade edilebilecek üç tür performans icra edilmektedir. Çok sayıda dramatik canlandırma yapılan bu içeriğin tüm sahnelerinde çeşitli dramatik eylemlere yer verilmesine rağmen, özellikle araştırma sahnelerinde bu durum çok daha belirgindir. Örneğin oyuncu, “Hayattaki bu fazlalık zihnimizi oyalıyor ve dikkat dağınıklığına yol açıyor.” şeklindeki ifadenin kullanıldığı esnada çok sayıda kalemin bulunduğu karmaşık kalemlikten kalem seçmeye çalışmakta ve bununla içerik boyunca vurguladığı “seçim yapmakta zorlanma” halini dramatik olarak canlandırmaktadır. Yine “Sürekli ilgisi dağılan hareketli bir çocuk gibi olaya değil nesneye odaklanıp asıl meseleyi unutuyoruz. şeklindeki ifade esnasında oyuncu,

kalemini seçmeyi artık başarmış ve nihayet Risale-i Nur okuyup notlar almaya başlamıştır. Oyuncu bu performansla odaklanılması gereken asıl meselenin Risale olduğuna gönderme yapmış olmaktadır. Benzer bir şekilde “*Risale-i Nur*’da: ‘*Malayani ile iştigal maksadı geri bırakır*’ diyor. “*Yani boş şeylerle meşguliyet asıl meseleyi unutturuyor. Fazlalık bu boş şeyleri temsil ediyor ve zihnimizde bulanıklık yapıyor.*” şeklindeki ifadelerin kullanıldığı esnada oyuncu; cam kenarındaki masada çalışmasına ara vererek sukkulentlerle oynamakta ve telefonunu kurcalamaktadır. Huzme oyuncusu bu sahnede sıkılma rolünü oynamakta, daha doğrusu asıl amaçlarından sapma durumunu dramatik olarak canlandırmaktadır.

c. *Retorik*: Huzme; önceki içerikte mekanda sadeleşme vurgusu yapmışken, bu içerikte ise kişisel giyim ve aksesuarlar üzerinden bir sadeleşme örneği göstermiş ve bu açıdan hem tekrara düşmemeye hem de birbirini tamamlamaya çalışmıştır. Ayrıca Huzme; bir önceki içerikte şık bir dekorasyonun nasıl yapıldığını gösterirken; burada söz konusu dekorasyonun dayandığı teorik temelleri öne çıkarmıştır. Özellikle “*Madde içinde boğulmaya başlayan, alanını depoya çeviren insan, az ve öz olanı özlediği için sadeliği diğer adıyla Minimalizm’i bir çıkış yolu olarak gördü diyebiliriz.*”, “*Tüm dünyaya yayılarak trend haline gelmesi tüketime doymuş, huzuru arayan insanlık için sevindirici. Fakat yüzyıllar önce aslında sahip olduğumuz en büyük değerlerden birini bugün kaybetmiş, eksikliğini hissetmiş ve tekrar arıyor olmamız biraz üzücü.*” ve “*Öyleyse dinimizin, hatta günümüzdeki tüm dinlerin merkezindeki insan modeli: - Maddede sadelik, -Zihinde sadelik, -Kendindeki ve kainattaki anlamı keşfeden, -Üretim ağırlıklı olan, -İlüzyonik düzenden sıyrılıp hedefsizlikten kurtulan, Ahir zaman yaşayış modeline zıt ama ebedi zamanlar yurduna bolca yatırımı olan bir model.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme, Batı menşeli minimalizm ile İslam’ın kesiştiği noktaya dikkat çekmekte ve izleyiciyi bu uyumu yakalamaya teşvik etmektedir. Özetle minimalizmi, “*eşyanın tutsaklığından özgürleşmek*” için büyük bir anahtar olarak gören Huzme’nin teorisine göre kişiler, bir şeyi almak zorunda hissettikleri için almamalıdır. Fakat Huzme minimalizmin bu argümanını yetersiz görmektedir. Çünkü ona göre kişilerin gerçek anlamda huzuru bulması salt maddede sadeleşme yoluyla gerçekleşmemekte; bunu yanı sıra “*Kur’ani bir iktisatla*” zihinde de sadeleşme yoluna gidilmesi gerekmektedir. Bu anlamda “*Hayatın anlamına ulaşma yolunda ilk yapmam gereken seçimlerimin sayısını azaltmak olmalı*” ifadesinde görüldüğü üzere, Huzme’nin

minimalist anlayışın temelini hayat amacıyla ilişkilendirerek ona metafizik bir anlam yüklediği ifade edilebilir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Öncelikle oyuncu, içerikte anlattıkları üzerinden sahip olduklarını azaltma çabasındadır. Bu durum, ifadeler ile görsellerin uyum içinde olduğunu göstermektedir. Ancak bu oyuncu, sahip olmanın kişi üzerinde ağır bir yük olduğunu ve hafiflemek için bunlardan kurtulması gerektiğini belirtirken aslında halihazırda ihtiyaç fazlası bazı ürünleri tüketmiş olduğu gerçeğini göz ardı etmektedir. Yani Huzme; kitlelere belirli bir yaşam stilini kendi şahsında anlatırken, aslında kendisinin gereksiz tüketim yaptığını da göstermiş olmaktadır. Ayrıca bu içerikte sadece giyim ve ayakkabı gibi belirli türde tüketim nesnesini azaltan oyuncu, bu açıdan tüketim olgusunu sadece belirli ürünlere hapsetmiş olmaktadır.

İkincisi Huzme bir yandan *“Bir gün Hz. Ömer (ra) Peygamber efendimiz (sav)’ın yanına geldi. Gördü ki efendimiz bir hasır üzerinde yatmakta ve mübarek teni hasırdan izler taşımaktadır. Efendimizin teninde hasırın iz yaptığını görünce hazreti Ömer (ra) ağladı. Efendimiz hazreti Ömer’e sordu: Ya Ömer! Niçin ağlarsın? Hz. Ömer (ra) buyurdu ki; Niçin ağlamayayım ya Rasulallah. Kisra ile Kayser bunca nimetler içinde, kalın döşeklerde gark olup yatarlar. Onlar Allah’ın düşmanlarıdır. Sen Allah’ın habibi iken mübarek tenin hasır iziyle yol yol olmuş. Altına abadan bir döşek alsan olmaz mı Ya Rasulallah?”* şeklinde uzunca bir rivayet alıntılanarak peygamberin hayatındaki basitliğe ve sadeliğe vurgu yapmakta ve minimalizmin tarihsel kökenlerinin peygamberin yaşantısında modellendiğini göstermeye çalışmaktadır. Diğer yandan bu rivayette sadelikle beraber aslında yoksunluk halinin de idealize edildiğini göz ardı eden Huzme, hiçbir içeriğinde canını acıtacak bir sadelik ve yoksunluk yaşadığına dair en ufak bir gösterge kullanmaz. Yani Huzme burada bir yandan yoksunluk retoriği yaparken diğer yandan daima ortalamanın üstünde bir yaşam standardını deneyimlemekte ve bu açıdan büyük bir çelişkiye düşmektedir.

b. *Söylenmeyen Gizli Anlam*: Huzme; tüm içerik boyunca doğrudan ifade etmese de gerek ağızına kadar dolu olan çekmecelerden giysi ve ayakkabı ayıklarken gerekse bir sepetten taşan öteberileri azaltırken daima sadelikteki zarafeti göstermeye çalışmaktadır. Bu sahnelerde özellikle eşya depolarının ayıklama işleminden önceki dağınık ve yorucu halleri ile düzenlendikten sonraki şık ve zarif halleri gösterilir. Yani giyim ve eşyada

detay çokluğunun şıklık göstergesi olmadığını ve şıklığın aslında sadelikle sağlanabildiğini gösteren bu içerikte, çok şeye sahip olma durumu; “israf” gibi bir dini kavram ekseninde değil, “şıklık” gibi moda bir kavram ekseninde olumsuzlanmıştır.

Yine her ne kadar doğrudan ifade edilmese de “*Bunca yıl maddenin sahipliğine girip ona verdiğimiz hakimiyeti bugün geri alıp, mana sahalarına inmeye var mısın?*”, “*Zihinler, bedenler bu kadar yorulmuşken yeni bir hayata başlamak mümkün mü?*” sorusuna cevabın evet ise sana formülü söylüyorum.” ve Kur’ani bir iktisat ile gözünü, aklını, kalbini dinlendirirken, ruhunu harekete geçirmenin tam zamanı! Keşfetmeye, hissetmeye, Yeniden başlıyoruz.” şeklindeki ifadelerden anlaşıldığı üzere Huzme, kendisini yorgun bedenleri hayata döndürecek yetkinlikte görmekte ve kendisine verdiği bu yetkiye dayanarak mütedeyyin hedef kitlesinin tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye çalışmaktadır. Huzme, bu çerçevede minimalizme uygun tasarladığı bazı ürünlerin göze batmayacak şekilde reklamını yapmaktadır. Örneğin oyuncu orman sahnesinde üzerinde “*You should seek divine pleasure in your actions*” şeklinde bir yazının ve “Huzmestore” reklamının yer aldığı kendi üretimi olan bez bir çanta kullanmaktadır. Burada Huzme’nin bir yandan tüketim noktasında dini bir pazar oluşturmaya çalıştığını, ancak bunu henüz doğrudan yapmaya cesaret etmediğini ifade etmek mümkündür.

Son olarak, Huzme çoğu içeriğinde bütün sahnelerini çekim öncesi temizleyip düzenleyerek içeriklerinin büyüleyici görünmesini sağlamaktadır. Fakat bu içerikte ayakkabı ayıklama sahnesine küçük bir dikkatle bakıldığında, bu temizlik işleminin detaylı yapılmadığı veya Huzme içeriklerinde sıkça görünen titizliğin bu sahnede bir parça gevşediği görülmektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Güçlü bir etkileşimselliğe sahip olan bu içerikteki geri bildirimlerde büyük bir çeşitlilik olduğu görülmektedir. Öncelikle izleyicilerin “*Videolarınız film gibi, iyi kurgulanmış ve akıcı...*”, “*Çok kaliteli ve bilinçlendirici bir video olmuş emeğinize sağlık.*”, “*Sizi izlerken büyüleniyorum resmen çok farklı hissettiriyor..*” ve “*Bulunduğunuz ortam harika. Seyrederken keyif aldım.)*” şeklindeki yorumlarından anlaşıldığı üzere içerik; izleyici üzerinde “kaliteli”, “büyüleyici”, “film gibi iyi kurgulanmış” ve “seyretmesi keyifli” bir izlenim oluşturmuştur. Yani bu videonun kendisi başarılı bir tüketim nesnesi olarak izleyici tarafından kabul görmüştür.

İkinci olarak, “*Sade yaşam imandandır*”, “*Bence dini güzel ve örnek olacak bir biçimde yaşıyor, bunu bize aktarıyorsunuz... Din adı altında bağınazlık yapanlara karşı*

da videolarınız bence güzel bir örnek.” ve “Hani İslam’a göre yaşanıldığında hayatlarının kısıtlandığını zanneden, hayatın tadını çıkaramayacaklarını zannedenler ve bunun için de İslam’dan kaçan insanlar için harika bir İslami yaşam biçimini yansıtmışsınız...” şeklindeki yorumlardan anlaşıldığı üzere Huzme’nin minimal tüketim trendini dini düşünceyle özdeşleştirme çabası takdirle karşılanmıştır. Bu yorumlardan anlaşıldığı üzere izleyici açısından Huzme; dini bir rol model olarak görülmüş ve bağnazlıktan sıyrılarak İslam’a göre yaşamanın ”hayatın tadını çıkarma”ya engel olmadığı tezini başarıyla icra etmiştir.

Üçüncü olarak, gerek bu içerikte gerekse Huzme’nin diğer kombin önerileri şeklinde hazırladığı çok sayıda içeriğinde *“Merhaba sen acaba evde uzun elbiselerden onların satışını yapıyor musun? Satıyorsan bana bildirir misin? Ben de almak istiyorum.”*, *“Selamün aleyküm sade bol elbiseleri nereden alıyorsunuz?”* ve *“Şallarını hediye etsen ben yeni kapandım. Giysilerinden mesela...”* şeklinde çok sayıda yorum yapılmıştır. Huzme; içeriklerinde farklı desen ve renklerden oluşan Yade ürünlerini, video içeriğinde isim vermeden farklı açılardan göstererek reklamını yapmaktadır. Nitekim oyuncular üzerinde görülen bu ürünlere çok sayıda talep olduğu yapılan yorumlarda görülmektedir. İşte Huzme, video içeriğinde Yade’ye doğrudan atıfta bulunmasa da izleyicilerden gelen sorulara *“www.yadebutik.com sitemizi ziyaret edebilirsiniz”* şeklindeki yönlendirici ifadelerle geri bildirimde bulunmaktadır. Bu yönüyle Huzme’nin tüm ürün reklamlarını doğrudan göze çarpmayacak bir strateji üzerine kurduğu görülmektedir.

Yukarıda bahsedilen olumlu ifadelerin yanı sıra burada iki farklı eleştirel tutumun kümелendiği görülmektedir. Birincisi *“Minimalist olmak hayatta bir şeylerden mahrum kalmak değil. Kaliteli bir hayat ve huzurlu bir zihin demektir.”*, *“Maalesef ki ülkemizde sade yaşam denilince akla fakirlik, gösterişli ve avangart denilince zenginlik geliyor...”* ve *“Ben minimalizmi(sadeliği) öğrendiğim zaman değişiklikler yaptım. Minimalist bir insanım ama bazen daha çok istiyebiliyor insanlar. Dolabıma baksanız 50 parça kıyafet bile yoktur belki 30!! Her ay ve sene giymediğim veya zamanında alıp beğenmediğim eşyaları ayırırım ve böylelikle dolaptaki eşya sayım daha da azalır.”* şeklindeki yorumlarda görüldüğü üzere, minimalizmi mahrumiyetle ve fakirlikle eş değer gören anlayışa yönelik eleştirilerdir. Bu izleyicilere göre minimalizm tüketime karşı değildir. Özellikle son yorumu yapan izleyicinin anlayışı bu noktada Huzme’nin temel tüketim

paradigmasıyla aynı çizgide görünmektedir. Bu izleyici, çok şeye sahip olma düşüncesini yadırgamamakta; sürekli tüketmesine rağmen sahip olduğu ürünleri belirli aralıklarla elden çıkararak daima “minimal” sınırlarda gezinmiş olmaktadır.

İkinci eleştirel tutum ise *“Zaten ekonomik çöküşüm beni minimal hayata mecbur bırakıyor..”, “Benim minimalist olacak kadar eşyam yok.”, “Ben minimalist değilim ama sizin esyanızdan ve kıyafetlerinizden daha az, hatta çok çok azmış. yoksa ben minimalist miyim bilmeden de olsa?”, Minimal yaşamak bile artık çok pahalı. Güzel sade masalar, dolaplar, koltuklar hepsi iyi hoş ama şık diye bunları bile inanılmaz fiyatlara satıyorlar. Minimal yaşama dönmek bile maliyetli bir iş artık. En minimal yaşam bir çadır bir tulum, bir tüp ve doğada yaşam...”* ve *“Her şey marka, çantaya kadar... Diğer videolara da baktım. Ahir zamanda batılla savaşmak böyle olmamalı.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin savunduğu minimal yaşam tarzının aslında iddia edildiği gibi gerçekten mütevazı bir yaşam biçimi olmadığı noktasında kümelenmiştir. Bu açıdan kendilerini Huzme’yle belirli düzeyde kıyaslayan izleyicilerin Huzme’nin büyük bir tevazu olarak sunduğu yaşam tarzının kendilerine kıyasla çok daha tüketimci olduğunu kimi zaman ironik kimi zaman ise sitemkar bir biçimde dile getirdiği görülmektedir.

3.2.4.3. Görsel Metin 3: Huzme İstanbul Buluşmasında Neler Oldu? / Özel Tekne Daveti!

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar:* 4 Eylül 2022 tarihinde 10 dakika 46 saniye olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 32 bin görüntüleme, 2 bin beğeni ve 212 yorum almıştır. Ayrıca burada içeriğe özel herhangi bir açıklama yazısı ve etiket kullanılmamıştır.

b. *Sahne:* Bu içerikteki performansların çok az bir kısmı yolculuk esnasında araç içinde, büyük bir kısmı ise İstanbul Boğazı’nda tur yapan bir teknede gerçekleştirilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu:* Gerek oyuncuların boyunlarına astıkları yaka kartlarından gerekse aralarında geçen diyaloglardaki hitap şekillerinden anlaşıldığı üzere başta içeriğin büyük kısmını yöneten Damla olmak üzere Bükre, Edibe, Reyhan, Sedanur ve Zehra gibi Huzme kadrosundan çok sayıda oyuncu; ayrıca izleyicilerden oluşan yüze yakın kalabalık bir konuk oyuncu grubu bu içerikte yer almıştır. Bu konuk oyuncuların

büyük bir kısmının az sayıda sahnede tıpkı bir figüran gibi yer aldığı, bunlar arasında kendilerine doğrudan mikrofon uzatılan beş oyuncunun ise daha uzun sahnelerde yardımcı oyuncu olarak rol aldığı görülmüştür.

d. *Takım*: Bu içerikte Huzme ekibinin gerek sahne önünde gerekse sahne arkasında sıkı bir takım içi işbirliği içinde olduğu; bununla beraber diğer içeriklerden ayrı olarak burada Huzme'yi sosyal ağlarda takip eden izleyicilerden kalabalık bir grubun Huzme ekibiyle uyumlu bir işbirliği yaptığı görülmektedir. Yani burada içerik üreticisi ile tüketicisi, sahne önünde bir takım olarak performansta bulunmuştur.

e. *Üslup ve Dil*: İçerik esnasında performansın türüne göre ifade biçiminin farklılaştığı görülmektedir. Oyuncuların kendi aralarında gerçekleştirdikleri doğal konuşmalarda sıradan ve gündelik; konuklarla yapılan soru-cevap fasıllarında açıklayıcı; Damla'nın izleyicilere yönelik doğrudan yaptığı konuşmalar esnada ise daha yönlendirici ve akademik bir ifade biçimi kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Bu içerikteki cümle yapılarına bakıldığında ifadelerin üç şekilde kümelendiği görülmektedir. Birincisi “*Güneşe bakıyorum. Doğmuş... Güzel bir kahvaltı... Simit... Yakalıyorum efendim...*” ve “*Şu an gerçekten çok güzel. Neler hissettiğimi tarif edemiyorum.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere çoklu oyuncuların aynı anda ya da peş peşe tekil olarak mırıldanlıkları, belirli bir muhatabı olmayan ifadelerdir. İkincisi x: “*Bizi nasıl bir gün bekliyor?*”, y: “*Yoğun bir gün ama inşallah derslerle, konuşmalarla çok güzel geçeceğini düşünüyorum.*” x: “*İnşallah*” y: “*Biz heyecanlıyız.*” Damla: “*Ben çok heyecanlıyım.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere etkileşim halindeki oyuncuların kendi aralarındaki diyaloglarından oluşmaktadır. Bu iki tür ifade biçiminde genel olarak bireysel duygu boyutu belirgindir. Üçüncüsü ise “*Bu videoda Huzme İstanbul Buluşması'ndan kesitler izliyorsunuz. Yaklaşık iki ay önce Boğaz'da çok güzel bir tekne turu organizasyonu hayal etmiştik. Ve bugün o hayalin gerçekleşmiş halini izliyoruz. Özel günler, özel amaçları ve özel duyguları içinde saklar. Bu da onlardan biriydi.*” şeklinde oyuncunun grup kimliğine bürünerek doğrudan izleyiciyi muhatap aldığı açıklayıcı ifade biçimidir.

b. *Performans*: Az sayıda görsel demetin farklı sahnelerde defalarca kullanıldığı bu içerikte üç tür performans gerçekleştirilmiştir. Birincisi; baştaki intro ve finaldeki outro olmak üzere toplam dört sahnede gerçekleştirilen sözsüz performanslardır. Bu

sözsüz performanslardan ilkinde görsellerin hızına paralel olarak müzisyen “RocknStock”ın hayli coşkulu “Strong Beat rock Trailer” parçası kullanılmış; final sahnesinde ise “Sevda Kuşun Kanadında” dizi müziği eşliğinde Boğaz’ın dronla çekilmiş görüntüleri ve Huzme oyuncularının mutluluğu ağır çekimde gösterilmiştir. Gerek Yeşilçam filmlerini andıran ağır çekim sahnelerinde gerekse iki huzme oyuncusunun “Titanik Pozu” veridiği sahnelerde görüldüğü üzere bu sözsüz performanslarda bilgilendirmekten ziyade doyasıya görsel şölen yaşatma ve imrendirme çabası daha belirgindir. Bunula beraber içerikte gerçekleştirilen ikinci tür performans, oyuncular arası diyalogların icra edildiği ve fiziksel hareketlilik alanının bulunduğu hazırlık sahnelerinde icra edilmiş; üçüncüsü ise biri Başkan Bükre’nin konuk oyuncuları hedef akan irşat sahnesinde, diğeri konuk oyunculara söz hakkı verilen uzunca sahnede hareketliliğin kısıtlı, konuşmalarına çok yoğun olduğu performanslardır.

İkinci bir husus ise Huzme’nin çoğu içeriğinde doğrudan konuya girmesine ve genelde belirgin bir işaret vermeden içeriği aniden sonlandırmasına rağmen bu içerikte “*Selam arkadaşlar. İstanbul Boğazı’nda tekne turumuzu yapıyoruz şu an.*” ve “*Herkese selam. Şu an İstanbul Boğazı’nda tekne turumuz başladı.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere farklı iki sahne sözlü olarak “giriş ritüeli” ile başlatılmış; oyuncuların toplu halde el salladığı final sahnesinde görüldüğü üzere içerik, “çıkış ritüeli” ile sözsüz olarak, sadece “rahatlama jestleri”yle¹⁰⁹¹ sonlandırılmıştır.

c. *Retorik*: Öncelikle Huzme; tüketim kapsamında ele alınan önceki içeriklerde “özel ürünleri”, bu içerikte ise “özel deneyimleri” ön plana çıkarmıştır. Nitekim Huzme burada oldukça maliyetli olan Tekne turu deneyimini bireysel olarak değil, Tekne kapatarak gerçekleştirmekte ve mevcut deneyimin hazzını üst sınıra çıkarmaktadır. Aldığı hazzı göstermek üzere ise doğa ve tarih kokan Boğaz manzarasını içeriğin başından sonuna büyük bir iştahla paylaşmaktadır.

İkinci olarak tüketime dair analiz edilen ilk içerikte sadece çay ve Türk kahvesi gibi rutin içecekleri tüketen, ikinci içerikte ise mutfak sahnesine hiç yer vermeyen Huzme; bu içerikte yediğini, içtiğini ve rutinin dışında olduğunu her fırsatta hissettirdiği gezi deneyimini, sunumlarına ihtimam göstererek bolca paylaşmaktadır. Nitekim oyuncularından birinin “*Şahane bir masa hazırlıyoruz...*” ifadesini kullandığı esnada bambu servis tabağında peynir, yeşil zeytin ve domateslerden oluşan sanatsal bir örüntü

¹⁰⁹¹ “Rahatlama jestleri” (appeasement gestures) el sallama ve şapka çıkarma gibi memnuniyet belirten davranışları ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 103.

ile uzun cam kavanozlardaki susamsız çubuk gevreklerin oluşturduğu muntazam bir görüntü ekrana gelmektedir. Yine oyuncunun izleyiciye yönelik *“Peynir tabağımıza bakar mısınız?”* şeklindeki ifadesi esnasında peynir, salam, üzüm, fındık, badem, hurma, yaban mersini, ızgara zeytin, kayısı ve çikolatadan oluşan zengin ve düzenli kombinasyon detaylıca gösterilmekte ve özenle kesilmiş ejder meyveleri en üste konulmak suretiyle hazırlanan meyveler şık bir hasır sepet içerisinde servis edilmektedir. Huzme burada hem sunumların şıklığına hem sağlıklı olmasına hem de sıradan insanların ekonomik koşullar nedeniyle tüketemediği ürünleri seçme noktasına dikkat etmiş görülmektedir. Nitekim içerik boyunca yağsız hafif aparatifler ve pahalı meyvelerin cam veya ahşap gibi doğal malzemeler içinde sunumu yapılmıştır. İçeriğin bütününe bakıldığında Huzme’nin plastikten özellikle uzak durduğu ve bu yönüyle çevreci bir imaj çizmeye çalıştığı görülmektedir.

Son olarak Huzme özel deneyimini paylaştığı konuk oyuncularla gerçekleştirdiği minik söyleşide ne kadar başarılı bir organizasyon yaptığını bu konukların dilinden tescil etme çabası içinde olmuştur. Nitekim Damla’nın *“Günün nasıl geçiyor?”* ve *“Bugün sana ne kattı?”* şeklindeki sorulara yanıt veren konukların *“Bugün bana aslında sayamayacağım kadar çok şey kattı ama başta şunu söyleyebilirim. Davanın, evet dava diye bir kavram hep vardı ama biz burada gerçekten davanın ne olduğunu, dava kardeşliğinin ne olduğunu çok daha iyi gördüm.”*, *“Allah yolunda gerçekten çok güzel şeyler yapılabileceğini öğrendim ve gerçekten eğer istersek yapabileceğimizi de, bahanelerin arkasına sığınmayabileceğimizi de öğrendim.”*, *“Çok eğlenceli geçiyor. Sanki uzun zamandır hani birbirimizi tanıyormuşuz gibi... İslamiyet’e yuva açmış, onu bize tanıtan yuva.”* ve *“Harika. Tamamen kızlara özel ve çok güzel, çok rahat hissettiriyor.”* şeklindeki ifadelerinde göre Huzme’nin tekne organizasyonu hem “kızlara özgü”, “eğlenceli”, “rahat” ve “harika” bir deneyim sunmuş hem de “dava kardeşliği”, “dini yaşamak için bahanelerden uzaklaşma” ve “İslam’ı tanıtan bir yuva” olarak dini duyguların yoğunlaşmasında işlevsel olmuştur.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar:* Bu içerik boyunca farklı Huzme oyuncularının dilinden sadece Allah’ı razı etmeye yönelik, tüketim karşıtı ifadeler çok sık dile getirilmiştir. Örneğin Başkan Bükre’nin misafirlere yönelik yaptığı sohbette *“Allah’ın önüne neyi koyuyorsak... O’nun davasının önüne neyi koyuyorsak... Hep onunla imtihan olacağız*

ve oluyoruz da. ‘Sen sonsuz aciz, sonsuz fakirsin’ diyor üstad. Rahman ve Rahim olana dayanman lazım. Biz işe başlarken bile onu söylüyoruz. Neden? Aciz ve fakirim ben. O’na dayandığın zaman bütün işler daha kolay ve daha çekilebilir hale geliyor. Güzel bak, güzel gör. Güzel görenler diyor, güzel tasvir ederler ve hayattan lezzet alırlar.” şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere “acizlik ve fakirlik” vurgusu yapılmakta; Damla’nın “İçinde yaşadığımız çağ bize bir yol gösteriyor. Ve biz onun tam tersi yönde ilerliyoruz. Durum böyle olunca diğerlerine göre azınlıkımız gibi görünüyor. Bazıları doğru zannettiği yanlışlarda kaybolurken bazıları “gerçek doğru”ların peşinden gidip yoluna devam ediyor.” şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere Huzme, modern dönemin gösterdiği yaşam biçiminden tamamen aksi bir istimatte yol yürüdüğünü ve çağdan tamamen soyutlanmış olduğunu kibir olarak adlandırılabilir bir özgüvenle belirtmektedir. Fakat içerik boyunca ekranda yansıtılan deneyimlerde Huzme’nin ne “aciz ve fakir” olduğuna ne de “çağın aksi yönde ilerlediğine” dair göstergesel bir ipucu bulunur. Aksine bu içerikte onu “öteki”lerin tüketim alışkanlıklarından ayıran herhangi bir husus bulunmamaktadır. Yani Huzme bir yandan yoksulluk ve maneviyat edebiyatı yaparken diğer yandan çağa egemen olduğu gibi maddi “hayattan lezzet almaya” son derece devam etmektedir.

Peki Huzme lüks yaşamasına rağmen bu durumu ısrarla neden reddetmektedir? Bu noktada Huzme’nin dile getirdiği temel argüman aslında “İslam’ın en güzel olduğu ve en güzel şekilde yaşanmayı hak ettiği” şeklinde ifade edilebilecek bir düşüncedir.¹⁰⁹² Bu düşüncenin yanı sıra Huzme’nin genel tavrına bakıldığında, aslında bahsedilen ürünlerin pek de pahalı ürünler olmadığı yönünde zımni bir düşünce bulunmaktadır. Yani Huzme burada sahip olduğu ürünleri daha maliyetli ürünlerle kıyaslamaktadır. Bu durumda örneğin binlerce liralık “Kaft” ve “Kanken” çanta kullanmak Huzme açısından lüks tüketim sayılmamakta; asıl yüz binlerce liralık “Chanel” ve “Dior” marka çantalara sahip olmak lüks tüketime girmektedir.

b. *Söylenmeyen Gizli Anlam:* Öncelikle Huzme yaşadığı hayatın lüks olduğunu kabul etmese de “iyi” olduğunu kabul eder. Ancak Huzme “Dünya bizi sahte mutluluklarla kandırmaya çalışıyor. Özellikle gençler olarak bu konuda uyanmalıyız.... Evet bu zor bir yol ama biz doğruyu bildikten sonra kimse buna engel olamaz. Çalışkan, fedakar, akıllı ve biraz da uyanık olmamız gerektiğini düşünüyorum.” şeklindeki

¹⁰⁹² Huzme’nin lüks yaşamını açıkça reddettiği bir içerik için bk. “Huzme’de Her Şey Neden Lüks?”, https://www.youtube.com/shorts/N_aK7z2qdcs (Erişim Tarihi: 01.10.2023)

ifadele görüldüğü üzere bu “iyi” yaşantıyı hedef kitlesi olan gençlere İslam’ı sevdirmek amacıyla tercih etmekte ve ilginç bir şekilde kendisini “fedakar” ve “cafakar” olmakla nitelemektedir. Özellikle son sahnede Zübeyir Gündüzalp’ten *“Birgün, Kur’an etrafındaki surların yıkıldığını görürsen; hemen kemiklerini taş, etlerini harç, kanını da su edeceksin. Etrafında ilimden, irfandan, faziletten, ahlaktan kaleler dikeceksin. Kaleler fedailer ister. Nasıl olsa sen de içinde fedai olacaksın.”* şeklindeki alıntı nakledilirken, o esnada tekneye asılmış büyükçe bir Huzme afişi heybetli bir şekilde gösterilmektedir. Huzme burada İslam’ı bir kale, kendisini de aldığı tüm dünyevi lezzetlere rağmen onun fedaisi olarak konumlandırmaktadır. Bu sahne ve sözlerde görüldüğü üzere Huzme, fedai kavramına kendi tüketim normları çerçevesinde yeni bir anlam yüklemiş görünmektedir.

İkinci olarak oyuncunun *“Allah’ın belirlediği bazı kurallar var biliyorsunuz. Dikkate alınması gereken emirler, yasaklar ve farkındaysanız bunlar hayatın içinden giderek uzaklaşıyor. Biz insanlardaki inancın inanılmaz ölçüde zayıfladığı bir dönemde imanını kurtarmaya ve yeniden kazanmaya çalışan birkaç insanız.”* şeklindeki sözleri dile getirilirken Huzme’nin kısa, orta ve uzun vadede neler hedeflediğini ve sosyal medyada neler yaptığını içeren bir broşür uzun uzun gösterilmektedir. Fakat Huzme; bu afişi doğrudan ekranda göstermek yerine, onu inceleyen bir ekip üyesinin sayfaları çevirmesiyle rahatlıkla görünecek şekilde ekrana yansıtmıştır. Yani burada Huzme’nin tükettiği ürünler ve deneyimler kadar bizzat kendisinin reklamını yaptığı ve kendisini pazarladığı görülmektedir.

Son olarak içeriklerinde asla doğrudan dile getirmese de gösterdikleri kadarıyla Huzme’nin diğer tüketim alanlarında “marka ürün” kullanma gibi bir eğilimi varken, giyim alanında ise bir tür “tasarımcı odaklı moda anlayışı”na sahip olduğu görülmektedir. Huzme özellikle abaya, başörtüsü, bez çanta ve seccade gibi ürünleri kendisi üretebildiği için bu alanda tanınmış bir markaya yönelmeyi tercih etmemektedir. Bu “tasarım odaklı anlayış” ise Huzme’nin alt ve orta sınıflarda görülen özentili bir moda anlayışına sahip olmadığını ve kendisini zımnen diğer sınıflardan ayırdığını göstermektedir. Bu çerçevede gerek maliyetli tekne turunun yansıttığı genel büyüleyici havada gerekse “Comfijap”¹⁰⁹³ tarzı başörtüsüyle yalı manzarasını seyreden oyunculara

¹⁰⁹³ “Comfort” ve “Hijab” sözcüklerinin bileşiminden oluşan bu kavram, akademisyen ve tesettür modacıları olan Elif Kavakçı’nın ürettiği bir spor giyim tarzını ifade etmektedir. Bu giyim tarzında genelde başörtüsü üzerine şapka kullanımı belirgindir.

ait tekil görüntülerde Huzme'nin üst sınıfa mensup olduğu izlenimi verilmektedir. Oysa üst sınıfın "statü sembolleri"ni¹⁰⁹⁴ kullanmayı çok sevse de tekne turuna Fiat marka arabayla gelen Huzme üyeleri aslında yüksek bir sosyoekonomik yapıya sahip değildir. O sadece alt sınıfın statü sembollerini başarılı bir şekilde saklamaya çalışmakta; ancak bazen istemeden de olsa açık vermektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Huzme; "Kimsenin yüzünün gözükmemesi ve sadece bir kişinin yüzünü göstermeniz hoş olmamış bence. O kişi yüzümü gösterebilirsiniz dese bile siz göstermemliydim bence. Garip durmuş videoda yani sadece bir kişinin yüzünün gözükiyor olması" şeklinde sadece tek bir eleştirel yorum barındıran bu içerikteki tüm yorumlara beğeni ve yanıtla geri bildirimde bulunmuştur. Nitekim Huzme, daha çok mahremiyet normlarına yönelik olan bu eleştiriye "Bakış açınız ve yorumunuz için teşekkür ederiz. Yüzünü göstermek isteyen ve istemeyen herkesin fikrine saygı duyuyoruz. Videoyu da bu hassasiyet üzerine çekip editledik." şeklinde nezaket çerçevesinde bir açıklama yapmıştır. Bu durumu olumlu yorumların getirdiği özgüvenle açıklamak mümkündür.

İçeriğe yapılan olumlu yorumlarda "Allah helal dairede ayaklarımızı sabit kılın Huzme.", "Helal dairenin lezzetini buradan hissettik kızlar. Yolunuz bahtınız hep açık olsun, davamız daim olsun." ve "Kısacası helal dairede kardeşlerimizle "Aşk" yaşandı elhamdülillah." şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere helal ortamda her türlü hazzın deneyimlenebileceği noktasında izleyicilerin Huzme'yle mutabakata vardığı; yine "Hayalimdeki gibi bir ortama sahipsiniz.", "Mükemmel ortam sonsuz huzur. İnşallah bir gün ben de gelebilirim." ve "Herkes o kadar enerjik ve samimiydi ki. Bükre ve Edibe abla başta olmak üzere ve tabii ki Damla ve Reyhann bütün ekibe çok teşekkürler." şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme'nin inşa etmeye çalıştığı "mükemmellik imajı" ve "hayal yontma"¹⁰⁹⁵ çabasının başarıya ulaştığı; "Fedai olabilmeyi nasip eyle Ya Rab,..Çiçek gibi mekanda, çiçek gibisin Huzme" ve "Teknedeki Huzme yazısı haramların karşısına bir kale gibi dikilip 'Durun kalabalıklar! Bu cadde çıkmaz sokak' diyordu sanki." şeklindeki ifadelerde ise tüketim

¹⁰⁹⁴ Alt tabakalardan üst tabakalara doğru gerçekleşen bir toplumsal hareketlilik esnasında daima üst sınıfla özdeşleşen çeşitli işaret araçları kullanmaya doğru bir eğilim vardır. Bu araçlar maddi varlığın göstergesi olan birtakım statü simgeleridir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 46.

¹⁰⁹⁵ Bu kavram; lüks ortamlarda pahalı eğlencelerin keyfini sürerek ve bu alanda muteber kişilerle aynı ortamda bulunarak, üstelik bunlardan alınan hazzın başkalarının şahit olması durumunda ikiye katlandığı lüks tüketim eylemlerini ifade etmek için kullanılır. Bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 226.

pratiklerinin bütünüyle göz ardı edilip Huzme'ye muazzam bir fedai rolünün biçildiği görülmektedir.

Üçüncü olarak dikkat çeken “İslam'a uygun parfüm önerir misiniz? Sizin kullandığınız, naif, çiçek gibi kokan, ağır kokmayan bir parfüm. Çok iyi olur. Araştırmama rağmen bulamadım.” şeklindeki bir yorumda Huzme'nin bir önceki içerikte de sergilediği “tüketim alışkanlıklarını yönlendirme ve değiştirme çabası”nın bu içerikte karşılık bulduğu ve bazı izleyicilerin Huzme'nin tükettiği şeyleri tüketme çabasına girdiği görülmektedir. Nitekim bu durumdan oldukça memnun olan Huzme, “Kanalımızda doğal parfüm yaptığımız bir videomuz var. Bakabilirsin” şeklindeki geri bildirimiyle tüketim alışkanlıklarını yönlendirmeyi yorumlar üzerinden sürdürmüştür.

3.2.5. Temassız Bir Çatışma Ortamı Olarak YouTube

“Çatışma-mücadele” teması kapsamında değerlendirilebilecek videolar; “eleştiri”, “çatışma”, “ironi” ve “savunma” kodları altında listelenen videolardan oluşmaktadır. Bu anlamda Huzme kanalı, “çatışma-mücadele” teması kapsamında 17 uzun ve 52 kısa olmak üzere toplam 69 video barındırmaktadır.

3.2.5.1. Görsel Metin 1: 15 Temmuz Şehitlerine / Huzme

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 14 Temmuz 2020 tarihinde, 6 dakika 32 saniye olarak yayınlanan bu içerik, yaklaşık 22 bin görüntüleme, 2 bin beğeni, 256 yorum almıştır. Bu içeriğe Fetö darbe girişimine yönelik olumsuz ifadelerin yer aldığı uzunca bir açıklama yazısı ve bu yazının sonuna Necip Fazıl'ın “Bizim Şarkımız” şiirinden bir dördlük iliştilmiştir.

b. *Sahne*: İçeriğin giriş kısmındaki performanslar Bursa-İstanbul karayolunda seyreden bir araç içinde ve oyuncunun yol üzerinde mola verdiği bazı panoramik noktalarda gerçekleştirilmiştir. Sonraki performanslar ise sırasıyla 15 Temmuz Anıtı, Çamlıca Camii ve son olarak Ayasofya Camii'nin kadrāja alındığı meydanda gerçekleştirilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Tüm içerikte kimliği açık edilmeyen tek bir oyuncu performansta bulunuyor gibi görünmektedir. Ancak yüzleri görülmese bile ekrana yansıyan fiziksel özellikleri ve kullandıkları aksesuarlardan anlaşıldığı kadarıyla Bükre, Edibe ve Damla'nın tekil olarak farklı sahneleri yönettiği anlaşılmaktadır.

d. *Takım*: İçeriğe bütünsel bakıldığında baştan sona tekil bir oyuncunun kendi başına ürettiği bir içerik izlenimini verse de içeriğin Huzme’de üst düzey sorumlulukları olan oyuncularının takım içi işbirliğinin ürünü olduğunu ifade etmek mümkündür.

e. *Üslup ve Dil*: Edebi, sanatsal ve duygusal yönü oldukça kuvvetli olan bu içerik; bütünüyle epik bir anlatım biçimi etrafında örülmüştür.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Çok sayıda “biz” ifadesi kullanılan bu içerikte genel anlamda epik bir anlatım tarzı egemendir. Bu anlatım biçimi ekseninde içerikte “*kirli eller*”, “*hain planlar*”, “*gök kubbe*” gibi sıfatların kullanılmıştır. Ayrıca “*Allah isterse, kuşlar filleri yener.*” şeklinde Fil Vakası ve 15 Temmuz arasında; “*iman dolu göğsü en güçlü silahtan daha güçlü olan...*” şeklindeki ifadede ise iman ve silah arasında bir benzetme yapılmıştır. Analiz edilen diğer içeriklerden farklı olarak ilk defa burada “*Kurtulur dil tarih ahlak ve iman/Görürler nasılmış neymiş kahraman/Yer ve gök su vermem dediği zaman/Her tarlayı sular arkımız bizim*” şeklinde bir şiire yer verilmiş ve “*Hepimiz için sıradan başlamış bir gün. Tatil planları, eğitim planları, içinde yaşadığım memlekete nasıl faydam olur, insanlara nasıl ulaşabilirim diye düşünerek geçirdiğim günler. Hedeflerim var ve her birini gerçekleştirmek için gün sayıyorum. Gün akşama kavuşmaya yakın her şey hala sıradan. Hep birlikte yenilen yemekler, kurulan hayaller, edilen muhabbetler... Akşam saatlerinde etrafta garip bir hava var. Günün sıradanlığı tamamen tersine dönmüş. Telefonlara mesaj geliyor, uzaktaki annen arıyor korkmuş, sesi telaşlı. Yaşlılar daha telaşlı göz bebekleri titriyor.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere çok sayıda betimleme yapılmıştır. Ayrıca hem burada hem de içeriğin bütününde duygusal bir atmosfer hakim olduğundan genelde eksilteli ve devrik cümleler sıkça kullanılmıştır. Bununla beraber içerikte “*Hayatında neyi gerçekten uğruna canını feda edecek kadar çok sevdin?*” ve “*Darbe ne demek?*” gibi daha az sayıda soru cümlesi de kullanılmıştır.

b. *Performans*: Bu içerikte yolculuk halinde çekilen görsellerden oluşan yaklaşık bir dakikalık sözsüz intro bulunmaktadır. Daha önceki içeriklerde yer verilen intro’lardan farklı olarak buradaki görseller hem çok uzun hem de oldukça ağır çekimde yansıtılmaktadır. Ardından bir sinema filminin başlamadan önceki tanıtım kartına benzer şekilde tasarlanmış siyah bir ekrana “15 Temmuz 2016” ve “Huzme İlim ve Kültür Derneği” yazısı yansıtılmıştır. Bu durum Huzme’nin özellikle ilk dönemlerde

gerçekleştirdiği rutinlerinden büyük oranda farklıdır. Huzme, normalde hızlı olan intro'lardan sonra, beyaz bir ekrana iç içe geçmiş “h” harflerinden oluşan Huzme logosunun hareketli görüntüsünü yansıtmaktadır. Ancak burada içeriğe daha gizemli bir hava vermek üzere bahsedilen rutinin dışına çıkıldığı görülmektedir. Nitekim aynı amaç doğrultusunda içerik boyunca seyyah rolünü oynayan oyuncunun gerçekleştirdiği tüm ağırbaşlı performanslarda Zack Hemsey'nin gerilimi yüksek olan “The Way” parçası tercih edilmiştir. İkinci olarak ise içerikte 15 Temmuz gecesine ait haber bültenlerinden alıntılar yapıldığı sahnelerde herhangi bir görsel kullanılmadan yaşananların bir tür sesli dramatizasyonu yapılmış görülmektedir. Normalde Huzme içeriklerinde dış mekan kullanıldığında, açık renkli giyinen oyuncular tarafından güneşli havada neşeli bir performans icra edilirken özellikle intro'da olmak üzere bu içerikteki performanslar, baştan aşağı siyah giyinen oyuncu tarafından kasvetli ve ağırbaşlı bir biçimde icra edilmiştir.

c. *Retorik*: Bu içerik Huzme'nin YouTube platformunda geçirdiği ilk yılın sonunda üretilmiştir. Huzme'nin bundan önceki içerikleri daha çok gündelik ve sıradan bir paket içinde sunulan Nurcu öğretiler üzerine kurulmuştur. Huzme; bu öğretilere bağlı olma noktasındaki çizgisini halen sürdürüyor olmasına rağmen ilk yıldan sonra kanalında giderek artan bir oranda daha keskin ve saldırgan bir üslup kullandığı görülmektedir. Bu durum özellikle kanalda kısa video üretilmeye başlanan 2021 tarihinden bu yana daha belirgin hale gelmiştir. Bahsedilen çatışmacı üslup, bu içerikte geçen *“Herkes artık nereye ve niye gittiğini biliyordu. Uğruna canını feda edecek kadar sevdiği vatanını, vatan hainlerinin kirli ellerinden, hain planlarından kurtarmak için herkes meydanlara akın ediyordu.”* ve *“Allah isterse iman dolu göğsü en güçlü silahtan daha güçlü olan Ömer’ler, Ahmet’ler, Seher’ler, Zeynep’ler gözünü kan bürümüş vatan hainlerinin karşısında dünyaya ders verirler.”* şeklindeki ifadelerde net bir biçimde görülmektedir. Huzme, burada kullandığı “gözünü kan bürümüş”, “vatan haini”, “kirli el” ve “hain plan” gibi anahtar kelimeler üzerinden kendisini darbeci politik söylemden büyük bir özenle ayırmakta; *“Rabbim vatanımıza, milletimize, devletimize, devlet büyüklerimize zeval vermesin. Bir daha memleketimizi böyle bir şeyle karşı karşıya bırakmasın. Biz vatan için her zaman o meydanlarda, her zaman bir aradayız.”* ve *“İlerleyen saatlerde Başkomutan bir emir veriyor.”* şeklindeki ifadelerde kullanılan “devletimiz”, “devlet büyüklerimiz” ve “Başkomutan” nitelemesiyle de

kendisine darbe yapılan iktidarla aynı safta olduğunu özellikle göstermeye çalışmaktadır. Yine “Gözler önünde bir destan yazılıyor. Biz 15 Temmuz’da bir darbe durdurmamak. Biz el ele tutuştığımızda daha güçlü olduğumuzu, birbirimizi gerçekten dinlediğimizde aslında aynı şeyleri söylediğimizi, beraber yürüdüğümüzde çok daha hızlı olduğumuzu, beraber bağırduğumuzda ve söylediğimizde sesimizin çok daha iyi duyulduğunu gördük.” ve “Gök kubbede uçak sesleri, milletin uçağıyla milleti vuruyorlar. Bizim tankımızla bizi ezmeye çalışıyorlar.” “Ve biz hep orada olacağız.” ve “O gece herkes anladı ki sandığı gibi sadece kendisi sevmiyordu bu memleketi. Sevmediği yan komşusu da meydandaydı o gece. Biz o gece bütün izm ve ideolojilerimizle oradaydık.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme, bahsedilen tüm mücadelenin bir parçası olduğunu sık sık vurgulamaktadır.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar:* Huzme’nin politik mesajlar verdiği ve içerikte çatışmalı bir dil kullandığı bu ilk içerik, öncelikle Huzme’nin o döneme kadar inşa ettiği nahif imajla büyük oranda çelişmektedir. Nitekim içeriğin yayınlandığı dönem itibarıyla YouTube’da yaklaşık bir yıllık bir geçmişe sahip olan Huzme’nin bu süreçte ürettiği tüm içeriklerinde yumuşak, sevgi dolu ve çatışmasız bir imaj çizdiği; ancak bu içerikte ise daha önce oluşturduğu nahif imaja muhalefet ettiği görülmektedir. Daha doğrusu, Huzme’nin o güne dek kullanmaktan imtina ettiği daha çatışmacı bir üsluba küçük adımlarla yöneldiği görülmektedir. İkinci olarak darbecilere yönelik genel anlamda olumsuz ifadeler yer verilmiş olsa da içerik boyunca doğrudan Fetö örgütünü hedef alan herhangi bir açık ifadenin kullanılmadığı görülmektedir. Bu açıdan Huzme’nin temkinli bir çatışma dili kullandığını ileri sürmek mümkündür. Üçüncüsü ise Huzme, özellikle “*Şimdi bize düşen vazife; o gece verilen mücadeleyi boşa çıkarmamak. Menfi şeyleri, kusurları, farklılıkları bir kenara bırakıp; kendi aramızdaki anlaşmazlıklara bir son verip, yine omuz omuza İslam davası için koşturmak.*” şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere bir yandan İslam çatısı altında birlik ve beraberlik mesajı vermekte; diğer yandan bu sözler esnasında bile İslam birliğini temsil eden bir gösterge kullanmak yerine Risale-i Nur okuyarak mesaj vermektedir. Bu açıdan Huzme’nin grup değerlerini benimseme noktada taassuba varacak bir bağlılık içinde olduğunu belirtmek mümkündür.

b. *Söylenmeyen Gizli Anlam*: Öncelikle oyuncunun şehitlik anıtı ziyaretine sadece bir buçuk dakika yer verilen bu içerikte, uzun süre ekranda kalan Çamlıca ve Ayasofya gibi camilerin güçlü sembolik anlamlarından yararlanıldığı görülmektedir. Nitekim normalde Huzme, namaz fasıllarını içeriklerinde oldukça kısa tutmaktayken, bu içerikte ise gerek ibadet eden oyuncuya gerekse ibadet mekanlarının manzarasına ait görsellerin çok daha fazla ekrana geldiği görülmektedir. Bu durum politik ve dini unsurları bir arada kullanan Huzme'nin her iki açıdan bir meşruiyet elde etme çabası içinde olduğunu imlemektedir. Özellikle içeriğin final sahnesinde “*Biz hep orada olacağız.*” ve “*Evet ümidvar olunuz, şu istikbal inkılabı içinde en yüksek gür sada İslam'ın sadası olacaktır!*” şeklindeki sözler ekrana gelirken uzunca bir süre Ayasofya gösterilmeye devam edilmektedir. Burada Ayasofya'nın müzeye dönüştürülme kararının Danıştay tarafından bozulduğu 10 Temmuz 2020 tarihinden sadece 4 gün sonra yayınlanan bu içerikte Ayasofya bir zafer simgesi ve Huzme açısından da meşruiyet kaynağı olarak kullanılmıştır. Benzer şekilde giriş yolculuk yapan oyuncu, aracın dijital ekranında görüldüğü üzere Diyanet Radyosu'nu dinlemekte; ancak ilginç bir şekilde aracın dijital ekranının alt kısmı flulaştırılmışken radyonun adının olduğu kısım ise oldukça net bir şekilde görünmektedir. Bu durumu Huzme'nin illegal bir örgütlenme olmadığını ve devletin resmi din anlayışını benimsediğini özellikle belirtme çabası olarak okumak mümkündür.

İkinci olarak bu içerikteki müzik her ne kadar enstrümantal olarak kullanılmış olsa da Huzme'nin açıklama kısmında verdiği link üzerinden “The Way” parçasını dinlemek mümkündür. Bu parça üzerine basit bir dinleme yapıldığında, parçanın “*Bu doğru yol değil... Yolumu tahmin edemiyorum ama geçmişimi tam olarak göremiyorlar... Bu doğru yol değil, ama bu benim yolum*”¹⁰⁹⁶ şeklinde oldukça manidar sözleri bulunduğu görülmektedir. Sözleri hayli ilginç olan böyle bir parçayı seçmesi şayet rastlantı değilse, o halde Huzme'nin burada “başkalarının tam olarak göremediği bir geçmişe sahip olduğu” ve “doğru olmasa da kendisine ait bir yolu tercih ettiği” gibi ilginç bazı önemli mesajlar verdiği ifade edilebilir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Bu içeriğin görüntülenme sayısı, diğer temalarda analiz edilen ilk videolara kıyasla oldukça az; içeriğe yapılan yorum sayısı ise diğer içeriklerle büyük oranda yakındır. Bu açıdan içeriğin düşük bir etkileşim oranına sahip olduğunu

¹⁰⁹⁶ Parçanın orijinali “*This is not the right way... I can't predict my path, but they can't fully see my past... This is not the right way, But this is my way*” şeklindedir.

belirtmek mümkündür. İçeriğe yapılan yorumların bir kısmında “Çok çok güzel ve duygulu bir video olmuş.”, “Tüylerim diken diken oldu...” ve “Ellerinize sağlık. Rabbim emeği geçenlerden razı olsun.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’yi güzel bir video hazırladığı için öven ifadeler kullanılmıştır. Ancak yorumların ekserisi “Rabbim hainlere ve kötülere fırsat vermesin islam alemini güçlü kılsın inşallah”, “Vatana da Başkomutan a da canımız feda”, “Biz müslümanlar birleştiğimiz zaman üstesinden gelemeyeceğimiz hiç birşey yok Allahın izniyle”, “Mekanları cennet olsun inşallah” ve “Rabbim tüm şehitlerimizi rahmet eylesin o gün meydanlara giden kimler varsa Allah hepsinden razı olsun.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere şehitlere rahmet dileyen ve birlik beraberlik mesajı veren ifadelerden oluşmaktadır. Diğer içeriklerde sıkça karşılaşılan ürün ve marka talebinin bulunmadığı bu içerikte yorumlar daha ağırbaşlı ve hüznü bir niteliğe büründürülmüştür. Huzme’nin genelde ilk dönem içeriklerine geri bildirimde bulunmamasına rağmen bu içerikteki neredeyse tüm yorumlara beğeni ve yorumla karşılık verdiği görülmektedir. Nitekim “Bazı kısımları paylaşabilir miyiz?” şeklinde içeriği kullanmak için izin isteyen bir yorumcuya Huzme, “Paylaşabilirsiniz.” şeklinde hem geri bildirimde bulunmakta hem de burada daha önceki içeriklerde karşılaşılmayan türde bir talebe koşulsuz izin vermektedir. Son olarak bizzat kendisine herhangi bir olumsuz yorumun yapılmadığı bu içerikte “Bu videoya dislike atan kanını sorgulasın.”, “Acaba videonun neyini beğenmediler?” ve buna cevaben bir kullanıcının “Onlar telefonu ters tutanlar ya da Fetöcü olanlar.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere içeriğin beğenmeme sayılarını görebilen bazı izleyicilerin içeriğe yapılan “beğenmeme” eylemini şiddetle eleştirdiği görülmektedir. Bu durum içeriğin zaten hassas bir konuyu ele alması sebebiyle izleyici etkileşimini kısıtlamış görünmektedir. Nitekim içeriği üreten Huzme bile bu tepkisel yorumlardan ilkine beğeniyle karşılık verirken diğerlerine herhangi bir geri bildirimde bulunmayarak temkinli davranmıştır.

3.2.5.2. Görsel Metin 2: Bana İslam’ın Doğru Din Olduğunu İspatla!

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar:* 12 Mayıs 2022 tarihinde, 9 dakika 31 saniye olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 57 bin görüntüleme, 4 bin beğeni ve 189 yorum almıştır. Herhangi bir etiket kullanılmayan bu içerikte “Neden tek doğru yol İslam? Sorunun

cevabı için videonun tamamını izle!” şeklinde içeriğe özel, ancak oldukça kısa bir açıklama yazısı bulunmaktadır.

b. *Sahne*: Bu içerikte Huzme oyuncularının doğrudan gerçekleştirdiği perfromanslarda başta ofis odası olmak üzere Huzme binasının çeşitli bölümleri ve Emir Sultan Camii ve Türbesi sahne olarak kullanılmıştır. Huzme oyuncusunun Hıristiyanlık ve Yahudilik hakkında konuştuğu kısımlarda ise çeşitli din adamlarının performansta bulunduğu kilise ve havra sahne olarak kullanılmıştır.

c. *Karakter-Oyuncu*: İçerikteki performansların çoğu, Damla’nın izleyicilere hitaben gerçekleştirdiği konuşmalardan oluşmaktadır. Ancak ekrana gelen diğer görüntülerde İslam’a dair argümanların ileri sürüldüğü sahneler başta olmak üzere Damla’ya eşlik eden başka bir ekip üyesi, namaz kılan camii cemaati, türbeyi ziyaret eden iki oyuncu ve diğer din mensuplarını temsil eden birkaç oyuncu, içerikteki yardımcı rolleri üstlenmek üzere yer almaktadır.

d. *Takım*: İki Huzme oyuncusunun kamera önünde birlikte rol aldığı bu içerikte takım içi bir işbirliğinin söz konusu olduğunu açıkça ifade etmek mümkündür. Bununla birlikte, şayet Huzme tarafından camii cemaati ve türbe ziyaretçilerinden görüntülerinin kullanılması yönünde bir izin alınmışsa, takım dışı bir işbirliğinden bahsetmek mümkündür. Ancak böylesi bir iznin alınıp alınmadığına dair herhangi bir ipucu bulunmadığından bu içerikte takım dışı bir işbirliğinden kesin olarak bahsetmek mümkün değildir.

e. *Üslup ve Dil*: Bu içeriğin bütününde akademik, açıklayıcı ve kanıtlayıcı bir üslup belirgin şekilde kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Edebi ve ağıdalı bir dilden olabildiğine uzak durulan bu içerikte “Bahsettiğimiz yaratıcı eğer hikmet sıfatına sahipse, yani yaptığı her şeyde mantıklı bir sebep ve fayda gözetiyorsa, kitap göndermemesi hikmetsizlik olurdu.”, “Bu dinlere ait kitapları inceleyerek güvenilirlikleri hakkında fikir sahibi olabiliriz.” ve “Binlerce din arasından neden İslam?”, “Bu dinin bir kitabı olmalı mı yoksa buna gerek yok mu?”, “Peki bu kitabı insanlara uygulamalı bir biçimde anlatacak, yaşayışı ile örnek olacak ideal bir öğretici olmalı mı?” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere çok sayıda soru, şart ve olasılık bildiren cümle kullanılmıştır. Ayrıca burada karışık argümanları izleyici için basitleştirmek amacıyla “Fizik kanunlarına göre bir iş varsa bu işi yapan bir kuvvet

de olmak zorundadır... Örneğin elimde tuttuğum herhangi bir teknolojik ürünün bile bir yapımcısı olduğunu çok kolay bir şekilde akıl edebilirim.” ve “İnsana baktığında dolaşım, sindirim veya solunum sistemi, beynin düşünme mekanizması, tüm organların irademiz dışında belli görevleri düzenli olarak yerine getirmeleri, bunların hepsi, inanılmaz bir iş yığını olduğunu ve bunun hiç duraksamadan her an devam ettiğini gösteriyor.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere çeşitli örneklendirme cümleleri kullanılmıştır. Bu açıdan Huzme’nin argümanlarını gündelik hayatla ilişkilendirerek eğitimdeki yakından uzağa, basitten karmaşığa, somuttan soyuta ilkelerine uyma çabasında olduğu görülmektedir.

b. Performans: Diğerlerinden farklı olarak bu içeriğin başında hızlı akan görsellerin oyuncunun akıcı konuşmasıyla desteklendiği 23 saniyelik bir intro bulunmakta; ancak son kısımlarında ise herhangi bir outro bulunmamaktadır. Intro’da daha belirgin olmak üzere tüm içerik boyunca dijital ürünler için epik müzik üreten “2B Studio”nun “Intense Cinematic” adlı parçası; konuşmaların seri olduğu anlarda daha hafif, sahne geçişlerinde ise gerilimi yükseltecek şekilde yüksek sesle kullanılmıştır. Bunula beraber içeriğin asıl sahneleri bir masada oturan Damla’nın doğrudan izleyicilere yönelik yaptığı konuşmalardan oluşmaktadır. Ancak bu sabit performansın izleyici dikkatini dağıtmaması adına farklı mekanlarda gerçekleştirilen çok sayıda sözsüz performans, konuşmalara paralel olarak ekrana yansıtılmaktadır. İşte burada gerçekleştirilen sözlü ve sözsüz performansların tamamına bakıldığında, genel anlamda üç tür performanstan söz etmek mümkündür. Birincisi tekil oyuncu tarafından okuma, araştırma ve açıklama ekseninde icra edilen Huzme binasındaki performanslardır. Bu tür performanslarda fiziksel hareket sınırlı olsa da doğrudan izleyiciyi hedef alması açısından söz konusu sahnelerin canlı ve dinamik bir etki bıraktığı ifade edilebilir. İkincisi iki Huzme oyuncusunun Emir Sultan Camii ve Türbesi’nde ibadet eden kişileri ve ibadet mekanını fotoğraflayarak icra ettiği bir tür gezgin performansdır. Bunlar, genelde İslam’a ait argümanların ileri sürüldüğü sahnelerde ekrana ağır çekimde yansıtılmaktadır. Üçüncüsü ise oyuncunun diğer ilahi dinlere ait argümanları çürütmeye çalıştığı sahnelerde bu dinlerin kutsal mekanının, kutsal kitabının ve din adamlarının gösterildiği temsili performanslardır. Bu performanslar, Huzme oyuncusunun konuşma akışına paralel ekrana geliyor olsa da aslında buradaki dramatik canlandırma, tamamen hakkında konuşulan “öteki” din mensupları tarafından gerçekleştirilmektedir.

c. *Retorik*: Bir önceki içerikte çatışmalı dili ilk defa “politik meşruiyet” kazanmak üzere kullanan Huzme’nin bu içerikte ise “dini meşruiyet” elde etme çabasında olduğu görülmektedir. Bu çerçevede Huzme binlerce inanç arasında İslam’ın özel olduğunu ispat etmek için aşamalı bir usul takip etmektedir. Nitekim *“Buraya kadar saydığımız şartları tekrar hatırlayalım: Bir yaratıcı olmak zorunda. Tektanrılı kitabı ve peygamberi olan bir dini arıyoruz. Elemanın son aşamasında inceleyeceğimiz sadece üç din kaldı: İslam, Hristiyanlık ve Yahudilik.”* şeklindeki ifadede görüldüğü üzere içerik boyunca doğru dini bulma adına ileri sürülen argümanlar; Tanrı’nın varlığı, vahyin imkanı ve vahyi dinleri kıyas etme şeklinde ardışık bir sırayla işlenmiştir. Huzme; Tanrı’nın varlığını fail-meful anlayışı çerçevesinde gündelik hayattan çok sayıda örnek vererek ispat etmeye çalışır ve *“Bu, inkar edilecek potansiyelde bir durum bile değildir.”* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere kendi inancından farklı olan düşünce yapıları için tarafsız bir anlam barındıran “reddetmek” yerine olumsuz bir anlam barındıran “inkar etmek” tabirini kullanmaktadır. Huzme aynı üslubu *“Yaratıcıyı inkar eden ideolojileri eleyip bir yaratıcının varlığını kabul ettiğimize göre karşımıza iki seçenek çıkıyor: Tek tanrılı dinler ve çok tanrılı dinler.”* şeklindeki ifadesinde devam ettirerek ikinci argümanını temellendirmeye geçmekte ve bu çerçevede *“İnsanların işittiğini görmesi, uygulaması ve hayata geçirmesi için onlara kendi cinsinden bir öğretici gönderilmesi gerekiyordu. Bu önder insanların yanlışlarını düzeltecek ve onları doğruya yöneltecek kişiydi. Evet biz buna kısaca peygamber de diyebiliriz.”* şeklindeki ifadede görüldüğü üzere Tanrı’nın varlığı ile iletişim kurma zorunluluğu arasında bir bağ kurmaktadır.

Huzme, yukarıda bahsedilen iki aşamanın ardından vahyi dinleri birbiriyle kıyaslamaya geçmektedir. Bu çerçevede önce Tevrat’ı ele alan Huzme’nin *“Sonradan değiştirilmiş, yani bozulmuş Tevrat’ta çok sayıda peygambere onlara yakışmayacak tarzda iftiralar ve çirkinlikler görebiliyoruz.”* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere bu metin, peygamberlere “çirkinlikler” atfeden “muharref” ve “müfteri” bir kitap olarak nitelenmiştir. Nitekim Huzme bu nitelemelerin asılsız olmadığını göstermek üzere *“Elimizdeki bu değiştirilmiş Tevrat’a göre özür dileyerek söylüyorum. Nuh (as) çok fazla miktarda şarap içip sarhoş olarak çadırın içinde çırılçıplak koşmuş. Yani Tevrat kitabını okuyan bir insanın zihnindeki peygamber profili budur. Gündüz akşama kadar içki içen, ahlaksız davranışlarda bulunan ve akşam insanlara ‘ben peygamberim sizi doğruya yöneltmeye geldim’ diyen biri.”* ve *“Tevrat’ta anlatılanlara göre bir gece Lut*

(as) 'nin yanına dört melek gelir ve ona iki kızını da alıp dağa çıkmasını söyler. Lut (as) da biri büyük diğeri küçük iki kızını alır ve dağa çıkar. Olayın devamı Tevrat'ta hiç uygun olmayan, ahlaksız bir biçimde anlatılıyor... Buna benzer Davut (as), Yakup (as) gibi birçok peygambere karşı bu tarz asılsız ifadeleri Tevrat'ta görebiliyoruz. Bunların hepsi Yahudilik dininin aradığımız hak din olmadığını gösteriyor.” şeklinde “Tevrat kitabı”nın ¹⁰⁹⁷ ilgili kısımlardan “özür dileyerek” uzunca örnekler vermekte ve peygamberlere yakıştırılan bazı davranışları “sarhoşluk” ve “ahlaksızlık” olarak açıkça reddetmektedir. Böylece Huzme hem bu gibi davranışlara karşı olumsuz tavrını net bir biçimde ortaya koymuş hem de bu olumsuzluğu peygambere nispeten eden dini yapılara aynı sertlikle muhalefet etmiştir.

İkinci olarak Tevrat'a yönelik değerlendirmelerini bitiren Huzme oyuncusu ardından İncil hakkında çeşitli açıklamalarda bulunurken nispeten daha yumuşaktır. Oyuncu öncelikle İncil'deki “farklıt” kelimesiyle ilişkili pasajları alıntılanmakta ve bu pasajları uzun uzun tefsir etmektedir. Huzme; bu pasajları “ayet” olarak adlandırıp gayet olumlu bir tutum sergilese de “Günümüzdeki İncillerden hiçbirisi Hz. İsa hayatayken yazılmamıştır. İncillerde Hz. İsa için sık sık Allah'ın oğlu, Yusuf'un oğlu, Davutoğlu, Ademoğlu gibi ifadeler kullanılır. Bunların arasında da çok açık bir çelişki vardır. Bu gibi çelişki ve tutarsızlıkların kutsal bir kitapta bulunamayacağını, bir peygamberin kendini tanrılaştırıp Tanrı'yı da insanlaştıramayacağına göre Hristiyanların kutsal kitabının sonradan insan eliyle yazıldığı ve tahrif edildiği apaçık görülüyor.” şeklindeki ifadelerde İncil'i de “çelişkili”, “tutarsız” ve “muharref” olarak adlandırmaktadır. Nihayet “Uzun bir eleme sonucunda ulaştığımız sonuç şu: Hak din İslam'dır. Son kitap Kur'an-ı Kerim'dir. İndirildiği ilk günden beri aslını korumuş ve hiçbir tahrife uğramamıştır... Müslüman hata yapabilir ama bu hatanın karşılığı sadece geri dönüşü olmayan sonsuz bir cehennem değildir. Henüz dünyadayken Rabbine yöneldiğinde, tövbe ettiğinde ve aynı hataları tekrarlamadığında Allah onun bütün günahlarını affedebilir.” şeklindeki ifadesinde “muharref olmayan” tek kitabın Kur'an olduğu ve hata yapan Müslümanların bile “sonsuz cehennemde yanmayacağına” vurgu yapılmaktadır. Burada aynı her ne kadar doğrudan söylenilmese de İslam dışındaki

¹⁰⁹⁷ Böylesi tabirler, Huzme'nin Tevrat'ı sıradan bir kitap olarak kabul ettiğini göstermesi açısından önemlidir. Nitekim Huzme'nin hiçbir içeriğinde Kur'an'a, hatta Risalelere bile atıfta bulunurken böylesi bir tabir kullanılmaz. Bu durum Huzme'nin kendi kutsalları ile başkalarının kutsalları arasında ciddi bir ayırım yaptığını göstermektedir.

diğer dinlerin müntesipleri sonsuz bir azapla tehdit edilmektedir. Tüm bunlar çerçevesinde Huzme'nin bu içerikte oldukça çatışmalı bir dil kullandığı görülmektedir. Fakat ilginç bir şekilde Huzme; her iki kutsal metin hakkında böylesi bir düşünceye öteden beri sahip olsa da eski vlog'larında böyle keskin bir dili kesinlikle kullanmamaktadır. Aksine tüm içeriklerine topluca bakıldığında, Huzme'nin YouTube platformunda ürettiği nahif içeriklerle alanda belli bir tanınırlık elde ettiği; tanındıktan sonra ise aşamalı bir biçimde çatışmalı konuları ele almaya başladığı görülmektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. Çelişkili İkili Anlamlar: Öncelikle Huzme, diğer kutsal kitapları analiz ederken çok akılcı ve mantıklı bir duruş sergilemekte; ayrıca kanıt peşinde koşma, sorgulama ve ifadelerdeki tutarsızlıkları görme noktasında çok kabiliyetli görünmektedir. Ancak aynı tutumu peşinen inandığı İslam hakkında konuştuğunda veya cemaat değerleri sözkonusu olduğunda Huzme'de görmek pek mümkün görünmemektedir. Nitekim içerikte çok sık görüldüğü gibi Huzme, bir yandan Tevrat ve İncil'in altını çizerek, onları mantık çerçevesinde analiz ederken; diğer yandan kendi ön kabullerini ve savundukları geleneksel din anlayışını tartışmaya açmaktan, bu anlayışa ilişkin ihtilaf edilen konuları ele almaktan özellikle kaçınmaktadır. Bu açıdan Huzme'nin çifte standartlı bir usul takip ettiğini belirtmek mümkündür. İkinci olarak ise Huzme burada çok keskin bilimsel yargılarda bulunmasına rağmen herhangi akademik bir yayına hiçbir şekilde atıfta bulunmamaktadır. Aksine burada Huzme'nin daha çok kendi kurduğu belirli önermelerden çıkarımda bulunarak bazı kesin yargılara ulaştığı; bu çerçevede Kutsal kitapları eleştirmek veya onlardan destek almak amacıyla yaptıkları alıntılar haricinde tüm içerik boyunca sadece Said Nursi'ye referans verdiği görülmektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle Huzme; burada dinleri ve onlara yönelik iman etme biçimlerini değerlendirebilecek bir konumu, kendisine yakıştırmaktadır. Bu çerçevede Huzme, dijitalleşmenin kendisine verdiği yetkiye dayanarak “*Yaratıcıyı inkar eden ideolojileri eleyip bir yaratıcının varlığını kabul ettiğimize göre karşımıza iki seçenek çıkıyor: Tektanrılı dinler ve çok tanrılı dinler. Elemenin son aşamasında inceleyeceğimiz sadece üç din kaldı: İslam, Hristiyanlık ve Yahudilik.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere ateizmden doğrudan bahsetmese de aslında çürütme eylemine Tanrı'nın varlığıyla başlamakta ve ilk olarak ateizmle çatışmaktadır. Benzer şekilde yeryüzündeki diğer dinler ve yeni dini hareketler de Huzme tarafından

bütünüyle göz ardı edilmektedir. İçeriğin bütünsel söylemine bakıldığında tüm bu yapıları göz ardı eden Huzme'nin İslam'a kendi geleneksel dini söylemi çerçevesinde bir anlam yüklediği ve İslam'ı bu anlayış çerçevesinde dijital uzamda konumlandırmaya çalıştığı ifade edilebilir. Bu anlamda içerik, İslam savunusu gibi görünse de aslında “belirli” bir İslam anlayışının savunusunu yapmaktadır.

İkinci olarak, dinler arası karşılaştırma yapan içerikteki hedef kitle; aslında Yahudi, Hristiyan veya farklı dini tercihleri bulunan kimseler değildir. Çünkü Huzme'nin bahsedilen uluslararası kitleyi çekme şeklinde bir arzusunun bulunması durumunda kıyasa dayalı çatışmalı bir dil kullanmak yerine “hoşgörü” temasını kullanması daha muhtemeldir. Ayrıca böyle bir amacın olması durumunda uluslararası bir etki üretmek için İngilizce başlık veya etiket kullanılması Huzme'nin başarısını etkileyebilecek ikincil bir husustur. Ancak içerik boyunca kullanılan olumsuz tavır ve bahsedilen şekli hususlardan hareketle Huzme'nin asıl hedef kitlesinin Müslüman ailelerde doğup “öteki”ne meyiletme tehlikesi bulunan gençler olduğunu ifade etmek mümkündür. İşte bu “bizimki”leri koruma refleksi, Huzme'nin kibar bir dille, çok nahif bir düşünsel saldırı gerçekleştirmesine yol açmış görünmektedir.

Son olarak oyuncu; *“Bu dinlere ait kitapları inceleyerek güvenilirlikleri hakkında fikir sahibi olabiliriz. Elimde Tevrat ve İncil var”* şeklindeki ifadeleri kullandığı esnada elinde bulunan kutsal kitapları sallamakta ve hemen akabinde bu kutsal kitaplar üzerinden uzunca bir araştırma süreci başlatmakta, metinlerin bol bol altını çizmektedir. Huzme'nin burada Tevrat ve İncil'i kutsal bir kitap olarak görmediği, bu kitaplar üzerine not aldığı ve onları rasyonel bir biçimde incelediği görülmektedir. Oysa Huzme'nin hiçbir içeriğinde Kur'an okunurken not alındığı veya bir araştırma sürecinin Kur'an ekseninde yapıldığını gösteren en ufak bir gösterge bulunmamaktadır. Aksine Kur'an okuma süreci, Huzme içeriklerinde daima “ritüel eylem” olarak icra edilmektedir. Bu açıdan Huzme'nin kutsal kitaplara yüklediği anlamın büyük oranda birbirinden farklılaştığı ifade edilebilir.

c. İzlenim Eleştirisi: Öncelikle tıpkı diğer Huzme içeriklerinde olduğu gibi bu içeriğe yapılan yorumların büyük bir kısmının olumlu olduğunu ifade etmek mümkündür. Bunlardan bazılarında geçen *“Bunları cesurca dile getirip insanları teşvik etmeniz çok güzel.”*, *“Her geçen gün daha tesirli ve faydalı videolar hazırlıyorsunuz.”* ve *“İzlerken nefesimi tutmuşum sürekli. Çok heyecanlı, bilgi dolu, akla, mantığa ve*

kalbe hitap ve tatmin edici bir içerik olmuş. Emeklerinize sağlık” şeklindeki ifadelerle bakıldığında Huzme’nin izleyiciler üzerinde “cesur”, “tesirli”, “faydalı” ve “hem akla hem de kalbe hitap eden” başarılı bir izlenim bıraktığı görülmektedir. Ancak *“Hak din olan İslam 9 dk da bu kadar güzel anlatılırdı. Hiç İncil ve Tevrat okumayan birisi olarak haklarında birkaç şey öğrenmek de iyi oldu.”* şeklindeki ifadeden anlaşıldığı üzere Huzme’yi kayıtsız şartsız beğenen takipçilerin en azından bir bölümünün konu hakkında büyük oranda malumat sahibi olmadığı görülmektedir. Bu durum genelde genç ve tecrübesiz kişileri hedef alan Huzme’nin amaçlarında belli bir başarı yakaladığını da göstermektedir. Bu olumlu yorumlardan bir kısmında ise *“Kısa, öz ve faydalı bir anlatım olmuş. Allah sizlerden razı olsun. Ancak bir ilahiyatçı olarak naçizane bir düzeltme yapmak isterim. Kur’an-ı Kerim dışındaki kutsal kitapların kısımlarından söz ederken ‘ayet’ ifadesi yerine ‘pasaj’ ifadesi kullanmamız daha uygun olur.”* ve *“Bu videonuzu müsadeniz olur ise paylaşmak isterim, Allah razı olsun bu videoyu yaptığınız ve güzel anlatiminiz için”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere çeşitli öneriler yapılmıştır. Huzme bunlardan ilkinde beğeniyle, ikincisine ise *“Tabii, etiketleyerek paylaşabilirsiniz.”* şeklinde geri bildirimde bulunmuştur. Özellikle ikinci yoruma verdiği yanıt, Huzme’nin belirli bir tutum değişikliği yaşadığını göstermektedir. Nitekim Huzme, bir önceki içerikte buna benzer bir talebi şartsız bir şekilde onaylamışken burada “etiketlenme”yi şart koşturmaktadır. Bu durumu, Huzme’nin kurumsallaştıkça görünür olmayı daha çok arzuladığı yönünde okumak mümkündür.

İçeriğe yapılan yorumların kümелendiği ikinci bir husus, *“Kafamda şüpheler vardı ama şimdi Müslüman oldum”*, *“Kafamda çok sorular vardı sayende deistlikten dönüp müslüman oldum. La illahe illallah.”* ve *“Hristiyanım ama saygı duyuyorum”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin çatıştığı karşıt değerlerin temsilcileri üzerinde olumlu bir izlenim bırakmasıdır. Ancak Huzme’nin bu yorumlardan ilk ikisine beğeniyle karşılık vermesine rağmen Hristiyan olan yorumcuya herhangi bir karşılık vermemesi ayrıca ilgi çekmektedir.

Üçüncü olarak ise *“İslam’da bulunan kötülük problemine biraz daha açıklık getirebilir miyiz?”*, *“Abla şuan merak ettiğim bir konu var Allah ın sonsuz ilmi var ise neden bizi sınav olarak dünya ya gönderdi”*, *“Huzme ekibimizden rica etsek hayvanlarda bulunan vahşi içgüdüleri neden var? Evet bizde var. Çünkü biz bir sınava tabi tutuluyoruz ama aklın bulunmadığı varlıklar olarak tanımladığımız hayvanlarda mı*

bir sınava tabi? Açıklarlar mı acaba?” ve “Tanrının varlığını kanıtlamak için bir ürün varsa yaratıcısı vardır demek çok mantıklı öyle mi? Aynı mantıkla, o zaman tanrı varsa onunda bir yaratıcısı olmalı. Peki hiçbir şeye ihtiyacı olmayan bir Tanrı neden melekleri ve insanları yaratma ihtiyacı duymuş? ... Diğer dinler değiştirildi olayı için size kurandan kanıt vereyim. Kuranda en az 20 ayette ‘Biz Kur’an’ı kendisinden öncekileri tasdik edici olarak indirdik’ der. Peki değiştirilmiş, bozulmuş olan tasdik edilir mi? Ali imran 93 De ki: ‘Doğruyu söylüyorsanız Tevrat’ı getirip okuyun” Yahudilerin yalan söylemesine karşı inandığınız tanrı Tevrat’ı kanıt gösteriyor. Peki siz hangi ayete göre değiştirildiğini söylüyorsunuz? şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin içerikteki çatışmacı üslubuna aynı sertlikle karşılık veren yorumlar bulunmaktadır. “Sorgulama”, “alay etme” ve “meydan okuma” içeren bu yorumlara karşı Huzme’nin herhangi bir şekilde geri bildirim yapmadığı ve bu yorumları yok saydığı görülmektedir.

3.2.5.3. Görsel Metin 3: Yobazsınız İddialarına Cevap!

1. Makro Analiz

a. Biçimsel Unsurlar: 29 Haz 2023 tarihinde 5 dakika 33 saniye olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 25 bin görüntüleme, 2 bin beğeni ve 124 yorum almıştır. İçerikte herhangi bir açıklama yazısı kullanılmamıştır.

b. Sahne: İçeriğin ilk sahnesinde Dubai ticaret merkezi ve “Museum of The Future”un bulunduğu alandan geniş bir kesit; hemen ardından ise Çamlıca Camii yer almaktadır. Performansların gerçekleştirildiği asıl sahnelerde ise çoğunlukla Huzme binası, daha az sayıda ise bir mescid ve park kullanılmıştır.

c. Karakter-Oyuncu: Konuşmalarıyla içeriği yöneten Damla tüm sahnelerdeki okuma, araştırma ve ibadet etmekle sınırlandırılmış performansları tek başına icra etmektedir.

d. Takım: Bu içerikte sahne önüne yansıyan takım içi veya takım dışı herhangi bir işbirliği bulunmamaktadır.

e. Üslup ve Dil: Sohbet havasından tamamen sıyrılan bu içerikte açıklayıcı ve tartışmacı bir ifade biçimi egemendir.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Bu içerik büyük oranda birinci şahıs dilinden uzak, kurallı, etken yapılı, açıklayıcı ve tartışmacı cümlelerden; daha az sayıda olmak üzere edilgen, eksiltili ve izleyiciye hitap eden cümlelerden oluşmaktadır. Çok sayıda ayet ve hadisin alıntılandığı bu içerikte ayrıca “*Yobaz kelimesi Arapça kökenli bir kelimedir. İlk olarak Osmanlı döneminde kullanılmaya başlandı. Kelimenin orijinal anlamı sapkın veya dar görüşlü demektir.*” ve “*Dogmatik kelimesi bir inancı veya fikri mutlak doğru olarak kabul edip sorgulanmaz bir şekilde benimsemektir.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü gibi çeşitli tanım cümleleri; “*Sizi zarara sürükleyecek fikirlerin yobazı olmayın. Bu hayatın geçici olduğunu ve yaptığınız her şeyin hesabını vereceğinizi unutmayın. Düşünün, aklınızı biraz kullanın ve sonsuz hayatınızı tehlikeye atacak her şeyden uzak durun.*” şeklinde emir cümleleri ve “*Dini hassasiyetlerin varsa başka bir deyişle Allah'ın emirlerine göre yaşıyorsan sen bir yobazsın. Peki gerçekten böyle mi?*” şeklinde soru cümleleri yer almaktadır.

b. *Performans*: Bu içerik, analiz edilen önceki içeriğe benzer şekilde 23 saniyelik sesli bir intro'yla başlamaktadır. Tüm içeriği dış sesiyle yöneten oyuncu; genelde içeriğin ilk sahnelerinde bir araştırmacı rolünü üstlenmekte ve bu rolün gerektirdiği bilgisayar, tablet, not defteri ve kalem gibi sahne araçları kullanarak gerek Huzme binasında gerekse açık havada bir tür araştırma performansı sergilemektedir. Oyuncu içeriğin ara sahnelerinde ise genelde bir mescitte namaz, Kur'an ve dua ile iştigal etmektedir. Bu sahnede gerçekleştirilen performanslar; konuşmanın hızlı ve canlı olmasının aksine olabildiğince yavaşlatılmıştır. Üçüncüsü ise oyuncunun gerek Huzme binasının farklı bölümlerinde gerekse açık havada izleyiciye yönelik doğrudan açıklamalar yaptığı dinamik performanslardır. Bu üç performans, küçük farklılıklar dışında bir önceki içerikteki performanslara büyük oranda benzemektedir. Tüm içerik boyunca yoğun açıklamaların ön plana çıkarıldığı bu içerikte gerilimli epik bir müzik tarzı tercih edilmiş, ancak bu müzik oldukça hafif bir tonda kullanılmıştır.

c. *Retorik*: Öncelikle Huzme bir önceki içerikte diğer dini yapılara ve metinlerine yönelik çatışmacı bir dil kullanmışken, bu içerikte ise özellikle Türkiye'deki belli bir kesim tarafından dindar insanlara yönelik yapılan ötekileştirmeye karşı, benzer sertlikte çatışmacı bir dil tercih etmiştir. Konuya oldukça hızlı ve doğrudan giriş yapan Huzme; “*Dini değerleri yaşamanın, hatta korumanın giderek zorlaştığı bir çağda yaşıyoruz.*

Sağlam bir inancı olan ve hayatını bu inanca göre şekillendiren insanlara bir kesim tarafından hemen yobaz damgası vuruluyor.”, “Dindar insanlar yobaz değildir... Yobazlıksa aşırı katı ve hoşgörüsüz bir şekilde inançlarını başkalarına dayatmak veya farklı düşüncelere kapalı olmaktır. Yobazlar eleştiriye ve kınamaya meyilli kişilerdir.” ve “Ama günümüzdeki kullanımı biraz farklı... Yobazlık nedense Müslümanlıkla eşleştirilmiş durumda.” ve “İslamofobiyi hangi kelimeye sığdırabiliriz diye düşünüp bu kelimeyi seçtiklerini düşünüyorum çünkü dindarlık ve yobazlık birbirinden tamamen farklı kavramlar. Bu yakıştırmanın altında İslamiyet’e karşı duyulan bir antipati olmalı.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme, saldırı altında kalan kimselerin tepkilerine benzer bir tepki vermektedir. Burada öncelikle “sağlam inanç sahiplerinin”, kim olduğu belirtilmeyen anonim bir kesim tarafından “yobaz damgası” yemesi, ancak bunun haksız bir itham olduğu, çünkü yobazların eleştiriye açık olmayan katı kimseler olduğu ve İslam’a karşı antipatik oldukları yönünde savunmacı bir tepki verilmekte; ardından “Tabii ki hiçbir Müslüman bu tanıma uymaz diyemeyiz. İslam’ı çok yanlış yaşayan Müslümanlar da var ne yazık ki. Ama bu tanıma göre kendi fikrini dayatmaya çalışan bir ateist de yobazdır. Hoşgörüsüz, katı ve farklı fikirlere kapalı bir deist de aynı şekilde yobazdır.” şeklindeki ifadelerde ise sadece Müslümanların değil, aynı hoşgörüsüzlüğü sergileyen ateist ve desitlerin de yobaz tanımına uyduğu yönünde daha saldırgan bir tepki verilmektedir.

Huzme’nin oldukça agresif bir dil kullandığı bu içerikte, “Soru sormanın genellikle iki amacı vardır. Ya gerçekten cevabı öğrenmek için ya da karşıdakinin cevaplayamadığını görüp bundan zevk almak için... Eğer ikinci amaçla sorguluyorsanız, yanlış yoldasınız. Sizin vaktiniz değerli olmayabilir ama karşıdaki bilgi birikimi ve donanımı olan insanın çok önemli işleri var, emin olun.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere sorgulama yapanların niyetleri tartışılmaya açılmakta; birilerinin bilgi düzeyini ölçmek için soru soranların “yanlış yolda” olduğu açıkça belirtilmekte ve “donanımlı insan”ların “değerli vaktini” alan önemsiz kimselere hadleri bildirilmektedir. Benzer üslubu devam ettiren Huzme, “İnsanları inançlarına ve hassasiyetlerine göre eleştirmenin adı modernlikse, biz modern olmamayı tercih ederiz. Sizi zarara sürükleyecek fikirlerin yobazı olmayın. Bu hayatın geçici olduğunu ve yaptığınız her şeyin hesabını vereceğinizi unutmayın. Düşünün, aklınızı biraz kullanın ve sonsuz hayatınızı tehlikeye atacak her şeyden uzak durun.” şeklindeki ifadelerde ise

izleyiciyi asıl sorgulanması gereken şeyin din değil, modernizm olması gerektiği yönünde ikna etmeye çalışmakta ve aklını kullanmadığı takdirde sonsuz hayatını tehlikeye atmakla tehdit etmektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar:* Huzme, yobazlık ithamını bertaraf ettikten sonra ileri sürdüğü “*Gelin bu konuya hiç kendi yorumumuzu karıştırmadan tarafsız ilerleyelim. Dogmatik kelimesi bir inancı veya fikri mutlak doğru olarak kabul edip sorgulanmaz bir şekilde benimsemektir. İslam’da sorgulamak günah değildir. Hatta ayetler ve hadisler insanları akıllarını kullanmayı, bilgiye açık olmaya, düşünmeye ve öğrenmeye teşvik eder.*” şeklindeki ifadelerde açık fikirli, sorgulayan, araştıran ve tarafsız bir oluşum gibi hareket etmekte; ayrıca sadece Kur’an ve sünnet temelinde hareket eden modernist bir din anlayışına sahip görünmektedir. Oysa aynı Huzme “*Doğru bir araştırma ile tüm şüpheler yerle bir oluyor ama yine de bir tavsiyede bulunacağım. Allah’ı tanımanın 3 temel yolu vardır. Kuran-ı Kerim, Efendimiz (as) ve Kainat kitabı. Yani baktığımız her yerde onun esmalarını okuyabilmek... Bu üçünü de aynı anda bulabildiğiniz eserlere yönelmeniz sizi doğruya daha çabuk götürür. 3 temel maddeyi birlikte bulabileceğiniz bir eser var: Risale-i Nur. Efendimiz (sav)’ın bakış açısını esas alan ehl-i sünnet bir Kur’an tefsiri. Aynı zamanda tüm kâinatı tefekkür ettiren, derinlemesine düşündüren ve okuyanların bakış açısını tamamen değiştiren bir kitap. Risale-i Nur okuyan bir insanın hayatı düşünmekle geçer. Yobaz, dogmatik gibi kelimelerden çok uzaktır.*” şeklindeki ifadesinde bir yandan araştırma, sorgulama ve aklını kullanma biçimlerine belli bir sınır çizmektedir. Bu sınırı Risale-i Nur olarak belirleyen Huzme’ye göre yobaz ve dogmatik olmayı engellemenin yolu hayata ancak bu eksenle bakmaktan geçmektedir. Bu anlamda Huzme’nin söz konusu kavramlara Nurcu değerler çerçevesinde yeni anlamlar yükleyerek geleneksel din anlayışının sınırlarında dolaşmaya devam ettiği görülmektedir.

b. *Söylenmeyen Gizli Anlam:* Huzme “*Bazı Müslümanlar bu tarz ötekileştirici ve aşağı çeken kavramlar karşısında özgüven kaybediyor. Okulda işte otobüste, hatta girdiği bir mağazada bile ikinci sınıf insan psikolojisine giriyor tesettürlüler. ‘Tesettürlülere göre daha bilgisiz daha çekingen veya yeteneksizdir’ tarzındaki algıları biliyorsunuz. Asıl bunlar dar görüşlülük değil mi?*” şeklinde mütebedeyyin kesimin maruz aşağılanmalar karşısında açık bir tavır almaktadır. Bu noktada Huzme, “*Özellikle*

Müslüman arkadaşlara sesleniyorum. Lütfen İslamı yaşamaktan utanmayın. Allah'ın emirlerine uyarak siz doğru yapıyorsunuz... İnsanların sözlerine aldanarak ahiretinizi ilgilendirecek meselelerde taviz vermeyin. Müslüman olarak artık kendinizi daha özel hissedin!” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere sonu gelmeyen eleştirileri ciddiye almama noktasında “Müslüman arkadaşlara” açık çağrıda bulunmaktadır. Tüm bunlara bakıldığında Huzme'nin bu içerikte genelde üstü kapalı mesaj vermekten uzak, gayet açık ve net konuşmaya çalıştığı görülmektedir. Ancak bu ve içerik boyunca kullanılan diğer tüm ifadelerde Huzme'nin saklayamadığı büyük bir öfke halinin kendisine egemen olduğu görülmektedir. Bu yüzden sürekli olarak “yeteneksiz”, “bilgisiz”, “çekingen”, “utangaç” ve “ikinci sınıf insan” gibi belli oranda mütedeyyin kesimin kanıksadığı “damgalama biçimleri”ne¹⁰⁹⁸ savaş açmış görünmektedir. Mütedeyyin kimliğinden ötürü damgalanan Huzme'nin görünür olma çabası, tam olarak içinde bulunduğu koşullarda farklı derecelerde damgalanmasından kaynaklanmaktadır. Bu sebeple Huzme, zannedildiği gibi biri olmadığını her fırsatta dile getirme gayretinde olmaktadır.

İçerikte doğrudan ifade edilmeden egemen olan ikinci bir husus ise Huzme'nin içerik boyunca eleştirdiği kimselere karşı büyük bir özgüvenle İslam'ın güçlü temsilcisi olmaya çalışmasıdır. Nitekim Huzme, “*Eğer gerçekten öğrenmek için arıyorsanız doğru yerlerde aramanız çok önemli. 'Bir sürü kaynak var. Herkes farklı bir şey söylüyor, hangisinin doğru olduğunu nereden bileceğim' diyebilirsiniz. Haklısınız, bu konuyu gözünüzde fazla büyütmeyin.*” şeklindeki ifadesinde gerçek bir araştırma ve sorgulama yapmaya üşenen kişilere bu konuda hak vermekte ve “*Biz Huzme içerisinde hem sosyal medyada Hem yüz yüze gün içinde yüzlerce kişi ile konuşuyoruz, yüzlerce soru cevaplıyoruz. Henüz aradığımız ve cevabını bulamadığımız bir soru yok diyebilirim.*” şeklindeki ifadesinde ise bu kimseler adına kendilerinin zaten her şeyi araştırmış olduğunu belirterek sorgulama yapmaya üşenenlere, her türden sorunun cevabının kendilerinde mevcut olması sebebiyle, kendilerine başvurmayı büyük bir özgüven içinde tavsiye etmektedir. Ayrıca gerek intro'da Dubai'nin merkez caddesinden alınan geniş açılı zengin görsellerin gerekse Çamlıca Camii'nden alınan

¹⁰⁹⁸ Goffman, damga sıfatını itibarsızlaştırılmış kişiler için kullanarak üç tür damgadan bahseder: Bedensel-fiziki deformasyonlar, kişilikle ilgili bozukluklar (sapkın inançlar, eşcinsellik, bağımlılık, hapis yatma) ve son olarak ırk, millet ve din gibi etnik damgalar. Bk. Goffman, *Damga*, 29-31.

heybetli görüntülerin kullanılması bu güçlü duruşu pekiştirmek amacıyla kullanılmış görünmektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Bu içeriğe yapılan yorumlarda “Sorgulayan gençler olarak buradayız Huzmem.”, “Bu kanalı izleyince kendimi rahatlamış hissediyorum.” ve “Ya abla hiç de bile bence çok iyidiniz ve bizi de geliştiriyorsunuz... Ön yargılılar hemen damga koyuyorlar herkese” şeklindeki olumlu ifadelerin yanı sıra çok sayıda olumsuz ifade bulunmaktadır. Ancak bu olumsuz yorumların hedefleri Huzme değil, Huzme’nin içerik boyunca eleştirdiği kimselerdir. Özellikle “Peygamber Efendimiz çok iyiydi, cömertti, merhametliydi, öyle olalım deyip sonrasında bağırıp çağırıp yalanlayan din hocalarına buradan selam gönderiyorum. İnsanları bu şekilde soğutuyorlar...”, “Müslüman değilim ama aslında din kültürü öğretmenim, ebeveynlerim ve çevremdeki insanların bana İslam’ı çok yanlış anlattığını gördüm sayenizde. Normalde Pozitif Ateistim ama İslam yine de mantıklı geliyordu. Sayenizde daha da yakınlaştım.” ve “Ben bu devirden etimle kemiğimle nefret ettim...” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı izleyicilerin dini kimliğe sahip olan kimselerin hatalarına ve içinde yaşanılan çağın böylesi problemlerle dolu olduğuna göndermede bulunduğu; başka izleyicilerin ise “Ben olsam cevap bile vermem.” ve “İnsanların çoğunluğunu dinleseydik yoldan sapardık.”, “Siz yobaz değilsiniz, siz yobazlara kendilerini öğretensiniz.”, “Yobazları bile aydınlatacak bir video olmuş. Teşekkürler.”, “Ne kadar yobazsınız dedi. ‘Estağfurullah’ dedim, O sizin kafirliğiniz.” ve “Bu videoyu gerçek YOBAZlara dinletmek lazım.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin hedef aldığı kimseleri “ciddiye almama”, “çoğunluğu sapkınlık içinde görme”, onları “yobazlık” ve “kafirlik”le niteleme şeklinde bir tepki verdiği görülmektedir. Yani izleyicilerin içerikte kullanılan çatışmacı üsluba daha şiddetli bir boyutta destek verdiğini ifade etmek mümkündür.

3.2.6. Alternatif Yeni Dini Rol Modeller Üreten Bir Mecra Olarak YouTube

“Otorite” teması kapsamında seçilen videolar; başta Huzme enstitü ekibinin izleyiciyi belirli şekillerde değiştirmek üzere ürettiği “bilgilendirme”, “yönlendirme” ve “tavsiye” kodları altında listelenen videolardan oluşmaktadır. Bu çerçevede “otorite” teması kapsamında değerlendirilebilecek 57 uzun ve 172 kısa olmak üzere toplam 229 video bulunmaktadır. Bu yönüyle Huzme kanalında en çok otorite teması çerçevesinde içerik üretildiği görülmektedir.

3.2.6.1. Görsel Metin 1: İtikaftayım / Yalnız Değilsin / Sessiz Vlog

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 3 Haz 2019 tarihinde 15 dakika olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 60 bin görüntüleme, 3 bin beğeni ve 126 yorum almıştır. İlk içeriklerin çoğunda kullanılan “*Biz kim miyiz?*” şeklinde başlayan rutin açıklama yazısı burada da kullanılmıştır.

b. *Sahne*: Bu içerik, Huzme’nin en uzun içeriklerinden biri olmasına rağmen oldukça sade ve durgun çok az performans barındırmaktadır. Bu stabil performanslar ise Huzme binasının ofis ve kafe gibi sınırlı sahnelerinde icra edilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Tüm içerik boyunca kimliği belirgin olmayan tek bir oyuncu, oldukça sınırlı bir biçimde görüntülenmiştir. Bu yönüyle içerikte oyuncudan daha çok rolün ön plana çıkarıldığı ifade edilebilir.

d. *Takım*: Bu içeriğin sahne önünde takım içi veya takım dışı herhangi bir işbirliği bulunmamaktadır.

e. *Üslup ve Dil*: Huzme’nin kısa olanlar haricindeki tüm videoları arasında en az sayıda sözcükle inşa edilen bu içerik; oyuncu ve izleyici arasında duygusal bağ kurmayı amaçlayan bir sohbet şeklinde kurgulanmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Huzme’nin en uzun içeriklerinden biri olan bu içerik, aynı zamanda en az ifade biçiminin kullanılmasıyla ilgi çekmektedir. İzleyiciyle diyalog şeklinde kurgulanan bu içerikte geçen “*Bazen yalnızsındır. Kendine manevi anlamda yoldaş ararsın. Ama etrafında sana yoldaş olacak kimse yoktur. İşte bu video senin için. Kur’an okurken, Risale’ye yoğunlaşırken, araştırma yaparken; ikinci kişiyi aradığında aç ve bu videoyu izle. Bugün son itikafımdayım. Ve sana iç sesimle eşlik edeceğim.*” şeklindeki sınırlı sayıdaki bazı ifadelerde görüldüğü üzere Huzme oyuncusu, grup kimliğini yansıtmak için “biz” ifadesini kullanmak yerine, izleyicilere kendilerini özel hissettirecek “sen” şeklinde hitap etmeyi tercih etmektedir. Oldukça basit şekilde kurgulanan bu cümlelerde empati içeren cümleler ve emir cümleleri aynı anda kullanılarak ilginç bir örnek sunmaktadır.

b. *Performans*: Otorite temasının ilk örneği olan bu içerik, aynı zamanda kanalın ilk içeriklerinden biridir. Bu nedenle içerik boyunca sadece basit ve durağan bir performans sergilenmiştir. Oyuncu; basitliğine rağmen oldukça uzun performansların

yer aldığı bu içerikte yalnızca araştırmacı rolüne bürünmekte ve içerik boyunca birkaç mekan değiştirse de bu araştırma eylemi büyük oranda stabil görünmektedir. Yani Huzme; burada çerçevelenmiş belli rollere karşı “bağlanmışlık ve adanmışlık”¹⁰⁹⁹ halindeki bir icracı olarak görünür olmaktadır. Buradaki dramatik eylemler; meşk defterinde Osmanlıca alıştırması yapma, Kur’an okuma ve birkaç ayrı sahnede defalarca Risale okumaktan ibarettir. Bu bilişsel faaliyetler; büyük oranda yakın çekimde gösterilmekte ve burada oyuncudan daha çok, oyuncunun kitaplar üzerinde ara sıra hareket eden elleri performansta bulunuyor gibi görünmektedir. Oyuncunun okuduğu sayfa bitince değiştirdiği bu sahnelerde herhangi bir kırpma yapılmamış ve bir sayfanın gerçekte okunduğu zaman dilimi içerisinde sınırlı bir hareketlilik sunulmuştur. Bu açıdan içerik doğal yaşamdan samimi bir kesit sunuyor gibi görünmektedir. Bununla beraber tüm içerik boyunca gerçekleştirilen performanslarda doğal yaşam seslerini bütünüyle bastıracak şekilde Yiruma’nın “River Flows in You” adlı popüler piyano bestesi kullanılmıştır. Huzme, içeriğin açıklama kısmında bu müziği belirtse de parçanın sanatçısı olarak Yiruma yerine YouTube müzik’te farklı bestecilere ait çalışmaları derleyen bir kullanıcı olan “Arti Huisman”e atıfta bulunmaktadır. Huzme’nin muhtemelen YouTube’da görüp beğendiği için kullandığı bu eserin asıl sanatçısı hakkında pek bir bilgisinin olmadığı ve bu detaylarla ilgilenmediği görülmektedir. Son olarak bir intro’ya yer vermeyen bu içeriğin son beş dakikasında içeriğin biteceğini işaret etmek üzere aşamalı bir biçimde ekran karartılmıştır. Bu sahnede gösterilen şey bütünüyle bir outro olarak adlandırılmasa da bir tür outro veya bitiş ritüeli işlevi görmektedir.

c. *Retorik*: Huzme’nin ilk içeriğinden son içeriğine dek hepsinde farklı oranda yönlendirme ve manipülasyon vardır. Ancak Huzme’nin otoriter kimliği ilk içeriklere yedirilmiş bir vaziyette sunulurken, bu içerikte ise ilk defa izleyici üzerinde nahif bir otorite doğrudan tesis edilir. Huzme burada “*Kur’an okurken, Risale’ye yoğunlaşırken, araştırma yaparken; ikinci kişiyi aradığında aç ve bu videoyu izle. Bugün son itikafımdayım. Ve sana iç sesimle eşlik edeceğim.*” ve “*Yılın herhangi bir gününde dünyadan soyutlanmak istediğin her an bir odaya çekilip itikafa girebilirsin. Şimdi hayattan soyutlanmak istiyorsan benimle birlikte Kur’an’ını aç ve bana eşlik et.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere izleyici üzerindeki otoritesini tıpkı onlar gibi

¹⁰⁹⁹ Goffman “role bağlanma” ve “role adanma” kavramlarını, kişilerin düzenli olarak icra ettiği rolleri fedakarca sürdürmesi anlamında kullanmaktadır. Bk. Goffman, *Karşılaşmalar*, 93-94.

sıradan biri olarak kurmaya başladığından, bu otoritenin doğrudan fark edilmesi oldukça zordur. Yani Huzme, izleyicileri bilgilendirme yetkisini kendisinde görmekte ve bu yetkiyi açıkça kullanmakta; ancak bunu dostça bir görüntünün ardından gerçekleştirmektedir. Ayrıca Huzme *“İtikaf”ı belki ilk defa duyanlarınız vardır. Ben ilk kez babam vesilesi ile duymuştum. Her ramazanın son 10 günü camiye kapanır. Zaten itikafın sözlük anlamı da, dünya işlerinden vazgeçip bir yere kapanma... İtikaf, Kur’an ve sünnette sabittir. Dipnot: Bakara/125-187. Peygamberimiz (sav)’in özellikle ramazanın son 10 gününde itikaf yaptığını belirten çeşitli hadis-i şerifler de var.”* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere sahip olduğu dini bilgilerle izleyicileri ihya etme çabasıdadır. Bir “karakter yarışı”¹¹⁰⁰ içinde olan Huzme, bir yandan yanlış olduğunu düşündüğü eylemleri sergileyen ötekilerle mücadele etmekte; öte yandan doğru içerikleri paylaşan paydaşlarına kıyasla öne çıkma hevesini taşımaktadır. Bu kaygıların yönlendirdiği Huzme’nin öncelikli hedefi “en çok takip edilen dini kanal”, nihai hedef ise “en çok takip edilen kanal” olmaktır. Ancak Huzme gerek bu içeriğinde gerekse diğer içeriklerinde bu bilgileri hangi yolla elde ettiğini ve hangi sıfatla izleyiciyi bilgilendirmeye koyulduğunu hiçbir şekilde belirtmemektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Öncelikle Huzme’nin tüm Müslümanların ortak değerlerini her seferinde kabul eden söylemlerine rağmen, eylemleri cemaatin müstakil değerlerini önelediğini açıkça ifade ederek büyük bir tezat oluşturmaktadır. Örneğin 15 dakika olarak kurgulanan bu içeriğin, sahneler arasındaki geçiş süreleri hesaba katılmaksızın, Kur’an okunma sahnesine 3 buçuk dakika, iki ayrı Risale okuma sahnesine ise toplam 9 dakika süre ayrılmış görünmektedir. Huzme’nin tüm içeriklerinde böylesi bir anlayış olmasına rağmen burada çok daha belirgin bir orantısızlık bulunmaktadır. Bu durum, diğer içeriklerde başka rutinler arasına serpiştirildiği için çok fazla dikkat çekmemektedir. Ancak Huzme, burada grubun ideolojik değerlerini çok daha fazla önelediğini bariz bir şekilde göstermektedir.

b. *Söylenmeyen Gizli Anlam*: Öncelikle nahif bir otorite inşa eden bu içerikte Huzme’nin Risale-i Nur ile özdeşleştirilerek reklam edilmesi söz konusudur. Nitekim daha önceki içeriklerden farklı olarak burada okunan külliyattaki farklı eserler üzerinde

¹¹⁰⁰ Özel bir ahlaki oyun türü olan “karakter yarışı”; kişinin başkalarıyla mücadele etmesini ve rakiplerine kıyasla daha fazla puan almak için ilave çaba göstermesini ifade eder. Bk. Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 271.

“Huzme’ye aittir 1” ve “Huzme’ye aittir 3” şeklinde yazılar bulunmaktadır. Yani Huzme izleyiciler üzerindeki otoritesini cemaat değerleri üzerinden inşa etmekte ve bu süreçte diğer Nurcu yapılanmaların bir alternatifi olarak kendisinin reklamını yapmaktadır.

İkinci olarak *“Erkekler itikafa mescidde girerler. Kadınlar ise evde mescid edindikleri bir yerde... Ben de Huzme’yi mescid edindim ve şu an toplantı odamızdayım. Bu ibadet sadece Ramazana özel bir şey değil. Yılın herhangi bir gününde dünyadan soyutlanmak istediğin her an bir odaya çekilip itikafa girebilirsin.”* şeklindeki ifadede görüldüğü üzere Huzme, itikafın geleneksel tanımını ve yapıldığı mekanla ilgili yaygın anlayışı revize etmektedir. Bu açıdan Huzme hem dini uygulamalar noktasında şekilci olmadığını hem de mevcut anlayışları çağa ve ortama göre yeniden yorumlayabildiğini göstermektedir.

Üçüncüsü ise daha önce tüketim temasında değinildiği üzere Huzme’nin kanalında kullandığı müziklerin bedeli olarak YouTube tarafından zorunlu reklam uygulamasına burada maruz kalmasıdır. Huzme içeriklerinin çekiciliğini artırmak adına kullandığı müzikler nedeniyle YouTube tarafından yaptırım görmekte ve arzulamasa da bu konuda YouTube’un otoritesine boyun eğmek zorunda kalmaktadır. Yani Huzme kendi müziğini üretinceye kadar bu yaptırıma boyun eğmek durumundadır. Bu durumun Huzme’yi kendi müziğini üretme yönünde teşvik etmesi olası olsa da profesyonel müzik üretiminin maliyet ve zaman gerektirmesi açısından kısa vadede böylesi bir olasılığın düşük olduğunu ifade etmek mümkündür.

c. İzlenim Eleştirisi: Bu içeriğe yapılan geri bildirimlerde üç tür izleyici eğilimi bulunmaktadır. Birincisi *“Sizlere çok imreniyorum. Bu genç yaşınızda çok güzel işler yapıyorsunuz. Bizlere güzel örnek oluyorsunuz. Allah razı olsun.”*, *“Ya abla bir şey diyeyim mi, videolarınız o kadar sade özenli ve bir o kadar motive edici ki insanın her şeyi yapabilme isteği geliyor. Video atmaya devam edin lütfen. İzleyince ben neden boş boş duruyorum diyor insan. Sizi çok seviyorum, kim olduğunuzu bilmiyorum ama çok seviyorum”* ve *“Yaa sen ne kadar mükemmel bir insansın ve ne kadar güzel bir kul hatta ne kadar güzel bir talebe... Seni çok seviyorum. Videoda bileklerinin açılmamasına bile özen gösteriyorsun.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin yol göstericiliğini kayıtsız şartsız kabul eden ve beğenenlerdir. Huzme, burada kendisini tanımayan izleyiciler tarafından dinini mükemmel yaşayan bir rol

model olarak görülmekte ve onları motive edebilmektedir. Yine “*Maşallah, ben nasıl Müslümanım*” şeklindeki ifadeye görüldüğü üzere maruz kalınan mükemmellik karşısında izleyicilerin suçluluk duygusuna kapıldığı görülmektedir. Huzme genelde koşulsuz örnekliğini pekiştiren yorumlara beğeniyle karşılık vermişken buna herhangi bir geri bildirimde bulunmamıştır. Son olarak Huzme’nin “*Huzme, kral mısın?*” şeklinde soru soran izleyiciye hem beğeniyle hem de emoji kullanmadan “evet” diyerek karşılık vermesi, otoritesinin kabul edilmesinden kibirli bir memnuniyet duyduğunu göstermektedir.

İkincisi, içeriği beğenmekle birlikte “*7. dakikalarda Risale’den bir şeyler yazıyorsunuz. Neleri not ediyorsunuz? Bende böyle çalışmak istiyorum*”, “*1 saatlik çalışma videosu falan çekebilir misiniz? (pomodoro falan) Birlikte okuma yaparızzzzz.*” ve “*Allah razı olsun, hos paylaşımlar. Nacizane bir önerim var. Uzun bir şekilde kitap veya Kur’an okurken görüntü veriyorsunuz. Okudugunuz kesitleri paylasabilirsiniz o ara, sadece aynı görüntüye uzunca bakmak bana zaman kaybı gibi geliyor... Böylelikle takip edenler için de faydalı olur. Nacizane. Teşekkürler*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere çeşitli içerik önerilerinde bulunarak Huzme’yi yönlendirmeye çalışanlardır. Üçüncüsü ise “*Allah’ım beğenmeyenler kimler isim verin topluca dua edelim. Bu video nasıl sevilmez.*” ifadesinden anlaşıldığı üzere olumsuz eleştiri yapmak yerine sadece dislike atanlardır. Ayrıca herhangi bir olumsuz yorumun doğrudan yapılmadığı bu içerikte çok sayıda izleyicinin birbirlerine yanıt verdiği, yani izleyiciler arası bir etkileşim ve yönlendirme çabasının belirgin olduğu ifade edilebilir.

3.2.6.2. Görsel Metin 2: Seni Harekete Geçirecek 5 madde ! | Bükre AKTAŞ

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 12 Ağu 2021 tarihinde yaklaşık 19 dakika 31 saniye olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 112 bin görüntüleme, 7 bin beğeni ve 897 yorum almıştır. “*Pandemi döneminde bunaldığını ve ‘Ben şimdi nasıl devam edeceğim?’ dediğini biliyorum. Hadi gel, bugün bu problemi çözmeye çalışalım. Denediğin bütün çözüm yollarını unut ve anlatacağım bu 5 maddeye odaklan.*” şeklinde içeriğe özel kısa bir açıklama yazısı bulunmaktadır.

b. *Sahne*: Huzme’nin analiz edilen en uzun videosu olarak dikat çeken bu içerik boyunca tek sahnede tek bir performans gerçekleştirilmiştir. İçerikteki az sayıdaki

ipuçlarına dayanarak, Huzme binasındaki sanat odasının sahne olarak kullanıldığını ifade etmek mümkündür.

c. *Karakter-Oyuncu*: Tüm içerik boyunca başkan Bükre bir yandan resim yapmakta, diğer yandan izleyiciyi yönlendirecek şekilde doğaçlama konuşma yapmaktadır. Yani içerik boyunca tek bir oyuncu performansta bulunmaktadır.

d. *Takım*: Sahne önünde tekil bir oyuncu bulursa da final sahnesinde Bükre'nin kamera arkasında bulunan kişiye yönelik “İyi mi? Kapat!” şeklindeki ifadesinden anlaşıldığı üzere, bu içeriğin kamera arkasındaki en az bir ekip üyesiyle yapılan işbirliğinin ürünü olduğu ifade edilebilir.

e. *Üslup ve Dil*: Oyuncunun tüm içerik boyunca izleyiciyle karşılıklı sohbet etmesine rağmen burada gündelik ve basit ifade biçimi değil; aksine açıklama ve bilgilendirme içeren ikna edici bir dil kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Oyuncu bu içerikte prompter'dan okuyor gibi ekrana doğru akıcı konuşmamaktadır. Aksine oyuncunun kendi başına yaptığı bir monolog, daha doğrusu anonim bir izleyici kitlesiyle yapılan bir tür “interlog” şeklinde kurgulandığı için içerikte çok sayıda ara cümle, eksiltili cümle ve devrik cümle yer almaktadır. Bununla beraber içerik neredeyse bütünüyle emir kipli cümlelerle donatılmış ve “*Ailenin de fikrini almanı tavsiye ederim her konuda. Kesinlikle onlara cephe alma! Onlar cephe alınacak insanlar değiller, onlar senin ailen.*” şeklindeki ifadede görüldüğü üzere bazen bu emir kiplerini yumuşatmak için “tavsiye” içeren cümleler burada tercih edilmiştir. İçeriğin bütününe bakıldığında başkan Bükre'nin yaptığı oldukça uzun konuşması boyunca “kafa dağıtmak”, “rüyalarına girmek”, “yatıp kalkmak”, “üzerine gitmek”, “muhasebesini yapmak”, “muhakeme etmek”, “kulak vermek”, “tevekkül etmek”, “hak etmek”, “ümitsizliğe düşmek”, “el atmak”, “muzaffer olmak”, “verim almak”, “ders çıkarmak”, “parmak basmak”, “gaza gelmek”, “hedef koymak”, “sanat parçalamak”, “edit yapmak” ve “modu düşmek” gibi çok sayıda deyim başvurduğu görülmektedir. Bu deyimler, adeta otorite temasının anahtar kelimeleri olarak metnin bütününe yayılmış durumdadır.

b. *Performans*: Analiz edilen bir önceki içerikte az sayıda ifadeye karşı çok sayıda stabil performans sergilenmişken, bu içerikte kesintisiz konuşmalar eşliğinde sabit tek bir performans sergilenmektedir. Oyuncu burada sözleriyle izleyiciyi yönlendiren bir

rehber rolünü oynarken eş zamanlı olarak kesintisiz bir şekilde resim yapan bir sanatçı rolünü fiilen icra etmektedir. Bu içerikte, hızlı akan görsellerin oluşturduğu bir intro bulunmamakta ve doğrudan asıl sahneler başlamaktadır. Oyuncu, sanat odasında çizimine başlamadan önce *“Videoya hoş geldin. Pandemi döneminde ne kadar bunaldığını biliyorum veya şimdi motivasyonunu kaybetmiş de olabilirsin. Nasıl devam edeceğini bilemiyor olabilirsin, önemli değil. Şimdi bunu çözmeye çalışacağız inşallah bu videoda.”* şeklinde samimi bir açılış ritüeli; içerik bitiminde ise aynı stabil görüntü eşliğinde *“Çok teşekkür ediyorum dinlediğiniz için, vakit ayırdığınız için. Evet, görüşürüz bir sonraki videoda.”* şeklinde bir kapanış ritüeli gerçekleştirmiştir. Daha önce analiz edilen içeriklerden ayrı olarak burada, YouTuber’ların “hoş geldin” ve “görüşürüz” şeklinde çok sık kullandığı açılış ve kapanış rutinlerinin ilk defa kullanıldığı görülmektedir. Açılış ve final sahnelerinde serbest el hareketleri görüntülenen oyuncunun bu iki fasıl arasındaki performansı esnasında konuşmanın akışına paralel bir şekilde çizimine kısa süreli ara verdiği ve ardından tekrar devam ettiği görülmektedir. Tüm içerik boyunca oyuncunun sadece elleri görüntülenirken, görüntüde hareketlilik oluşturmak üzere kamera açısı birkaç defa değiştirilerek oyuncuyu çeken kameranın çekimi yapılmıştır.¹¹⁰¹

c. *Retorik*: Pandemi döneminde çekilen bir içerikte, bir önceki içeriğe kıyasla yönlendirmenin şiddeti belirgin şekilde artmış görünmektedir. Huzme bu içeriği sosyal yaşamın kısıtlandığı ve insanların büyük oranda başkalarının tavsiyelerine ihtiyaç duyduğu kaotik bir dönemde üreterek başkanın oyunculuğu aracılığıyla kurumsal bir otorite kurmayı denemiş ve bunda nispeten başarılı olmuştur. Huzme, özellikle *“Sürekli aynı yöntemleri deniyoruz çözüm üretmek için ama bazen yöntem değiştirmek gerekiyor. Belki şu an o yöntem değişikliğinin vaktidir. Şimdi senden yaşadığın bütün hayal kırıklıklarını unutup benim anlatacaklarımı kulak vermeni istiyorum.”* şeklinde ifade ettiği üzere “yeni bir yöntem” önermekte ve dijitalin kendisine verdiği yetkiye dayanarak izleyicinin kendisine “kulak verme”sini istemektedir. Yine *“Sen kaç yaşındasın bilmiyorum ama sana arkadaşlarımda ve kendimde uyguladığımız yöntemlerden bahsedeceğim. İlhamını Zübeyir Gündüzalp’ten alıyor. Belki tanıımıyorsundur. Araştırabilirsin. Onun tavsiyelerinden bahsedeceğim.”* şeklindeki ifadede görüldüğü üzere Huzme oyuncusu, YouTube’un arzu ettiği gibi kim olduğunu

¹¹⁰¹ Goffman’ın “pozun pozu”, “fotoğrafın fotoğrafı” şeklindeki kavramlarından esinlenerek bu durumu “çekimin çekimi” veya “videonun videosu” olarak adlandırmak mümkündür.

bilmediği anonim “sen”lere hitap etmekte ve birbirini tanımayan kişiler arasında Nurcu bir figür üzerinden otorite tesis etmeye çalışmaktadır. Başkan, bu otoriteyi tesis ederken ise *“Sanat demişken yani çok beceremesem de bazen böyle kafa dağıtmak için falan sulu boya çiziyorum. Biraz olsun böyle yoğun koşuşturmaların arasında iyi oluyor. Bugün seninle hem biraz çizim yapacağız hem de biraz sohbet edeceğiz. Bakalım ikimize de iyi gelecek mi?”* şeklindeki ifadesinde belirttiği üzere önceki içerikte temelini attığı nahif otoritesini beslemek için çekici sanat unsurunu kullanmayı tercih etmektedir.

Huzme’nin Gündüzalp’ten referans verdiği maddelere bakıldığında *“İlk maddemiz: Her şeyini bugün bilmek. Konuşurken çok basit bir kuralmış gibi görünebilir ama insan her şeyi bugün bilemiyor. Yani sanki son gününmüş gibi yaşamak gerçekten çok zor. Çünkü şeytan şey diyor: Kandırma beni, son günün değil. Bunu sen de biliyorsun.”* şeklinde izleyicilerin hemen harekete geçmesi yönünde motive edildiği görülmektedir. Ardından bu durum *“Yatsı namazı örneği buna çok güzel bir örnektir. Yatsı namazını kılmazsan ağırlaşır. Ne kadar erken kıalarsan ne kadar hızlı kalkıp kıalarsan, yani hemen aksiyona geçersen o kadar rahatlarsın.”* şeklinde ibadetlerle örneklenmekte ve dini bir otorite tesis edilmektedir. Ardından *“İkinci maddemiz: Sürekli neyle meşgul oluyorsan o konuda geliyorsun... Zübeyir Gündüzalp’in dediği gibi “tuğlaları üst üste koymak tekrar değil tesistir” diyor hakikaten bir şey tesis ediyorsun sen, inşa ediyorsun sürekli onu yaparak.”*, *“Üçüncüsü; üzülmeyle muhasebe etmek, muhakeme etmek birbirinden farklı olan haller... . O yüzden kızmayı bırak bir kere, kimseye kızma. Yani yaşadığın şeylerle alakalı tevekkül edemediğin noktada kızmaya başlıyorsun, sinirlenmeye başlıyorsun ve kızgınlık hakikaten hiçbir şeyi değiştirmiyor. O yüzden kızma!”*, *“Dördüncü maddemiz şu: ‘Her an muvaffak ve muzaffer olacağım cehdi içinde olmalısın’ diyor Zübeyir abi. Bir işi bitirmeden başka bir işe el atmamalısın.”* ve *“Beşinci maddemiz: Her sohbette dinleyici ol. Daima ‘öğrenmeye ve yetişmeye muhtacım’ diye dinle... Ne demek peki bu? Muhakkak fikir al! Fikrine önem verdiğini ehil kişilerle ara sıra da olsa istişare et, toplantı yap!”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere dini veya dünyevi her konuda kararlılıkla hedefe doğru yürümek, planlı olmak, sızlanmadan devam etmek ve yetkin birilerine danışmak şeklinde bir model önerilmektedir. Huzme tüm içerik boyunca bu ilkeleri detaylıca açıklayarak izleyicilere bir yol haritası çizmektedir. Nihayet bunun bir baskı unsuru olmadığına altını çizmek üzere *“Bu konuştuklarımızı belki hiç uygulayamayacaksın...*

Ama önemli değil. Sen deneyeceksin ya, denemekle sorumlusun. Ve inşallah bu videodaki maddeleri uygularsın ve hayatına geçirirsin. Denemeye değer diye düşünüyorum... Dinlediğin için teşekkür ederim.” şeklinde haritaya yumuşak bir final noktası koymaktadır. Bahsedilen önerilere bütünsel bakıldığında aslında bu ilkelerin sadece dini bir temaya sahip olmadığı görülmektedir. İçerik boyunca aralarda dini örneklemeler yapılsa da bu ilkelerin dünyevi ve iş yaşantısına uyarlanması mümkün olduğu görülmektedir. Yani Huzme'nin bu içerikte izleyici üzerinde inşa ettiği dini otorite genel motivasyon cümlelerinin ardından sunulmakta ve bu açıdan güçlü bir dini hakimiyet kurma iddiasından uzak görünmektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. Çelişkili İkili Anlamlar: Öncelikle Huzme oyuncusu bu içerikte “Önce biraz sadeleşmek lazım ve emin adımlarla yürümek lazım. Dur! Ne yapmak istediğini düşün önce. İşlerini sırala ve en önemlileri en başa koy. En başa neyi koyduğun da çok önemli...”, “Düşün! Nasıl çözebileceğini düşün ama lütfen üzülme! Ümitsizliğe düşme! Çünkü ümitsizliğe düştüğün zaman yapabileceğin şeyleri de yapamıyor oluyorsun.” ve “O yüzden korkma! Yani gelişmek istediğin konunun üzerine git başka hiçbir şey düşünmeyecek hale gelene kadar o işle ilgilenmen gerekiyor. Bu her şey için geçerli bir imanî bir bahis. Eğer araştıracaksan o konunun derdiyle yatıp kalkman gerekiyor.” ifadelerinde görüldüğü üzere bir yandan emir dilini kullanmakta; diğer yandan “Tavsiyem; annene, babana kulak vermen, Efendimizin sünnet-i seniyyesine kulak vermen...”, “O yüzden sana tavsiyem seni yaratanı, Rabb'inin rızasını ilk sıraya koyarsan diğer işlerin de daha verimli, daha güzel, daha beklediğin gibi gerçekleşir. Beklediğin gibi gerçekleşmese bile senin vazifen o değildi zaten. Senin vazifen ilk sıraya Allah'ı koymaktı.” ve “Namazı hayatının merkezine oturtmanı tavsiye ediyorum.” ifadelerinde görüldüğü üzere daha ılımlı olan tavsiye dilini kullanmaktadır. Bu durum birilerini yönlendirirken nezaketten kopmamak ve nasihatçi gibi görünmemek açısından işlevleri bulunan bir çelişkidir. Yani Huzme; sessiz bir otorite kurduğu ilk içeriğine kıyasla burada ürkekliğini büyük oranda üzerinden atmış olsa da aslında tepki görmemek adına otoritesini arkadaşça kurma yolundan bütünüyle vazgeçmemiş görünmektedir.

İkincisi Huzme, burada olduğu gibi istisnasız tüm içeriklerinde maharetli, başarılı, eğitilmiş ve kültürlü bir imaj çizmektedir. Ancak oyuncu; “Bu arada hakikaten çok zor,

yani hem çizim yapıp hem anlatmak hakikaten çok zormuş. Çünkü renklere asla odaklanamıyorum şu an, yanlış çiziyorum muhtemelen çoğu şeyi. Ama önemli değil sadece muhabbet ediyoruz burada.” ve “Mesela çiçek çizeceksem başlangıç seviyesinde olanlar için çizim örnekleri falan yazıyorum Google’a. Hakikaten çizimim, sulu boyada diyeyim, geliştirmedığım için çok iyi değil. Gerçi mimarlık insana bir tık böyle bir hani çizim yeteneği katıyor. Sulu boya çok farklı bir şey yani adapte olmak zor oldu benim için. İnşallah güzel şeyler çıkarırım diyeyim.” şeklinde ifadelerde görüldüğü üzere fazla kibirli görünmemek adına içerik boyunca yaptığı otoriter konuşmayı, çizim konusunda tevazu göstererek yumuşatmaktadır.¹¹⁰²

b. *Söylenmeyen Gizli Anlam*: Öncelikle oyuncu; üçüncü sırada zikrettiği “üzülme ve muhasebe et” kuralı haricindeki tüm maddeleri anlattıktan sonra onların Huzme’de nasıl uygulandığını örneklemektedir. Oyuncu ilk madde için, “Huzme’de uyguladığımız bir kuralı sana da tavsiye ediyorum. Biz buna “beş saniye kuralı” diyoruz. Bu beş saniye kuralında yapmak istediğin bir işi beş saniye içinde kalkıp yapıyorsun. Eğer beş saniye içinde yapmazsan, hakikaten yapamıyorsun.” şeklinde; ikinci madde için “Huzme’de bir küçük tayfamız var. Z kuşağı diyorum ben onlara. 13-14 yaşlarındalar. Son zamanlarda da video yapmaya başladılar. Hiç o konuda bilgileri yoktu. Sürekli olarak video yapmayla ilgilenince hakikaten kabiliyetlerinin geliştiğini hissediyorum.” şeklinde; dördüncü madde için “Huzme’de kendimize haftalık program oluşturuyoruz. O haftalık programda her günün bir konsepti var. Belki pazartesi günü işte ders çalışma günümüz oluyor. Salı günü okuma günümüz oluyor. Pazartesi günü Lahika veya diğer günlerde çalışmalı günlerimiz oluyor.” şeklinde; beşinci madde için ise “Huzme’de bizim en sevdiğimiz şeylerden bir tanesi birbirimizi çok rahat eleştirebiliyor olmamız. Bunu tenkit manasında söylemiyorum. Eleştirmek, pozitif yönde geliştirmekle alakalı söylüyorum. Gerçekten çok işe yarıyor.” şeklinde bir açıklama yapmaktadır. Huzme burada Gündüzalp’ten alıntılandığı maddelerin uygulanabilir olduğunu ve daha önemlisi başkalarının hayatında yer edinmeyen ilkeleri kendi şahsında uygulayabildiğini göstermektedir. Yani burada “hemen harekete geçme”, “süreklilik”, “planlılık” ve

¹¹⁰² Huzme’nin erken dönem otoriter videolarında böylesi “sahte tevazu” örneklerine çokça rastlamak mümkündür. Ancak her konuda marifetliymiş gibi bir görüntü çizdiği için eleştirilen Huzme; bu eleştirileri bertaraf etmek ve tevazu imajını tazelemek amacıyla özel bir içerik oluşturmuştur. Huzme’nin başarısızlıklarını çok “cool” bir biçimde ele aldığı ilgili içerik için bk. “Bu Kızlar Her Şeyi Güzel Yapamıyor!”, <https://www.youtube.com/watch?v=2LXRWsEdpD4> (Erişim Tarihi: 08.10.2023)

“eleştiriye açık olma” şeklindeki tüm önerilerin Huzme tarafından fiilen gerçekleştirildiği anlatılarak Huzme’nin ideal bir rol model olduğu işaret edilmektedir.

İkincisi *“Yardım almak kötü bir şey değil. Fikir danışmak güzel bir şey... Hem çevrendeki insanlara değer verdiğini de gösterir bu. Ama tabii ki senin yapacağın şeyle alakalı modunu düşürecek veya hiçbir faydası olmayacak ehemmiyetsiz kişilerden veya bilgisiz kişilerden değil de hakikaten yardımcı olacağını düşündüğün insanlardan yardım almanı tavsiye ederim.”* ve *“YouTube’da bir video açıyorsun ve o videoda biri konuşuyor, sana bir şeyler söylüyor, bir şeyler tavsiye ediyor. Kulak vermekte fayda var diye düşünüyorum.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme bu içerik boyunca izleyicileri değiştirmek veya onları bilgilendirmek istediğini doğrudan belirtmemekte; burada “ehemmiyetli kişilerden” yardım almayı ve “sana bir şeyler söyleyen bir YouTuber”ı dinlemeyi tavsiye ederken kendisine dolaylı yoldan işaret etmektedir. Yani Huzme bu içerikte, otorite kurma iddiasını asla yüksek sesle dile getirmese de yaptığı şey fiilen otorite kurma çabasında olduğunu göstermektedir.

Üçüncüsü Huzme’nin *“İstiyorum ki böyle bu konseptte çektiğimiz videolarda her çizdiğimiz çizimi birinize hediye edeyim. Tabi çok güzel olduğu için değil ama anısı kalsın diye. Bunu da “topluluk”tan yapabiliriz. YouTube Topluluk’ta bir çekiliş düzenleriz. Yorum yaparsanız, o çekilişte çıkan kişiye çizdiğimiz çerçeveli şekilde göndermek istiyorum.”* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere platformun tüm olanaklarından yararlanma çabasıdır. Gerek YouTube platformundaki shorts ve topluluk sekmelerinden gerekse popüler olan veya olmayan diğer sosyal medya platformlarından yararlanan Huzme, amaçları doğrultusunda bütün dijital araçları kullanmaya hevesli görünmektedir.

c. *İzlenim Eleştirisi:* Öncelikle gerek bu içeriğe Serkan Aktaş’ın kişisel hesabından yaptığı *“Piyasaya can geldi, varsın bu alemde.”* şeklindeki yorumdan gerekse bir önceki içeriğe Bükre’nin yine kendi kişisel hesabından yaptığı *“Ey bitmeyen kalbimin samanyolu destanı...”* şeklindeki yorumdan anlaşıldığı üzere Huzme, otoritesini inşa ettiği içeriklerinde hem ekip içinde hem de ekipler arasında yorum dayanışması yapmakta ve bu yolla kendisini motive etmektedir. Ayrıca *“Bükre Abla ve Serkan Abi’nin anlatımları birbirine çok çok çok fazla benziyoorr.”* ve *“Risalei nur okuyanların hitabetleri hep birbirine benziyor :)”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı izleyiciler bu ekipler arası işbirliğinin etkilerini fark etmiş görünmektedir.

İkinci bir husus ise izleyicilerin yaptığı “...Binlerce insanın kalbine dokunabiliyor, hayatlarına yön vermelerinde yardımcı oluyorsunuz...”, “Hayatımda öyle güzel değişikliklere vesile oldunuz ki...”, “Sizin sayenizde hayatımı düzene soktum. Namazlarımı kılmaya başladım ve doğru tesettüre girdim elhamdulillah.”, “Bu tarz videoları paylaşmanız gerekli ya. İlminizin zekatını bize paylaşarak verebilirsiniz kardeşlerim.”, “Şu belirsiz dönemde en azından hayatımı düzenlemek için bazı bilgiler öğrendim. Teşekkürler Huzme.”, ve “47 yaşındayım ama sizden ilham aldım genç kardeşim. Video tam gençlere hitap ediyor. Tebrik ederim sizleri” şeklindeki geri bildirimlere göre Huzme, farklı yaş aralıklarındaki izleyici kitlesinin dini ve dünyevi yaşantısını düzene koyma noktasında önceki içeriğe kıyasla daha etkili olmuştur. Hatta “Abla Lütfen farklı hobiler önerir misin?” ifadesinde görüldüğü gibi YouTube izleyicisi, hobilerini belirleme noktasında bile birilerinin yönlendirmesine ihtiyaç duymakta ve “Azarla beni abla, düzeleyim. Huzme uluslararası grupta derslere katılıyorum, gerçekten çok gence faydanız dokunuyor. Azerbaycan'dan sevgilər.” şeklindeki ifadede görüldüğü üzere bu yönlendirmelerin daha şiddetli boyutta olmasını arzulamaktadır.

Son olarak tıpkı önceki içeriğe benzer şekilde “Bu yaptığınız içerik çok güzel. Allah razı olsun. Hem çizim yapıp hem sohbet etmekte zorlanıyorsunuz ya çizimi önce yapıp sohbeti arkasına ekleyebilirsiniz.” ve “Kardeşim videomuz çok bilgili, inşallah hayatıma geçiririm yöntemleri. Fakat Z Kuşağı demesek, bu algı hiç hoşuma gitmiyor. Said Ercan Abi'nin dediği gibi Elif Nesli desek, dimdik duran bir nesil gelecek inşallah.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü gibi izleyiciler, Huzme’yi hem içerik hem de yönetime dair önerileriyle yönlendirmektedir. Ancak bir öncekinin aksine burada Huzme’nin inşa ettiği nahif otoriteyi onu tutarsız gördüğü için reddeden bazı izleyiciler de bulunmaktadır. Bu izleyiciler, “Sesli video koyarken ‘Bu yaptığımız işten önderimiz Muhemmed Mustafa sav in hoşuna gider mi?’ diye düşündünüz mü? ‘Onun (sav) getirdiği kurallara, hanımlarına koyduğu çizgiye uyduk mu şu anda’ diye?”, “Yaptığınız iş çok güzel. Ancak kullandığınız yol yanlış. Kadının sesi mahremdir. Burada erkeklerin de dinleyebileceği yerde paylaşım yapmanız yanlış olmuş...”, “Ya bu kızlar sesli video çekmiyordu şimdi noldu biri anlatabilir mi? Hayır önceden niye çekmiyordu bir sebebi varsa şu an niye çekiyor”, “Yakında görüntünüzün tam olduğu videolar çekersiniz!” ve “...Aşama aşama hadi gayret... Hizmet sizin elinizde zillate

düştü.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin yanlış yolda olmakla, çizgiden sapmakla ve hizmeti zillete dönüştürmekle suçlamaktadır.

3.2.6.3. Görsel Metin 3: Hadislere %100 Güvenilebilir Miyiz?

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 3 Ağu 2023 tarihinde 8 dakika olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 15 bin görüntüleme, bin beğeni ve 198 yorum almıştır. Herhangi bir özel açıklama yazısına yer verilmeyen bu içerikte sadece kanalın sosyal medya hesapları ve “0-1.38 dakika aralığında Altay Cem Meriç’ten esinlenilmiştir.” şeklinde bir dipnot yer almıştır.

b. *Sahne*: Özellikle içeriğin ilk kısımlarındaki sahneler deniz kıyısında çekilmiş; daha sonraki kısımlarda ise oyuncunun çalışma odası, sınıf olarak dizayn edilmiş bir mekan ve namaz odası gibi Huzme binasının bazı bölümleri, sahne olarak kullanılmıştır.

c. *Karakter-Oyuncu*: Bu içerikteki tüm performanslarda yer alan asıl oyuncu, Huzme adına konuşarak içeriği yöneten ekip üyesi Damla’dır. Bununla beraber sınırlı sayıdaki birkaç performansta ise kimliği belli olmayan bir ekip üyesi, yardımcı oyuncu olarak Damla’ya eşlik etmektedir.

d. *Takım*: Sahne önünde iki ekip üyesinin bazı performansları birlikte icra ettiği bu içerikte takım içi işbirliğinden bahsetmek mümkündür.

e. *Üslup ve Dil*: Huzme’nin yüksek bir özgüven içinde olduğu görülen bu içerikte gündelik ifade biçimlerinden bütünüyle sıyrılan açıklayıcı, kanıtlayıcı, tartışmacı ve yargılayıcı bir üslup kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Analiz edilen bir önceki içerikte çok sayıda emir cümleleri kullanılmıştır. Ancak bu içerikte daha çok “*Peki hadisler bugüne kadar nasıl korundu, güvenilebilir miyiz?*”, “*Efendimiz eğer o dönemde insanlara Kur'an'ı uzatıp, ‘Alın bunu okuyun, ben çekiliyorum. Bu size yeter’ deseydi ne olurdu?*” ve “*Peki Efendimiz (sav) hadislerin yazılmasını yasakladı mı?*” şeklinde soru cümleleri; “*Hadis kelimesi haber söz anlamlarında kullanılır. Bu kelimeyi kendi sözleri için ilk defa Efendimiz (sav) kullanmıştı.*”, “*Rivayet, bir haberi veya sözü aktarmak demektir.*” ve “*Bir hadis senedinde yer alan şahıslar ravidir. Yani rivayet edendir.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere olgu bildiren cümleler; “*İnsanlar rivayetler olmadan hiçbir bilgiye*

ulaşamaz.” ve “Bu sistemdeki haberlere inanmayanın başka hiçbir tarih bilgisine inanmaması gerekir.” gibi ifadelerde görüldüğü üzere bu olgular üzerine görüş bildiren cümleler tercih edilmiştir. Ayrıca tüm içerikte samimi bir “ben” dilinden bütünüyle uzak bir şekilde daha hiyerarşik bir ifade biçiminin kullanıldığı ifade edilebilir.

b. *Performans*: İçerik, 20 saniyelik sesli bir intro’yla başlamaktadır. Burada Damla’nın dış sesiyle “Kur’an bize yetmez mi hadislere ne gerek var? 1200 yıl önce söylenen sözlerin bugüne kadar doğru bir şekilde ulaştığına nasıl güvenebiliriz? Bazı hadisler neden akla uyumuyor? Efendimiz (sav) hadislerin yazılmasını yasakladı mı? Hepsini bu videoda anlatacağız.” şeklinde içerik hakkında genel bir bilgilendirme yapılmış ve bu esnada ise bulutlu bir deniz manzarası seyreden iki oyuncuya ait görseller ağır çekimde ekrana yansıtılmıştır. İçeriğin asıl sahnelerinde ise Damla tarafından üç farklı performans gerçekleştirmiştir. Bunlardan ilki elinde tablet ve kalemle doğrudan izleyicilere yönelik direktif veriyormuş gibi gerçekleştirdiği dinamik konuşmalardır. Bu performans esnasında yüzü ve tablet ekranı görünmediğinden, oyuncunun elindeki tablettten hazırladığı konuşma metnini okuyup okumadığı anlaşılmamaktadır. Ancak konuşma doğal olmayan bir akıcılığa sahip olduğundan doğrudan bilişsel yönlendirme performansının gerçekleştirildiği bu sahnelerde bir prompter’dan destek alındığı ifade edilebilir. İkincisi, oyuncunun çalışma odasında hadisler üzerine araştırma yaparak sergilediği ciddi bir araştırmacı performansdır. Bu sahnelerde araştırma yapılan tablet ekranı izleyicilerin rahatlıkla okuyabileceğı bir açıdan gösterilmiş ve hakkında konuşulan hadislere dair yazılı metinlerin okunmasına olanak tanınmıştır. Son olarak oyuncu, sınıf şeklinde dekore edilen bir sahnede Huzme ekibini bilgilendiren bir öğretmen performansı sergilemektedir. Bahsedilen tüm performanslar esnasında konuşmalar akıcı, görüntüler ise oldukça yavaştır. Ayrıca tüm içerik boyunca gerilimli bir müzik belli belirsiz şekilde kullanılmış ve zaten açıklama kısmında da kullanılan müziğe dair herhangi bir bilgilendirme yapılmamıştır. Bu durumu, Huzme’nin konuşmaların içeriğini vurgulama ve bu içerik üzerinden güçlü bir otorite kurma çabasının bir göstergesi olarak değerlendirmek mümkündür.

c. *Retorik*: Huzme; bu içerikte bir hadis alimi gibi kendinden emin bir duruş sergilemekte ve analiz edilen bir önceki içerikten farklı olarak genel motivasyon cümlelerinin ardına saklanmak yerine, doğrudan bir otorite tesis etmektedir. Huzme, özellikle “Hadis dediğimiz şey, bir kağıda yazılmış sözlerden ibaret değildir.

Efendimizin sözlerinin yaşantı ile bağı hiçbir zaman kopmamıştı. Söylediği her sözün hayatta bir karşılığı vardı.” şeklinde literatürdeki hadis tanımlarına bir yenisini eklemekte ve “Efendimizin her sözü hayatın içinde bir amelle karşılık buluyor ve bu çağlar boyunca devam ediyor. Arada herhangi bir kopukluk yok. ‘İslamiyet geldi, unutuldu, aradan 250 yıl geçti, sonra birileri hatırlatmak için hadisleri yazdı. O yüzden güvenemeyiz’ diye bir şey kesinlikle olamaz.” şeklinde ifade edildiği üzere hadis mevzusunda var olan bir argümanı çürütmeye çalışmaktadır. Bu noktada izleyici üzerinde belirli bir etki oluşturmak için Huzme’nin çok sayıda delillendirme girişiminde bulunduğu görülmektedir. Huzme bu noktada peygambere itaat noktasında kümelenen çok sayıda ayeti ve hadisi zikretmekle beraber, “Bir hadisin sahih olabilmesi için şu şartlara uyması gerekiyor: Başından sonuna kadar raviler arasında bir kopukluk olmamalı. Yaşlar önemli, her biri kendinden öncekini görmüş olmak zorunda. Ravinin adaletinden zerre kadar şüphe duyulmamalı. Yalan söyleme ihtimali olmamalı, güvenilir olmalı. Hafızası zayıf olmamalı, hadisi hem ezberinde hem yazılı aktarmalı. Kendisinden daha güvenilir bir raviye ömrü boyunca muhalefet etmemeli, ettiği an üzeri çizilir. Görünürde sahih gibi duran, tüm şartlara uyan ama gizli bir kusuru tespit edilen ravi zincirden atılır ve üzeri çizilir.” şeklinde hadis alimlerinin kullandığı “cerh ve ta’dil ilmi”nin verilerine başvurmaktadır. Yine hadislerin hem yazılması hem de yazılmaması yönünde birbiriyle görünürde çelişen rivayetlerin aslında bağlamlarına bakılması gerektiğini ileri sürerek “sebeb-i vürud” konusuna dikkatleri çekmektedir. Bu noktada “Yasak emrinin büyük bir kısmı Kur'an'ın ilk nazil olduğu döneme aittir. Efendimiz kendi sözlerinin Kur'an'la karışmaması için büyük bir titizlik gösterir. Kuran'la birebir aynı sayfa ve aynı levha üzerine yazılmasını yasaklar.” şeklindeki ifadeler üzerinden hadis yazımının yasaklanmasının dönemsel bir uygulama olduğu için genelleştiremeyeceği ifade edilmektedir. Tüm bu hususlara dayanarak Huzme’nin hadis metodolojisine dair okumalar yapmış olduğunu göstermeye ve bu konuda izleyicileri yönlendirmeye çalıştığı açıkça ifade edilebilir.

3. Eleştirel Analiz

a. Çelişkili İkili Anlamlar: Öncelikle Huzme, özellikle yobazlığa ilişkin sert açıklamalara yer verdiği, çok sayıda içeriğinde akletmenin ve sorgulamanın gerekliliği üzerine çok iddialı ifadeler kullanmıştır. Huzme bir yandan böylesine akılcı ve sorgulayıcı bir çizgiyi takip ettiğini ifade etmesine rağmen örneğin “Kesin bir fetva var:

'Sahih bir hadisi inkar eden dinden çıkar.' Sahip olduğumuz az bir miktardaki ilme güvenerek *'Bence böyle bir hadis yoktur'* veya *'vardır'* gibi sözlerle kendi fikirlerimizi belirtmeyelim. Her meselede olduğu gibi bu meselede de işi ehline, hayatını bu yolda feda edenlere bırakalım.” şeklindeki ifadelerinde hayli tutucu bir tavır sergilemektedir. Huzme burada keskin bir hadis müdafası yapmaya çalışırken, hadisleri sorgulama noktasında eleştiriler yapanları “işin ehli olmamak”la suçlamakta ve “az miktardaki ilmine güvenenlere” kendi fikirlerini ileri sürme yetkisine sahip olmadıklarını hatırlatmaktadır. Ancak Huzme, böylesi iddialı eleştirileri yaparken kendisinin bu konuda nasıl bir yetkinliğe dayanarak açıklamalarda bulunduğunu izah etmemektedir. Nitekim ne mektepli ne de alaylı olan Huzme'nin hangi hadis otoritelerinden icazet alarak böyle keskin yargılarda bulunduğu hiçbir şekilde ifade edilmez. Üstelik içerik boyunca verilen referanslara bakıldığında hadis retoriğine dair yeterli bir argüman da sunulmamaktadır. Aksine *“İmam Buhari; efendimizin vefatından 183 sene sonra doğmuş, babasız büyümüş, annesini de küçük yaşta kaybetmiş, ilim öğrenmek için yıllarca alınının teriyle çalışmıştır. Onun ahlakının güzelliğini ve güvenilirliğini şu sözleriyle anlayabiliyoruz: 'Allah beni birçok konuda hesaba çekecek ama ben gybet konusunda hesaba çekilmeyeceğim. Çünkü ben hiç gybet etmedim, etmemiş bir şekilde Allah'a kavuşacağım.'* Bu cümleleri mesleği ravilerin ahlakıyla uğraşmak olan bir insan söylüyor. Böylesine zor ve hassas bir meslekte bile tek bir kere gybet etmediğini söylüyor. Hayatını incelediğimizde hassasiyeti, fedakarlığı, niyeti hafızası ve ilmi derinliğiyle bu işi ne kadar hakkıyla yapabildiğini görüyoruz.” şeklinde hangi kaynaktan alındığı belirtilmeyen bir ifadeye yer verilmiştir. Bu anlamda rivayeti rivayetle savunan Huzme'nin doyurucu bir hadis metodolojisi geliştirmediği görülmektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Bu içerik; görünürde bir hadis müdaafası gibi inşa edilmiş olsa da aslında iki kitleyi hedef almakta, onların argümanlarına saldırmakta, onları yargılamakta ve ötekileştirmektedir. Birincisi *“Kökleri çağlar öncesinden günümüze kadar uzanan, hatta son zamanlarda daha da yaygınlaşan bir zihniyet var: Hadisin inkarcılığı. 'Kuran bize yeter' diyerek Efendimiz (sav)'i ve hadisleri inkar eden bir düşünce ile karşı karşıyayız.”* ve *“Dil kurallarını, hadis okumayı-yorumlamayı bilmeden, o hadisin yazıldığı döneme, hangi olay üzerine, ne sebeple, hangi anlamda yazıldığını görmezden gelerek bir hadisi inkar etmek cehaletten başka bir şey değildir.*

Aklınıza uymayan hadisler karşısında yorum yapmak yerine, ‘bilmiyorum’ diyerek araştırma yapmayı tercih edebilirsiniz.” ifadesinde görüldüğü üzere “hadis inkarcısı” olarak etiketlediği gruptur. Nitekim Huzme, hadisler karşısında eleştirel tutum alanları “küfür” ve “cehalet” içinde olmakla suçlamakta; bu kitlenin kabule etmekte zorlandığı rivayetlerin niçin kabul edilmesi gerektiğini makul bir biçimde açıklamak yerine, alaycı bir üslupla bu kimseleri ötekileştirmektedir. İkincisi ise *“Ayrıca rivayet olayı her ilim dalının içinde olmasına rağmen bunu sistematik bir şekilde işleyen, ciddiye alan sağlamlaştıran, güvenilir hale getiren tek inanç İslam’dır. Müslümanlar dışında kimse bu kadar önemsememiştir.”* ve *“İnsanlık tarihinin hiçbir devrinde hadisler için kullanılan senetli haber sistemi kullanılmamıştır. Bu sistemdeki haberlere inanmayanın başka hiçbir tarih bilgisine inanmaması gerekir.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere diğer din mensupları ve dünyanın geri kalan tüm halkları sistematik bir tarih inşa etmekten uzak oldukları yönünde üstü kapalı bir tenkit edilmektedir. Burada geleneksel din anlayışının argümanlarıyla hareket eden Huzme’nin nahif otoriteden sıyrılarak daha keskin ve çatışmacı bir otoriteye dönüştüğü görülmektedir.

İkinci bir husus ise *“Türkçe 626.767 kelime haznesine sahip bir dildir. Arapça ise 12.3 milyon kelimeye sahip... İster hadisler konusunda olsun, ister ayetler konusunda, Arapça’yı doğrudan Türkçeye çevirmek yetersizdir.”* şeklindeki ifadesinde Huzme’nin Türkçe ve Arapça üzerinden rasyonel gibi görünen bir karşılaştırma yaptığı görülüyor. Ancak görünürde rasyonel olsa da üstü kapalı olarak burada Türkçe’nin değersizleştirilmesi söz konusudur. Son olarak içeriğin tüm Müslümanları ilgilendiren genel bir konuyu ele aldığı bu içerikte Nurcu değerlerden yine vazgeçilmediği görülmektedir. Huzme’nin hadis anlayışı; gerek *“Üstad Bediüzzaman’ın dediğine göre o senetle geçen her bir isim o hadise atılan bir imza niteliğindedir.”* şeklindeki ifadesinde gerekse oyuncunun hadis üzerine bireysel araştırma yaparken “Mu’cizat-ı Ahmediye” okuduğu sahnede görüldüğü üzere Nurcu değerlerin bir yansıması olarak inşa edilmektedir.

c. İzlenim Eleştirisi: Şayet YouTube, videolara yapılan dislike’ları görmeye izin verseydi, bu içeriğe yapılan dislike’ların like’lardan çok daha fazla olduğunu görmek kuvvetle muhtemel olurdu. Çünkü Huzme’nin bu içerikte oldukça antipatik bir dil kullanması, izleyici yorumlarında benzer bir tepki oluşturmuş görünmektedir. Özellikle *“Hadislere güvenen insanın aklından şüphe ederim”, “Bir kadının hadis savunması...”*,

“Maalesef verilen cevaplar meselenin ne içini girilirse öyle olmadığı görülüyor. Bu tepkiler yıllarca aynı ve sığ kalıyor.”, “Ben de bir şey diyeceksiniz sandım. Hep aynı argümanlar... Yani, Allah Kur’an yeter diyor, siz ısrarla yok yetmez diyorsunuz, karmakarışık bilgilerle yeni bir din sunuyorsunuz. Merak ediyorum siz Kur’an’ı gerçekten okudunuz mu? Ne diyeyim Allah size aklınızı kullanmayı nasip etsin kardeşim.”, “Kur’an’a aykırı olan hiçbir hadis kabul edilemez. Kur’an mezhepleri de yasaklamıştır ve Allah Kur’anı detaylandırdığını eksiksiz bıraktığını söylemiştir. Kur’an dışı haram da olamaz.” ve “Peygamber efendimiz benim hadislerim tartışma konusu olduğu zaman Kur’an’a bakın. Kur’an’a karşı hadisim olamaz demıştır.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı izleyiciler, Huzme’nin bir hadis otoritesi gibi yaptığı savunuları/saldırıları “sıglik” ve “aklını kullanmama” hali olarak değerlendirmiş, ayrıca bir kadın olarak hadis savunusu içinde olmasını tuhaf bulmuştur.

Bununla birlikte Kur’an’ın tek kaynak olarak yeterli olduğu argümanını savunan bazı izleyicilerin sadece *“....(Kur'an'da) her şeyi ayrıntılı olarak açıkladık. (İsra Suresi, 12)”* gibi çeşitli ayetler paylaşarak Huzme’yle dolaylı bir çatışmaya girdiği; yine bazı izleyicilerin ise *“Ureyne ve Ukeyle kabilelerinden bir grup Medine’ye gelerek Müslüman oldular. Medine’nin havası onlara dokununca Peygamber onlara deve idrarını içmelerini öğütledi. (Buhari Tıp5/1, Hanbel, 3/107,163)”*, *“Allah ahirette Peygamberlere kimliğini kanıtlamak için bacağına açıp baldırını gösterir. Müslim, İman 302; Buhari, 97/24,10/29; Hanbel, III/1”* ve *“Peygamber bir gecede dokuz hanımıyla ayrı ayrı cinsel ilişki kurardı. (Buhari, Muhtasar Tecrid-i Sarih, hadis no: 192)”* şeklinde muteber görülen hadis kitaplarında geçen tartışmalı ifadeleri herhangi bir kişisel yorum katmadan ifade ederek Huzme’yle dolaylı bir çatışmaya girdiği görülmektedir. Huzme’ye yapılan diğer bir eleştiri türü de *“Cehennemde en şiddetli azaba uğratılacak kişiler ressamlardır. (Buhari, Tesavir, 89)”* ve *“İbn Mesud (Allah Ondan razı olsun) diyor ki ‘Yağmurun bitkileri büyüüttüğü gibi, müzik de kalpte ikiyüzlülüğü yeşertir.’ (İbn Abid Dünya)... Lütfen videolarınıza müzik koymayın.”* şeklinde hadisleri merkeze alan ve Huzme’yi fazla modernleşerek bu hadislere fiilen muhalefet etmekle suçlayan izleyici grubundan gelmektedir. Yapılan geri bildirimlere topluca bakıldığında Huzme’nin yıllarcailmekilmek işlediği sempatik imajının yerle bir olduğu, bu noktada “yüzünü kaybettiği” ifade edilebilir. Huzme, önceki içeriklerinde oluşturduğu imajına güvenerek bu videoda maskesini düşürmüş, ancak beklediği tepkiyi

alamadığından tüm eleştirel yorumlara bir geri bildirimde bulunmamayı tercih etmiştir.¹¹⁰³

3.2.7. Din Dilinin Medyatikleşmesi ve Melez Dini Söylemler

“Melez dini söylem” teması altında seçilen videolar; “z ekip”, “madde-mana sentezi”, “gelenek-modernite sentezi” ve “Doğu-Batı sentezi” kodları altında listelenen videolardan oluşmaktadır. Bu çerçevede “melez dini söylem” teması kapsamında değerlendirilebilecek 10 uzun ve 50 kısa olmak üzere toplam 60 video bulunmaktadır.

3.2.7.1. Görsel Metin 1: Pomodoro Tekniği ile Çalışma / Tarihçe-i Hayat Kitabı İnceleme / Huzme Enstitü

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 23 Aralık 2020 tarihinde 11 dakika 19 saniye olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 29 bin görüntüleme, 2 bin beğeni ve 179 yorum almıştır. Huzme enstitü ekibinin ürettiği bu içerikte ilk dönemlerde kullanılan standart açıklama yazısı kullanılmıştır.

b. *Sahne*: İçerik boyunca Huzme binasında bulunan çalışma masasında tek tip bir performans icra edilmiştir. Ancak bu sahne durağanlığı önlemek adına sık sık farklı açılardan görüntülenmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: İçerik boyunca “araştırmacı” rolüne bürünen tek bir oyuncu bulunmaktadır. Oyuncunun bütünsel bir görüntüsü, sesi veya yüzü paylaşılmadığı için kimliği tespit edilememiştir.

d. *Takım*: Oldukça bireysel bir görüntü çizen bu içerikte, sahne önünde herhangi bir takım işbirliğinin olduğuna dair göstergeler bulunmamaktadır. Ancak başlıktaki etiket ve bazı yazılı ifadelerden anlaşıldığı üzere içeriğin enstitü ekibinin sahne arkasındaki işbirliğinin ürünü olduğu anlaşılmaktadır.

e. *Üslup ve Dil*: İzleyiciyle sohbet havasında kurgulanmış olsa da bu içerikte gündelik bir dil kullanıldığını belirtmek mümkün değildir. Aksine burada basit düzeyde olan açıklayıcı ve bilgilendirici bir anlatım biçimi kullanılmıştır.

¹¹⁰³ Bu içerikle birlikte yüzünü ve imajını belli oranda kaybeden Huzme’nin haftalarca içerik üretmediği; ardından yüzünü kurtarmak için bir “Teknofest” videosu çekerek sevimliliğini geri kazanmaya çalıştığı görülmektedir. Bk. “Yeni nesil gümbür gümbür! / 2023 TEKNOFEST VLOG”, <https://www.youtube.com/watch?v=fb1MTd-gmPQ> (Erişim Tarihi: 09.10.2023)

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Öncelikle bu içeriğin ilk kısımlarında “*Ders çalışmak için uzun bir zaman dilimine veya saatlerce masanın başından kalkmamaya gerek yok aslında. Tam olarak 25 dakika.... Şimdi süreyi başlatacağım. İstersen bana eşlik edebilirsin. ‘Pomodoro Tekniğini’ duymuşsunuzdur daha önce. Bugün bu tekniği uygulayarak verimli bir çalışma saati yapmak istiyorum. Denemeden önce biraz araştırdım ve sanırım pomodoro tekniğinin en büyük avantajı; zaman yönetimini sağlaması ve basit uygulanabilir bir teknik olması...*” şeklinde devrik, eksilteli ve “ben dili”yle kurgulanmış cümlelerin kullanıldığı ve oyuncunun izleyiciyle kişisel bir bağ kurmaya çalışarak içeriğe giriş yaptığı görülmektedir. Bununla beraber “*Bediuzzaman Said Nursi’nin vefatının üzerinden 60 yıl geçti ama onun yazmış olduğu eserler günümüzde hala tazeliğini koruyor. İlk yazıldığı dönemlere gidecek olursak; elden ele gizlice ulaştırılarak yollarda, evlerde, bahçelerde bin bir zorluklar yaşanarak çoğaltıldığını görüyoruz. Binlerce evde kalemler gece gündüz çalıştı. Eserler okuyacak olanlara ulaştırıldı. Ama o dönemde yaşanan hiçbir zorluk onları yıldırmadı, daha da güçlendirdi. O dönemde yapılan her fedakarlık, çekilen her zorluk bugün bizim şevk kaynağımız olmalı.*” şeklinde görüldüğü üzere içeriğin sonlarında kurallı, etken ve grup kimliğini yansıtmak üzere “biz dili”yle kurgulanmış yönlendirici ifadeler bulunmaktadır. Bununla birlikte diğer ilk dönem yazılı içeriklere kıyasla daha az yazım yanlışları yapılan bu içerikte “şahs-ı manevi”, “nurani zatlar”, “kutsi çiçekler”, “talebe” gibi günümüzde daha az kullanılan sözcüklerin tercih edildiği ve böylesi kavramlar üzerinden geleneksel köklerle olan bağların devam ettirildiği görülmektedir.

b. *Performans*: Herhangi bir intro kullanılmadan doğrudan başlatılan bu içerikte, oyuncunun tek bir sahnede, yalnız başına gerçekleştirdiği bir araştırma performansı sergilenmektedir. Buradaki dramatik eylemler; tıpkı diğer temaların ilk videolarında olduğu gibi “asmr” türüne uygun bir biçimde ve ağır çekim yerine bütünüyle doğal yaşam zamanını yansıtacak şekilde icra edilmiştir. Ancak tüm pomodoro zaman dilimlerinin gösterilmesi uzun olacağından performansın bazı bölümlerinde kırpma yapılmıştır. İçerik boyunca planlı ve çalışkan bir görüntü çizen oyuncu, sürekli notlar almakta; bu anlamda yazılı olarak ekrana yansıtılan ifadelere uygun bir performans sahnelemektedir. Bu performans esnasında “Kırmızı Kitap”lar, sevimli renkli planner’lar, kalemler, not defterleri ve tablet pc gibi sahne araçları kullanılmış; ayrıca

minik sukkulentler ve her içerikte farklı olmasına dikkat edilen içeceklerle araştırma masasındaki dekor tamamlanmıştır. Ayrıca bu tekil sahnenin sıkıcılığını önlemek adına oyuncunun yakın çekim görüntüleri sık sık farklı açılardan gösterilmiş ve bu esnada üç farklı dingin müzik fon olarak tercih edilmiştir. Son olarak içerikte belirgin bir giriş ritüeli olmadığı gibi belirgin bir çıkış ritüeli de kullanılmamıştır. İçerik, son sahnede oyuncunun çalışma notlarını tamamlamasının ardından ekranın yavaşça kararması şeklinde sonlandırılmıştır.

c. *Retorik*: Huzme'nin tüm içeriklerinde Doğu-Batı ve İslam-modernizm sentezinin yapıldığı melez dini söylemden bir parça bulmak mümkündür. Ancak bazı içeriklerde bu tema doğrudan işlenmiştir. Bu içerikte ise seküler eğitimde kullanılan Batılı bir teknik ilk defa dini bir metin üzerinde uygulanarak dini söylemin melezleşmesi yönünde doğrudan bir adım atılmıştır. Huzme; türünün ilk örneği olan bu içerikte *“Pomodoro tekniği ile ders çalışmak için şu adımları takip edeceğim. Önce yapmam gereken bir görev seçip ulaşmak istediğim hedefi kısa zaman aralıklarına ayırarak küçük parçalara bölüyorum... Zamanlayıcıyı 25 dakikaya ayarlayıp yapacağım iş üzerine yoğunlaşacak ve 25 dakika dolana kadar odaklanarak çalışmayı deneyeceğim... 25 dakika dolduktan sonra işin neresinde olursam olayım mutlaka 5 dakika mola vereceğim... Moladan sonra aynı döngüyü sürdüreceğim ve gerçekleştirdiğim hedefleri, bitirdiğim Pomodoro döngülerini, hatta tamamlamadığım döngüleri ve görevleri listemde işaretleyeceğim... Son olarak 4 pomodoro zaman dilimi geçtikten sonra 15-20 dakika gibi uzun bir mola verelim.”* şeklinde eğitimdeki küçük adımlar ilkesine uygun pratik bir çalışma tarifi vermektedir. Tekniğin tarihçesi veya geliştiricisinden bahsetmeden doğrudan uygulanma biçimine geçen Huzme; *“25 dakikaya 5 dakika uygun gibi görünse de hepimiz birebir aynı şekilde uygulayabiliriz. Önemli olan belli uzunluktaki çalışma saatlerinin arasına kısa molalar koymak ve bu döngüyü sürdürebilmek.”* şeklindeki ifadesiyle öğretimin kişiselleştirilmesi ilkesine uygun bir tavır sergilemekte ve bu açıdan pedagojiden haberdar olduğunu göstermektedir.

Huzme; içeriğin ilk kısmında pomodoro tekniğinin uygulanma biçimini ele alırken ikinci kısmında ise *“Nasıl çalışacağımız konusunu konuştuğumuza göre “ne çalışacağız?” sorusuna geçebiliriz... Bugün ise “Tarihçe-i Hayat” kitabındayız.”* şeklindeki ifadede belirtildiği üzere asıl amacına dair bilgilendirme yapmaktadır. Yani

Batılı bir teknik aracılığıyla, Said Nursi'nin biyografî kitabının analiz edilmesi söz konusu edilmektedir. Özellikle *“Gittikçe maneviyattan uzak, madde içinde boğulan, olumsuzluklar içinde sıkışıp kalmış hayatlar var önümüzde. Elimizdeki en tesirli ilacın henüz farkında bile değiliz belki de. Artık uyanmamız gereken bazı gerçekler var. Kur'an ve İman Hakikatleri yalnızca dede ve ninelerimizi ilgilendirmiyor! Veya ibadetler onların vakit geçirmek için yaptığı rutinlerden ibaret değil. Bir sembol, bir alışkanlık değil! Sonu kötüye gidiyormuş gibi görünen bu dünyada bizi kendimize getirecek, özellikle biz gençlere sahip çıkacak birer hazine bunlar...”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme; Batı maddeciliğiyle ve dini değerlerin yaşlılarla özdeşleştirilmesi yönündeki düşünceyle çatışma halinde olduğunu açıkça göstermektedir. Huzme burada maneviyattan uzaklaşan ve madde içinde boğulan genç kimselerin sıkışmışlığına dikkat çekerek bu problemi çözecek etkili ilaçları Risale-i Nur külliyatı olarak işaret etmektedir. Huzme burada gençleri cezbedebilmek için maneviyat ilacını maddi bir paket içinde sunmakta ve *“Hedefe giden yolda hiçbir şey bizi üzemeyecek ve durduramayacak, en sonunda başaracağız. İlaç bizim elimizde, kullanmak veya kullanmamak bizim tercihimiz. Dikkatle okursak ve hakikat penceresinden bakabilirsek hayatımızı doğru rotada tutabilecek düsturları bu eserde görebiliriz.”* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere bu tutumu kararlılıkla sürdüreceğinin işaretlerini vermektedir.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar:* Huzme oyuncusu normalde Risale-i Nur külliyatına diğer kitaplara kıyasla büyük önem vermekte ve onlar üzerinde yapılan okumaları ritüelistik bir biçimde icra etmektedir. Nitekim şimdiye kadar görüldüğü kadarıyla Huzme, neredeyse tüm içeriklerinde bu eserlerle ilgili notlarını mutlaka başka ajandalara kaydetmekte ve onlara fiziksel olarak büyük bir saygı göstermektedir. Ancak bu eserlere ilişkin okumaların yapıldığı diğer içeriklerde eserlerin asla altının çizilmemesine rağmen bu içerikte ilk defa bahsedilen metinlerin altının çizildiği görülmektedir. Grubun adeta kutsal kitabı hüviyetinde gördüğü Risale'lerle ilgili bu durum Huzme'nin rutinlerinin dışında olduğundan, bu durumun “ayrık eylem”¹¹⁰⁴ olarak değerlendirilmesi mümkündür.

¹¹⁰⁴ Bu kavram; Goffman'ın “ayrık rol” (discrepant role) kavramından esinlenerek ayrık rollerin gerektirdiği eylemleri tanımlamak üzere tarafımızca üretilmiştir. Bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 141.

b. *Söylenmeyen Gizli Anlam*: Öncelikle Huzme, Pomodoro tekniğini denemeden önce teknik hakkında araştırma yaptığını ve bu tekniğin basitçe nasıl uygulandığından kısaca bahsetmekte, teknik hakkında detaylı bir bilgi ise vermemektedir. Burada Huzme'nin asıl amacının bu tekniğin reklamını yapmak olmadığı, daha çok popüler bir Batılı teknikten haberdar olduğunu göstermek ve bu tekniği cemaat değerlerine uyarlamak amacıyla olduğu anlaşılmaktadır.

İkinci olarak Huzme; içerik boyunca Aaron Kenny'nin "Watercolor Lilies", Aakash Ganhi'nin "Falling Snow" ve Wayne Jones'un "Touching Moment" adlı piyano bestesini tercih ederek içeriğin doğrudan dinginleştirici olmasını sağlamış görülmektedir. Ancak Huzme'nin gerek buradaki gerekse şimdiye dek analiz edilen diğer içeriklerdeki müzik tercihlerine bakıldığında çağdaş Batı müziğini kullandığı; Türk halk müziği, Türk sanat müziği, arabesk müzik veya radikal gruplar tarafından tercih edilen dini marşları ve ezgileri hiçbir şekilde kullanmadığı görülmektedir. Bu tercihler Huzme'nin kullanılan ürün, tüketim biçimi ve hayat tarzına dair şekilsel ilkelerini Batı'dan aldığını dolaylı olarak işaret etmektedir.

Üçüncü olarak, *"Nasıl çalışacağımız konusunu konuştuğumuza göre 'ne çalışacağız?' sorusuna geçebiliriz. Enstitü ekibi olarak Risale'i Nur Külliyyatı tahlillerine devam ediyoruz. Bugüne kadar İman ve Küfür Muvazeneleri, Asa-yı Musa ve Lem'alar kitaplarını detaylı bir şekilde inceledik. Bugün ise "Tarihçe-i Hayat" kitabındayız."* şeklindeki ifadede Huzme'nin külliyyattaki eserler için bir sıralama yaptığı ve bu sıralamada ilk sıraya "iman ve küfür" konusunun temellerini işleyen kitabı yerleştirdiği görülmektedir. Huzme burada ve diğer içeriklerinde doğrudan belirtmese de Risale'ler üzerine araştırmaya nereden başlayacağını soran izleyicilere verdiği yanıtlarda sürekli olarak ilk sırada bu eseri tavsiye etmektedir. Bu açıdan Huzme'nin ortaya koyduğu dini söylemin temellerini bu eser üzerine inşa ettiği; ayrıca inşa etmeye çalıştığı dini söylemde aşamalılık veya hiyerarşiyi önemseddiği ifade edilebilir.

c. *İzlenim Eleştirisi*: Kanalın erken dönem ürünlerinden birisi olmasına rağmen bu içeriğin görüntülenme, beğeni ve yorum sayısı açısından düşük bir etkileşim profiline sahip olduğu görülmektedir. Düşük bir etkileşim oranına sahip olmasına rağmen bu içerik, kendisine yapılan tek bir eleştirel yorum dahi bulunmaması açısından dikkat çekmektedir. Özellikle *"Çok güzel bir video özellikle ibadetin sadece yaşlı kesim için olmadığını belirtmeniz ne güzel..."*, *"13 yaşındayım ve sizden vazgeçemiyorum. Bu gibi*

kanallardan ayrılamıyorum. Benim yaşlıtlarım ne izliyor bilmiyorum ama sizi seviyorum. Allah razı olsun #huzme# Ablalarım.”, *“Ortamin çok güzel, çıkartmalar çok daha güzel...”* ve *“Ah şu kullandığınız defterler ve kalemler o kadar güzel ki...”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme’nin renkli sahne araçlarıyla dekore edilmiş ortamı genç kesim üzerinde arzu edildiği gibi büyük bir olumlu etki bırakmış görünmekte; *“Pomodoro tekniğini daha önce duymamıştım ama çok hoşuma gitti şimdi kalkıp deneyeceğim.”* ve *“İnşallah yarın pomodoro tekniği ile ders çalışacağım.”* şeklindeki ifadelerde ise Huzme’nin kullandığı modern teknik olumlu bir biçimde karşılanmıştır. Ancak *“Bana 25 dklik pomodorolar yetmiyor. Ben 50 dk’ya ayarladım, malum ilahiyatçı olmak bunu gerektiriyor.”* ve *“25 dk çoğu zaman okuma veya sayısal derslerde yeterli olmuyor. 5 dk süren aralar da oldukça kısa oluyor. Ben 50 dk ders, 10 dk mola şeklinde pomodoroyu uyguluyorum ve bu şekilde pek çok dersimden daha çok verim aldığımı gözlemliyorum. Tabii ki bu durum şahsi bir döngü fakat bu şekilde de denemenizi ve sonuçlara tekrar bakmanızı tavsiye ediyorum.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı izleyicilerin mevcut tekniği kendilerine uyarlamayı tercih ettiği ve *“Bir gün yazı sesleri olmadan sadece fon müziği ile en az yarım saatlik bir video çekin lütfen. Ders çalışırken falan güzel olur. Hem sizin izlenmeniz artar, ben hep izlerim.”* şeklindeki ifadede ise izleyicilerin Huzme’ye YouTube’daki başka kanallarda sıkça uygulanan farklı teknikleri önerdiği görülmektedir. Ancak Huzme’nin bu içeriğe yapılan yorumlara büyük oranda karşılık vermediği, sadece sınırlı birkaç yoruma beğeniyle karşılık verdiği görülmektedir.

Sonuç olarak bu içeriğin büyük oranda kabul görmesi; içerikte herhangi bir çatışmacı unsurun kullanılmamasına ve halihazırda mevcut olan yeni şeyleri deneyimleme arzusuna uygun olarak üretilmesine bağlanabilir. Burada dini söylem modern araçlar üzerinden sergilendiği için ilk izlenim dini bir tema olmadığı yönündedir. Nitekim *“Bir an test çezecek sandım.”* şeklindeki bir izleyici geri bildiriminin gösterdiği üzere Huzme, içerikteki dini unsurları kabul görmüş başka uygulamalar üzerinden sunmakta ve bu yolla itici olmaktan uzaklaşmaya çalışmaktadır.

3.2.7.2. Görsel Metin 2: Yaş 16 / Bu Kafayla Biraz Zor #zkuşağı

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 24 Mart 2022 tarihinde, 4 dakika olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 51 bin görüntüleme, 5 bin beğeni ve 198 yorum almıştır. Bu içerikte hem etiket hem de “*Görüşmeyeli nasılsınız millet? İkinci video 3 yıl sonra gelecek demiştik. Sözümüzü erken tuttuk. Gördüğünüz üzere biz tükükanda işlere devam! Videoyu izleyin, çoluk çocuğa izlettirin. Neyse ben kaçtım daha dünyayı kurtarmamız lazım. Bir daha ne zaman görüşürüz bilmem*” şeklinde içeriğe özel bir açıklama yazısı bulunmaktadır.

b. *Sahne*: Çoklu sahnelerin belirgin bir şekilde kullanıldığı bu içerikteki performanslar çoğunlukla sokak, basketbol sahası ve kafe olduğu anlaşılan bir dış mekanda ve daha az olmak üzere Huzme binasının bazı bölümlerinde ve bir sınıfta icra edilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Huzme’nin genç ekip üyelerinden biri olan Yağmur; daha önceki içeriklerde Damla’nın sürdürdüğü bir şekilde gerek kameraya karşı doğrudan gerekse görsellere iliştilirilmiş dış ses olarak bu içeriği doğrudan yönetmektedir. Bununla beraber kimliği belirli olmayan başka yardımcı genç oyuncular da performansa eşlik etmektedir.

d. *Takım*: Bu içerik; hem çoklu oyunculara ait ifadelerden ve görsellerden hem de video başlığında kullanılan etiketten anlaşıldığı üzere gerek sahne önünde gerekse sahne arkasında Huzme’nin genç üyelerinden oluşan “Z ekibi”nin işbirliğiyle üretilmiştir.

e. *Üslup ve Dil*: Oldukça canlı ve özgüvenli bir biçimde kurgulanan bu içerikte, varoluşsal hakikatleri gençler arasında kullanılan gündelik ifadelerle sentezleyen basit ve doğal bir anlatım biçimi egemendir.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Öncelikle tüm içerik, “*Ben 16 senedir sizinle aynı gezegendeyim. Aklımın bir karış havada olduğunu düşünüyorsanız yanılmıyorsunuz. Evet ben hep kafasının dikine giden, kimsenin yönlendirmesine ihtiyaç duymayan, öyle kolay kolay her şeye inanmayan tiplerden biriyim.*” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere otobiyografik bir yapıda inşa edilmiş ve bu nedenle içeriğin başından sonuna tamamen oyuncuyu ön plana çıkaracak bir “ben dili” tercih edilmiştir. Ayrıca içerik boyunca “*Gelecek kaygısı bir yandan, para kazanma, meslek edinme derdi bir yandan...*”, “*Beni*

bu kadar iyileştiren ve değiştiren şey, bugün tüm dünyanın ihtiyacı olan şey aslında...” ve *“Merak etme kanka! Ben doğruluğuna inanmak için direkt içine girdim.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere devrik, eksilteli ve ünlem bildiren cümleler kullanılmış olsa da bu cümleler duygusal bir atmosfer oluşturmaktan uzaktır. Aksine burada daha çok, akademik üsluptan uzak ve yoğun dini terimlerden arındırılmış ifadeler kullanılarak bütünüyle ergenlere hitap eden bir görsel metin inşa edilmiştir.

b. Performans: Öncelikle bu içerik; tamamen tekil öznenin kendisiyle özdeşleştirilecek “ben dili”yle kurgulanmasına rağmen buradaki performansların büyük çoğunluğu ekipçe icra edilmiştir. Ayrıca burada içerik boyunca gerçekleştirilen performanslardan alınan görüntülerden oluşan 30 saniyelik sesli bir intro bulunmakta ve oldukça kısa bir içerik olmasına rağmen içeriğin devam eden asıl sahnelerinde dört tür performans sergilenmektedir. Birincisi, genç oyuncu Yağmur’un tıpkı diğer içeriklerde Damla’nın yaptığı gibi izleyiciyi doğrudan hedef alarak tek başına gerçekleştirdiği ve fiziksel hareketleri kısıtlı olan bilgilendirici performanstır. İkincisi, oyuncunun genç ekibin farklı üyeleriyle birlikte icra ettiği sokak performansıdır. Bu performanslar Huzme’nin daha önceki içeriklerinde rastlanmayan türde oldukça hareketli bir biçimde icra edilmekte ve içerik boyunca ekranda daha uzun süreli olarak gösterilmektedir. Üçüncüsü, oyuncunun sınıf şeklinde dizayn edilen mekanda genç ekibe yönelik gerçekleştirdiği öğretmenlik performansıdır. Bu performans esnasında oyuncu dinamik hareketlerle tahtaya notlar almakta ve arkadaşlarını yönlendirmektedir. Dördüncüsü ise, iki oyuncunun birlikte “hedonizm” üzerine okumalar yapıp notlar aldıkları araştırma performansıdır. Bunlardan bilgilendirici performans esnasında tablet ve kalem; sokak performansında basketbol topu ve kaykay; öğretmenlik performansında yazı tahtası, kitap ve tahta kalemi; araştırma performansı esnasında ise not defterleri, üzerinde “love+earth=green” yazan bir ajanda, kalemler ve kahve fincanı gibi sahne araçları kullanılmıştır. Son olarak herhangi bir referans verilmeden kullanılan müzik, çoğu performansta konuşmaları ön plana çıkarmak üzere belli belirsiz bir şekilde kullanılmış; ancak bazı sahne geçişlerinde ise Amerikan gençlik filmlerinde kullanılan türde hareketli müzik tercih edilmiştir.

c. Retorik: Bu tema kapsamındaki ilk içerikte grubun melez dini söylemini işaret eden az sayıda gösterge kullanılmışken, Huzme’nin burada daha özgüvenli bir imaj çizdiği ve melezleşmeye işaret eden çok sayıda gösterge kullandığı görülmektedir.

Oyuncu, öncelikle içeriğin ilk kısımlarında *“Yeterince problemlili ve karmaşık bir hayatım var. Öyle disiplin, kurallar falan hiç bana göre değil. Aramızda kalsın bazen öyle şeylerin içine düşüyorum ki o an aldığım lezzeti en azından bir kere tatmanızı isterdim.”* şeklindeki ifadeler üzerinden düzene itaat etmeyen ve yasaklanan şeyleri yaparak onlardan çokça keyif alan asi ruhlu biri olduğunu ileri sürmektedir. Ardından *“Okul, sınavlar, aile, ev derken gerçekten yoruluyorum ve bir yerden sonra hepsiyle baş edemeyip hepsini bırakıyorum. Gelecek kaygısı bir yandan, para kazanma, meslek edinme derdi bir yandan... Bunlar yetmiyormuş gibi bir de benden büyük olan insanlar sürekli yargılama, öğüt verme ya da yol gösterme çabasındalar...”* şeklindeki ifadelerde aslında aynı şeylerden muzdarip olan genç kitleyle büyük benzerliğine dikkat çekerek bu kitle tarafından kabul görmek istemektedir. Bu esnada sokakta özgürce oynayan ve dolaşan oyuncuların ekrana yansıtılan görselleri söz konusu ifadeleri desteklemek üzere özenle seçilmiştir. Bu görsellerdeki özgür ruhlu oyuncu/lar, *“Gerçekten çok sıkışmış ve ne yapacağını şaşırmış bir haldeyim, pardon ne yapacağımı şaşırmış bir haldeydim. Yani bir zamanlar öyleydim. Sonra bir şeyler oldu. Hayatım bir anda değişmeye başladı. Huzme’yle tanıştık, sanki her şey bir sisteme oturdu. Günah denilen şeylerin neden yasaklandığını görüyorum ve otomatik olarak yapmamayı seçiyorum. Helal dairede istediğimi yapabiliyorum. Hayattan lezzet almak isteyenlere kesin tavsiyedir.”* şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere günahlara dalan asi ruhlu bireyler değildir. Daha çok Huzme’yle tanıştıktan sonra yasakların nedenlerini görüp onları seçmeyi arzu etmeyecek kadar özgür ruhlu bireylerdir. Yani oyuncuların burada hayattan lezzet alma düşüncesini devam ettirdikleri, ancak bunu dini bir çerçevenin içinde kalmakla sınırlandırdıkları görülmektedir.

Oyuncunun *“Hayatımdaki öncelik sıralamasını doğru yapınca sorun olarak gördüğün şeyler gün içinde aklına bile gelmiyor. Çünkü aklın zaten çok büyük işlerle meşgul oluyor. Sonsuz büyüklükte ahireti ilgilendiren meselelerden bahsediyorum. Aile baskısı, anlaşılamamak, yargılanmak gibi şeyler belli dozlarda devam ediyor. Ediyor ama eskisi kadar hayatı karartmıyor.”* şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere Huzme, bahsettiği reçeteye uyulması halinde helal ve lezzetli bir yaşam vadederken gerçekçi görünmek için bu reçetenin mükemmellik getirmeyeceğine vurgu yapmakta ve *“Boşlukların üstünde ayakta kalmaya çalıştığımı fark ettim. Meğer yaşadığım hayatı zorlaştıran benmişim, benim bakış açım, benim özgürlük sandığım o kuralsızlık ve*

hedefsizlikmiş bu kadar çıkmaza sürükleyen. Beni bu kadar iyileştiren ve değiştiren şey, bugün tüm dünyanın ihtiyacı olan şey aslında...” şeklindeki ifadede görüldüğü üzere daha az zorlu bir hayat yaşamanın kuralsızlıktan tamamen uzak bir hayatla mümkün olabileceğini göstermeye çalışmaktadır. Özetle Huzme, modern dönemin büyük bir problemi olan “amaçsızlık”, “tüketim” ve “hayatını yaşama” olgularını merceğine alarak onunla büyük bir çatışmaya girmiş ve bu süreçte modernizmin işaret araçlarını dini bir çerçeveye yedirerek yeniden kullanılabilir hale getirmeye çalışmıştır.

3. Eleştirel Analiz

a. Çelişkili İkili Anlamlar: Öncelikle Huzme, gerek içerik boyunca kullanılan ifadelerde gerekse araştırma performansı sergilenirken ekrana gelen hedonizm karşıtı notlarda görüldüğü üzere tüketim ve hedonizmi şiddetle eleştirmekte; hedonistleri “her zevki tatma arzusu içinde” olmakla, “zevkleri için her şeyi feda etmek”le, “egoist olmak”la, “tembellik ve miskinlik yapmak”la ve “kutsal değerleri hiçe saymak”la nitelendirmektedir. Fakat aynı Huzme, Amerikan filmlerinden esinlenerek ürettiği bu içerik boyunca hiçbir şekilde acı çekiyor gibi görünmemekte; aksine yediği, içtiği, giydiği ve deneyimlediği şeylerden büyük bir haz aldığını açıkça gösterecek şekilde resmedilmektedir. Yani Huzme bir yandan hedonizm eleştirisi yaparken aynı anda “helal daire keyfe kafidir” mottosu eşliğinde; dahası helal dairede yaşadığı dini keyfin, modernitenin ürettiği hedonizmden nasıl ve ne oranda farklı olduğunu açıklamamaktadır.

İkinci bir husus ise oyuncunun kendisini “aklı bir karış havada”, “kafasının dikine giden”, “her şeye kolayca inanmayan bir tip” olarak tanımlamasına rağmen aslında Huzme’nin diğer içeriklerinde böyle bir tanımlamayı memnuniyetsizce karşılamasıdır. Yani Huzme; normal şartlarda “aklı başında”, “yanlışta ısrar etmeyen” ve “dinsel-cemaatsel değerlere itaat” eden bir oluşum imajı çizmesine rağmen burada Z kuşağını etkilemek ve onlarla aynı duygularda buluştuklarını ifade etmek için önceki imajına büyük oranda muhalefet etmektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle tüm içerik boyunca hiçbir şekilde doğrudan ifade edilmese de buraki tüm oyuncularda Batılı, Amerikan ve McDonaldlaşmış bir aura bulunmaktadır. Buradaki genç kadın oyuncular; daha resmi bir tesettür imajı veren eşarp yerine spor ve salaş görüntü veren şal, kot, converse gibi spor tesettür giyimini tercih etmekte, basketbol oynamakta, kulaklık takıp sokakta

kaykaya binmekte, kutu oyun oynamakta, keman çalmakta, kafeye gitmekte, cheescake ve pizza yemektir. Yine yakın çekim sahnelerinin birinde oyuncunun giydiği sweatshirt'ün üzerindeki *“Look Back at Good Moments with Laughter, Coffee and Chocolate”* şeklindeki yazı dikkat çekmektedir. Huzme'nin burada kullandığı müzik, giyim ve aksesuar gibi unsurların hepsinde Amerikalı siyahileri ve hiphopçıları andıran bir Batı etkisi çok belirgindir ve tüm içerikte Arap kültürüne dair en ufak bir gönderme yapılmamaktadır. Yani buradaki dini söylem, bütünüyle Batılı göstergeler üzerinden inşa edilmektedir.

İkinci olarak, özellikle öğretici performansının gerçekleştirildiği sahnede Huzme üyelerinin dini bir bilgilendirme ve ders yaptığı şeklinde bir izlenim oluşmaktadır. Ancak ekrandaki görsel parçaları bir araya getirildiğinde oyuncuların aslında dini içerikli bir ders yapmadığı, aksine çekilen video ile ilgili planlama yaptıkları anlaşılmaktadır. Nitekim bu ders sahnesinde oyuncu'nun tahtaya yazdığı *“hoppa”*, *“yeni Z”*, *“düzelicez inşallah be”*, *“karanlık tema olucak”*, *“gün batımı veya akşam”*, *“keman çalma”*, *“araba-yol”*, *“basketball”*, ve *“hıphızlı geçişler”* şeklindeki ifadelerde içerikte kullanılan *“dramaturjik ekipmanlar”*¹¹⁰⁵, zamanlama, planlama ve başlık gibi unsurlar üzerinden içeriğin kodlandığı görülmektedir. Yani Huzme; izleyicilerin daha önce yayınlanan pek çok içerikte alternatif olarak önerdiği *“elif kuşağı”* tabiri yerine *“Z kuşağı”* kavramını hevesle kullanmaya devam etmiş; kavramla ideolojik bir hesaplaşmaya girmeden, sadece bu şekilde adlandırılan bir kuşağa dini görünüm vermeye çalışmıştır.

Son olarak oyuncu, *“Yaşıtlarım ve yaşıt olmadıklarım, şu an Huzme z ekip videosunu izlemeye başladınız. Yanlış anlaşılmasın bu bizim hikayemiz değil, sadece yaşamaya çalıştığımız hayattan kısa bir özet bırakmaya geldik. Aslında bunu dünyanın gidişatını etkileyecek bir temsil olarak da alabilirsiniz.”* şeklindeki ifadesinde Huzme'deki tüm lezzetlerin içerikte sunulanlardan ibaret olmadığını ve şayet arzu edip kendilerine katılırlarsa bundan çok daha fazlasını bulabileceklerini izleyicilere vadetmektedir.

c. İzlenim Eleştirisi: Tıpkı analiz edilen önceki içerikte olduğu gibi bu içeriğe herhangi bir olumsuz yorum yapılmamıştır. Ancak Huzme, öncekinden farklı olarak burada neredeyse tüm yorumlara beğeniyle geri bildirim yapmış görünmektedir. İzleyici

¹¹⁰⁵ Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 85.

yorumlarına bakıldığında “Z kuşağı üyesi olarak bizi bu kadar güzel anlatamazdınız, büyüklerimiz Z kuşağını bu denli yanlış tanıırken sizin bu videonuz o kadar açıklayıcı olmuş ki, benim gibi düşünen bir Z kuşağı olması.”, “Ayy bu been... Bizi, bizim gibilerin anlaması ve anlatması çok iyi...”, “Bu tarz videolara devam edin lütfen. Hem çekimleri ve editleriyle günümüz insanına hitap ederken kısa ve öz oluşu insanı sıkırmıyor.”, “Cümlelerin kelimelerin çok hoş... Dobra vurucu konuşmuşsun. Metni beğendim. Yaşım 18.” ve “Artık ben de olmalıyım demeye 16 yaşımın başlarında başlamıştım. 17 yaşındayım. Tam manasıyla içinde olamasamda kendi içimdeki çabam çok daha güçlü. En kısa zamanda bir vazifeli olma duasıyla...” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere kendilerini z kuşağının bir üyesi olarak tanımlayan çoğunlukla 15-18 aralığındaki gençlerden oluşan izleyicilerin genelde ergenlere has melankolik ifadelerle duygularını yansıtmaya çalıştığı ve içeriğin çekim formatı, süresinin kısa olması ve çarpıcı ifadeleri barındırması açısından izleyicilerin dikkatini çekmeyi başardığı görülmektedir.

Yine “Huzme’de yaşlar farklı; şuur, azim, gaye aynı.”, “Ne güzel ya, bu yaştakiler ciddi söylüyorum konuşmayı beceremiyor”, “Huzme sen bu yaşta biz annelere ders olacak ne güzel bir video hazırladın. MaşaAllah Allah senden razı olsun güzel kız. Bu videonu kızıma izleticem umarım senin dudaklarından akan cümlelerle ona ışık olur.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere hem Huzme’nin farklı yaş gruplarına hitap eden içerikler oluşturması hem de genç ekibin yaşlılarından daha nitelikli olması takdir edilmektedir. Son olarak içeriğe yapılan herhangi bir olumsuz eleştiri bulunmasa da “Sevgili kurabiyeler, siz birilerinin dediği gibi z kuşağı değil, ELİF NESLİSİNİZ. Sizi seviyor ve sizinle gurur duyuyoruz.” ve “Sanırım Z kuşağı gerçekten de Muhammed Emin Yıldırım hocanın dediği gibi iman kuşağı, yani aslında genel olarak her bir genç bu davaya hizmet edebilir. Sadece yolunu bulması gerekiyor.” şeklinde genç ekibin kendini tanımlama biçimine yönelik birkaç öneri bulunmakta ve “19 yaşındayım Huzme ekibini çok seviyorum Allah sizden razı olsun son zamanlarda aklıma takılan bir konu var. Kemanı görünce aklıma geldi. Benim de kemanım var ama bazı sitelerde haram olduğu, çalınamayacağı yazıyor. Çalsam günah olur mu olmaz mı karar veremiyorum. Size de sormak istedim cevap vererseniz çok mutlu olurum.” şeklinde bir soru yöneltilmektedir. Huzme bu önerilere beğeniyle, soruya ise “Sorularla İslamiyet” sitesinin linkini verip “Bu link yardımcı olur umarım.” şeklinde geri

bildirimde bulunmuştır. Tüm bunlara bütünsel bakıldığında Huzme'nin gençlere yönelik inşa etmeye çalıştığı melez söylemin izleyicileri cezbediği; ancak izleyicilerin bu melez söylemin içindeki dini unsurları yeterince fark etmediği görülmektedir.

3.2.7.3. Görsel Metin 3: En Büyük Hayalimiz / The Vision S1B3

1. Makro Analiz

a. *Biçimsel Unsurlar*: 19 Mayıs 2022 tarihinde 10 dakika olarak yayınlanan bu içerik; yaklaşık 26 bin görüntüleme, 3 bin beğeni ve 304 yorum almıştır. Huzme'nin iletişim bilgilerinin yer aldığı açıklama kısmında herhangi bir açıklama yazısı veya etiket bulunmamaktadır.

b. *Sahne*: Bu içerikteki performanslar; ofis, sınıf ve namaz odası olmak üzere Huzme'nin bazı bölümleri, Bursa Teknik Üniversitesi Kütüphanesi ve panoramik bir izleme noktasında gerçekleştirilmiştir.

c. *Karakter-Oyuncu*: Ekip üyesi Damla'nın asıl oyuncu olarak yönettiği bu içerikte Bükre, Edibe ve Yağmur gibi Huzme'den çok sayıda oyuncu hem sesli hem de görsel olarak sıkça rol almış görünmektedir. Bu açıdan içeriğin roller kadar oyuncular da ön plana çıkardığını ifade etmek mümkündür.

d. *Takım*: Bu içeriği tek bir oyuncunun bütünüyle yönlendirmesine rağmen, içerikteki çoğu performansın ortak olduğunu, yani Huzme'nin sahne önünde gerçekleştirdiği takım içi işbirliğinin ürünü olduğunu ifade etmek mümkündür.

e. *Üslup ve Dil*: Bu içerikte gündelik ve akademik üslubu harmanlayan bir ifade biçimi belirgin şekilde kullanılmıştır.

2. Mikro Analiz

a. *Sentaks*: Burada, özellikle oyuncuların kendi aralarında diyaloglar gerçekleştirdikleri ilk sahnelerde X: “Yani böyle bir okul düşünebiliyor musunuz? Ya biz bazen kızlarla hayal ediyoruz da acaba görür müyüz diye. Bunu bile düşündüğünde insan heyecanlanıyor.”, Y: “Ayasofya'nın açılışında da buna benzer bir duygu hissetmişim ve çok ümidim artmıştı. ‘Neden olmasın ki yaa’ dedim. Bir de sebepler zaten Allah'ın elinde. Yani onun için çok kolay, aşırı kolay.” ve Z: “Böyle bir durumdayken, bu çok bomba bir proje... Bir an önce gerçekleşsin.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere eksiltili ve devrik cümlelerden oluşan gündelik bir ifade biçimi ve genelde kişisel duygu ve düşüncelerin ifade edildiği doğal bir anlatım biçimi

kullanılmıştır. Yine içerik boyunca emir ve soru cümlelerinin neredeyse hiç kullanılmadığı, buna karşın içeriğin devam eden büyük bir kısmında “12 Ekim 2012 yılında ‘Medreset’üz-Zehra Üniversitesi artık kurulmalı’ başlığı altında Van’da bir sempozyum yapıldı.”, 2 Haziran 2016’da “Medreset’üz-Zehra meclisteki tasarıyla hayata geçiyor” başlıklı bir haber yayınlandı.” ve “Modern bilim; dünyada ne olduğunu çok güzel anlatır, gözlemler, formüller bulur ama ‘neden’ ve ‘nasıl’ sorularını tam anlamıyla açıklayamaz.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere olgu ve yargı bildiren cümlelerin tercih edildiği görülmektedir. Bu anlamda “İlim”, “bilim”, “seküler bilgi”, “bilimsel bilgi”, “tevhid inancı”, “eğitim projesi”, “sekülerizm”, “natüralizm”, “bilimsel özgürlük”, “Tanrı’ya yabancılaşma”, “marifetullah” ve “kanıt silahı” gibi anahtar kelimelerle donatılan içerikte büyük oranda çatışmacı ve tartışmacı bir anlatımdan uzak, bilgilendirici ve öğretici bir anlatım biçiminin egemen olduğu ifade edilebilir.

b. Performans: Oldukça profesyonel bir biçimde hazırlanan bu içeriğin başında 37 saniyelik sesli bir intro bulunmaktadır. Burada hızlı bir akış içinde sunulan ekip üyelerine ait görseller ve Damla’nın yaptığı giriş konuşması, bir Pop Rock grubu olan İmagine Dragons’ın “Friction” parçası eşliğinde sunulmaktadır. Konuşmaların durakladığı yerlerde parçanın hareketli kısımları hayli yüksek sesle kullanılmış ve bu anlamda içeriğe coşkulu bir giriş yapılmıştır. Asıl sahnelerde ise oyuncuların kendi aralarında konuya dair ekipçe değerlendirmeler yaptıkları bir tür serbest performans, oyuncuların izleyicilere yönelik doğrudan açıklamalar yaptığı bilgilendirici performans, tekil oyuncunun gerçekleştirdiği bireysel araştırma performansı ve tekil oyuncunun ekibe yönelik gerçekleştirdiği öğretici performans olmak üzere dört tür performans sergilenmektedir. Bununla beraber “Modern bilim; dünyada ne olduğunu çok güzel anlatır, gözlemler, formüller bulur.” ve ““Dünyada kendine çizdiği vizyon; yemek, içmek, eğlenmek ve biraz daha güzel bir hayat yaşamak için çalışmaktan ibaret kalır.” şeklindeki ifadelerin dile getirildiği sahnede ilgili ifadeleri dramatize eden görüntüler ekrana yansıtılmış ve bu anlamda dramatik canlandırma yapılmıştır. Son olarak oyuncunun “İslam’ın geleceği biz gençlerin elinde ve bizim artık tüm olumsuzlukları bir kenara bırakıp bu yükü hep birlikte omuzlamamız gerekiyor. Bu yolda bizimle birlikte yürümeye, Medreset’üz-Zehra için elinizden geleni yapmaya var mısınız?” şeklindeki son cümlelerinin ardından 28 saniyelik bir outro’yla içerik sonlandırılmıştır. Bu

outro’da iki oyuncunun panoramik bir manzarayı seyrederken yaptığı sempatik hareketler ve Huzme binasındaki performanlardan alınan bazı kesitler, müzisyen Ege Çubukçu’nun ‘Kanatlanıp Uçacaksın’ parçası eşliğinde sunulmaktadır.

c. *Retorik*: Daha önceki melezleşme içeriklerinde Batılı araçların, tekniklerin, yaşam stillerinin benzerleri dini değerlere doğrudan atıfta bulunmadan, sadece dolaylı olarak yansıtılmıştı. Ancak burada dini unsurlar artık daha yüksek sesle dile getirilmiş görünmektedir. Bu içerikte madde ve mananın nasıl başarılı bir şekilde sentezlenebileceğinin pratik reçetelerini sunma kaygısı görülmektedir. Huzme, özellikle *“Bizim en büyük hayalimiz Medreset’üz-Zehra! Evet bu bir hayal ama bizim aklımıza düşmeden önce başka birinin hayaliydi... Üstad Bediuzzaman Said Nursi hayattayken Medreset’üz-Zehra projesinin hep hayalini kurdu... Medreset’üz-Zehra, fen ve din ilimleri arasındaki uçurumdan kaynaklanan eksikliğin hissedilmesi ve bu eksiklik sonucunda ortaya çıkan günümüz problemlerine çözüm olarak sunulan bir projedir. Üstad Bediuzzaman; sadece madde odaklı, manadan ve maneviyattan uzak bir şekilde verilen eğitime karşı, aklın vicdanla desteklendiği bir eğitim modeli öne sürer.”* şeklindeki ifadelerde günümüzdeki pek çok problemin fen ve din ilimlerinin birbirinden ayrıştırılmasından kaynaklandığını; çözümün ise madde ile mana, akıl ile vicdan arasında gerçekleştirilecek bir sentezleme biçimi olduğunu ileri sürmektedir. İşte Huzme açısından Medreset’üz-Zehra projesi ise toplumlarda köklü bir zihniyet değişimi yapabilecek kudrettedir. Çünkü Huzme’ye göre bu yeni eğitim projesi *“Müspet harekete dayalı; teslimiyetçilikten uzak; bilgi, ahlak ve davranış ilişkisini gözetken ve bize ait modernliğin inşasına imkan verecek tarzda yeniden üreten bir bakış açısıdır. Batı modernliğinin zorunlu hale getirdiği sekülerizm ve natüralizme karşı üretilmiş pozitif bir cevap ve çözümdür. Medreset’üz-Zehra, günümüzde Batı’yı taklit ederek ortaya çıkan modern hayat anlayışının sebep olduğu problemler karşısında tedavi edici bir yaklaşımı temsil eder.”* Görüldüğü üzere Huzme burada “modernizm” ve “Batı modernizmi” arasında bir ayırım yaparak dini değerlere dayanan bir modernizmi inşa etmenin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu husus Huzme’nin dini söylemindeki melezleşme pratiklerinin asıl kaynağını oluşturması açısından hayati derecede önemlidir. Zira Huzme burada kendi dini söyleminin Batıya yönelik gerçekleştirilen basit bir tepkisellik olmadığını, aksine yeni bir anlam dünyası sunan köklü bir inşa olduğunu işaret etmektedir.

Huzme ayrıca “Medreset’üz-Zehra modeli, basit bir eğitim projesi olarak da algılanmamalı. Başlı başına Kur’ani bir medeniyet kurma projesidir. Günümüz sistemindeki imam hatip modeli değil; yeni bir iman, ilim ve bilim öğretisi modelidir. Seküler bilgiye ayet ve hadis yamama modeli de değildir. Tevhid inancıyla bilimsel bilgiyi yeniden inşa etmektir. Bu proje insanların değil, fikirlerin çarpışacağı bir projedir.” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere imam hatip sistemini “seküler bilgiye ayet ve hadis yamama modeli” olarak aslında başarılı bir sentez olmadığı yönünde ciddi şekilde eleştirmektedir. Yani Huzme’nin iddia ettiği dini söylemde seküler ve dini bilgi birbirinden ayrı kulvarlarda ilerliyorken yan yana görünmeleri özünde büyük bir problemdir. Bu nedenle Huzme’nin üretmeye çalıştığı dini söylem; imam hatipler ve ilahiyat fakültelerinin sunduğu resmi dini söyleme alternatif olarak üretilmektedir. Daha popüler nitelikli olan bu yeni dini söylem biçimi hem modernizm ve İslam’ı sentezlemekte hem de bunu resmi din eğitimi kurumlarının dışında kendine ait özel bir mekanda sürdürmeye çalışmaktadır. Bu anlamda Huzme binası ve burada sürdürülen alternatif dini eğitim, Zehra Projesi’nin bir prototipi olarak sürdürülmektedir. Nitekim “Biz Medreset’üz-Zehra ile ilgili çalışmalara başladığımızda en büyük eksikliklerden birinin Müslümanlar arasındaki birliğin sağlanamaması olduğunu gördük. Ve bunu genç sahada geliştirmeyi amaçlayarak bazı projelere başladık. Bunlardan birisi de “Gençlik Buluşmaları”ydı. Biz biliyoruz ki bir çiçekle bahar olmaz ama her bahar bir çiçekle başlar. O yüzden önemli olan bu yoldaki çabamız... Medreset’üz-Zehra’yı açacak olan bizler değiliz belki de. Amacımız sadece ihtiyacı hissettirmek ve birlik olmaya davet etmek.” şeklindeki ifadelerde bu amaç açıkça gösterilmektedir. Ayrıca “Köprü üzerine basıp geçilen ama birilerini birilerine bağlama görevini üstlenen şeydir. Huzme bu konuda köprü olmaya hazır...” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere Huzme kendisini İslam Birliği ve Zehra Projesi gibi faaliyetlerin öncüsü, bu çalışmalara giden bir yol ve köprü olarak tanımlamakta; bu açıdan büyük bir misyon yüklenmektedir. Özetle Huzme, Said Nursi’ye referansla resmi dini söyleme alternatif ve popüler nitelikte yeni bir dini söylem inşa etme iddiasındadır. Bu söylem biçimi ise; modern araçların şekillendirdiği geleneksel unsurlardan oluşmaktadır.

3. Eleştirel Analiz

a. *Çelişkili İkili Anlamlar*: Bir yandan Başkan, “Bir gün böyle toplantıda konuşuyorduk. Dedim ki evet yaa... Biz bunu daha önce nasıl düşünmemişiz yani. Eee

bazı girişimlerde gerçekten korkmamak gerekiyor. Hatta tam hazır olmayı bile beklemememiz lazım bence. Çıkıyoruz bir yola ama bakalım hayırlısı...” şeklinde bir açıklama yaparken büyük bir planlama yapmadan, doğal seyrinde ve aklına estiği gibi hemen harekete geçmek gerektiğini ve bu süreçte kendilerinin böyle bir tutum sergilediğini ifade etmektedir. Diğer yandan Damla’nın “*Şimdi dün biraz araştırma yaptım ama makale çalışması başlatabilmemiz için bir planlama yapmamız gerekiyor.*” şeklindeki ifadesi ve Bükre’nin “*Eee o zaman hemen başlayın. Hatta İngilizcesini ve farklı dillerde Almanca vs onu da yapmamız gerekiyor. Bir de böyle bir işe niyetlendiysek, düzgünce hazırlamamız lazım. Çok güzel bir şekilde hazırlanalım, araştıralım.*” şeklindeki ifadesinde görüldüğü üzere bahsedilen girişim aslında büyük bir planlama içinde sürdürülmektedir. Yani Huzme burada melez bir söylem inşa etmeye çalışırken aynı içerikte birbirine zıt iki tutum sergilemektedir. Bu durum, melezliğin doğasında yer alan zıtları sentezleme fikrinden oldukça farklıdır. Çünkü melezlik ve sentezleme, iki zıt tutumun aynı anda benimsenmesini ifade etmemekte; daha çok zıt tutum ve düşüncelerin belirli bir sistematik içinde kaynaştırılarak ortaya yeni bir tutum ve düşüncenin üretilmesi sürecini ifade etmektedir.¹¹⁰⁶ Bu nedenle Huzme’nin bahsedilen tutumu melezlik değil, bir çelişkidir.

İkinci bir husus ise Huzme’nin içeriğin ilk kısımlarında dava sahibi, araştırmacı, dindar ve ciddi bir imaj; son kısmında ise sportif, deli dolu, havai ve özgür ruhlu bir imaj çizme eğiliminde olmasıdır. Nitekim oyuncular, bu çerçevede ciddiyetlerini göstermek için genelde koyu renk giyim tercih etmiş; ancak bazı sahnelerde ise bu giyim tarzını Jean ceketlerle kombinleyerek kişisel vitrinlerini düzenlemeye çalışmıştır. Yani içerik boyunca oyuncuların iki dini imaj arasında salınım gösterdiği görülmektedir.

b. Söylenmeyen Gizli Anlam: Öncelikle oyuncu, “Medreset’üz-Zehra’nın birinci basamağı, iman hakikatlerinin yaygın ve etkili bir şekilde ispat ve delillerle sorgulayıcı ve araştırmacı bir ruhla öğretilmesidir. İkinci basamaksa hayatla ilgilidir. Bu aşamada siyasi, sosyal ve ekonomik yapının düzeltilmesine yönelik ilmi çalışmalar yapılacak ve yeni yöntemler geliştirilecektir. Özellikle ülkemizi, İslam alemini ve insanlığı anarşi ve terörden kurtarmak, bu projenin en çok umut vadeden hedeflerinden biridir.” şeklindeki ifadeleri dile getirirken eş zamanlı olarak Üsküdar Üniversitesi yayınlarından

¹¹⁰⁶ Michaela Pfadenhauer, “In-Between Spaces. Pluralism and Hybridity as Elements of a New Paradigm for Religion in the Modern Age”, *Human Studies* 39/1 (2016), 157-158.

biri olan “The Journal of Neurobehavioral Sciences” üzerine araştırmalar yapmakta, ardından Peter Drucker’ın “Gün Gün Drucker” adlı yapıtını ve Drew Myers’in “Surfactant Science and Technology” adlı çalışmasını incelemektedir. Huzme’nin içerik boyunca doğrudan atıf yapmamasına rağmen bu eserleri izleyicilerin rahatlıkla görebileceği açılardan kullanması; bilimsel çalışmaları takip ettiğini ve bu alanda üretilen Batılı kaynaklardan haberdar olduğunu işaret etmektedir. Huzme bu iddialarını asla yüksek sesle dillendirmese de eleştirdiği bilim anlayışına yeterince vakıf olduğunu kullandığı böylesi sahne araçları üzerinden gösterme çabasındadır.

İkinci olarak, içerikte hiçbir şekilde İslamofobi’ye doğrudan işaret edilmemesine rağmen oyuncunun ekip üyelerine yönelik öğretici performansı sergilediği sahnede tahtaya “terörist”, “fakirlik”, “özgürlük” ve “savaşçı” gibi anahtar kavramlar üzerinden İslamofobi hakkında notlar aldığı görülmektedir. Her ne kadar içerikte doğrudan ifade edilmese de aslında bu kavramların Huzme’nin genelde tüm faaliyetlerini, özelde ise bu içeriği motive eden hususlardan bazısı olduğu ifade edilebilir. Yani Huzme; tüm içeriklerini İslam’ın terörizm, yoksulluk ve savaşçılıkla özdeşleştirilmesine karşı çıkan bir mantalite üzerine inşa etmekte ve teze karşı bir antitez geliştirmektedir. Nitekim gerek burada gerekse diğer tüm içeriklerindeki genel havada bir Müslüman olarak Huzme’nin sürekli her şeyin en güzeline sahip, nahif ve özgür olduğu yansıtılmış ve bu imaj üzerinden İslam’a yönelik bahsedilen suçlamalara karşı bir savunma stratejisi geliştirilmiştir.

c. İzlenim Eleştirisi: İçeriğin izleyici üzerinde tek bir yorum haricinde tamamen olumlu bir izlenim bıraktığı görülmektedir. Bu sebeple Huzme’nin neredeyse tüm yorumlara beğeni ve yorumlarla olumlu geri bildirim yaptığı görülür. İçeriğe yapılan yorumların çoğunluğu Huzme’nin final sahnesinde “*Medreset’üz-Zehra için elinizden geleni yapmaya var mısınız?*” şeklindeki davete karşılık vermektedir. Nitekim “*Müslümanlığın geleceği için, ümmet için, ecdadımız için durmak yok. Batı da neymiş, biz her zaman Peygamberi örnek alıcaz biiznillah. O yüzden durmak yok.*”, “*Şu anki modernizmin gelişme adı altında insanlığın ruhani boyutunun hiçe atıldığını bir genç olarak görüyorum ve yaşıyorum. Allahın da izniyle bu yola baş koyucam...*”, “*Sizin hayalleriniz benim hayallerimi oluşturuyor resmen. Çok tefekkür ettiğim için Moleküler Biyoloji ve Genetik okumayı düşünüyorum ve Bursa’da. Sizin yanınızda. Bu sayede belki Fennî dersler yaparım diye düşünüyordum. Şimdi daha büyük bir projede yer*

alma imkanım var.” ve “Maddi ve manevi ben de hep sizinle olacağım.” şeklindeki ifadelerde Huzme’nin izleyicileri motive etme noktasında başarılı olduğu ve izleyicilerin Batı değerlerine karşı Huzme’ye maddi ve manevi anlamda koşulsuz destek vermeyi arzuladığı görülmektedir. Ayrıca “...Ehli sünnet ekseninde bulunduğu sürece bu tür oluşumlar birbirlerini desteklemeli. Çünkü bu ümmetin davası... Herhangi bu gruba indiregenemeyecek kadar da değerli.” şeklindeki geri bildirimde görüldüğü üzere izleyicilerin Huzme’yi Ehl-i Sünnet çizgisinde kabul ettiği ve bu çizgideki tüm oluşumların birbirine destek vermesi yönünde birlik mesajı verdiği görülmektedir.

Son olarak “Umarım ileride çocuklarımızın okulda fen ilimlerini marifetullahı dayanarak öğrendiklerini görürüz. Biz belki görmesekte ileriki nesillerin bunu göreceğini inanıyorum. Herkesin bu projeye, bu davaya farklı bir katkısı olacaktır. Üstad projenin çekirdeğini dikmiş. Siz de bu projeyi devam ettirmeye çalışıyorsunuz. Belki başka birileri de bunu hayata geçirecektir. Ümidvarız, ümidimizi hiçbir zaman kesmeyiz, çünkü İslamın tekrar güçleneceğini, Allahın nurunu tamamlayacağını biliyoruz ve tam inanıyoruz.” ve “Siz coooooo guzel bir köprüsünüz...” şeklindeki ifadelerde görüldüğü üzere bazı izleyicilerin Huzme’nin öncülüğünü kabul etme noktasında hevesli olduğu görülmekte; sadece tek bir izleyicinin “Yorumları silmeye gerek yok kardeşler. Bu projeye daha önce başlanmış ve büyük hocalarla görüşülmüş hala devam ediyor proje elhamdulillah. Yani yeni birşey gibi yansıtmayalım. Onlara destek vermek, duyurmak yerine neden yeni bir proje başlatıyorsunuz anlamış değilim. Video buram buram enaniyet kokuyor. Üzgünüm ama durum bu.” şeklindeki yorumuyla Huzme’nin öncü iddası sorgulanmış ve eleştirilmiştir. Burada Huzme hem bencillik yapmakla hem de daha önce yapılmış bazı eleştirel yorumları silmekle suçlanmaktadır. Bu durumda tüm içeriklerdeki olumsuz yorum sayısının çok az olmasını Huzme adminlerinin eşik bekçiliği yapmalarıyla açıklamak mümkündür.

3.2.3. Değerlendirme

1. *Dini Özneleşme Teması:* YouTube; Huzme gibi uzun süre yok sayılan dini figürler ve oluşumlar için var olduğunu göstermeyi mümkün kılan bir tür dini özneleşme sahasıdır. Huzme; platformun sunduğu imkanları sonuna kadar kullanarak burada kendine has bir dini özneleşme tecrübesi deneyimlemektedir. Bu deneyimin motivasyon kaynağı ise mütedeyyin camianın uzun yıllar boyunca itibarsızlaştırılması,

ötekileştirilmesi ve nihayet damgalanmasıdır. Mütediyyin kitle; mevcut Türkiye koşullarında irticacı ve yobaz olarak damgalanarak uzun zaman kamusal hayattan yalıtılmıştır. Ancak bu kitle, politik iktidarla birlikte son yirmi yılda aşamalı bir görünürlük elde etmeyi başarmıştır. Dini hassasiyetleri olan bu kimseler bugünlerde “Siyasal İslamcı” olarak damgalanmaya devam etse de YouTube gibi dijital platformlar, bu damgalama döngüsünden çıkmak için yeni fırsatlar sunmaktadır. İşte bu mütediyyin camianın bir temsilcisi olan Huzme; YouTube platformunda hem muhafazakar hem de kadın olarak maruz kaldığı çifte damgadan sıyrılmanın büyük mücadelesini vermektedir.

Goffman’ın tabiriyle ifade edilecek olursa, Huzme bir damgalıdır. Damgalı biri; kendisinin herkes gibi adil muamele hakkına sahip bir birey olduğunu iddia eder ve bu iddialarını özgün olduğu birtakım hususlara dayandırır. Ancak ne kadar çabalarsa çabalasın derinlerde bir yerde, diğerlerinin kendisini kabullenmedikleri yönünde bir algıya sahip olmaya devam eder.¹¹⁰⁷ Huzme; mütediyyin kesimin sanattan, kültürden ve modadan anlamadığı yönündeki geçmişte baskın, bugün ise örtük bir biçimde devam eden algının ürettiği damgalarla mücadele ederken tam olarak bahsedilen bu tutum içindedir. O; kültür, sanat ve modadan anladığını ve ötekinin zannettiği gibi biri olmadığını fiilen gösterirken bile “öteki”lerin bunu bütünüyle kabullenmediğini bilir. Sanıldığı gibi biri olmadığını ispat etme kaygısı, tam olarak bu ikna edememe duygusundan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle Huzme; diğer damgalı bireyler gibi kendisinin özel bir benliğe sahip olduğunu ispatlamak için “normal”lerin harcadığından daha fazla efor harcamak durumundadır.¹¹⁰⁸ Huzme bu nedenle amatör içerik üretmekten özellikle kaçınır; şık, kültürlü, giyim zevki olan ve sanattan anlayan biri olduğunu göstermek için muazzam bir çaba harcar. Özetle Huzme’nin alanda var olma çabasını besleyen şey; kendisine yakıştırdığı “varsayılan kimliği” ile içinde yaşadığı sosyokültürel yapının ona yakıştırdığı “fiili toplumsal kimliği” arasındaki derin uyumsuzluktur.¹¹⁰⁹ Huzme tam olarak bu damgalardan sıyrılmak için YouTube platformunda sahne almaktadır.

¹¹⁰⁷ Goffman, *Damga*, 34.

¹¹⁰⁸ Bu konuda bk. Goffman, *Damga*, 164.

¹¹⁰⁹ Goffman sosyolojisinde damgalama; “varsayılan kimlik” ile “fiili kimlik” arasındaki uyumsuzluk sonucunda kişinin itibarsızlaştırılmasını ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Damga*, 29.

Damgalarından sıyrılmaya çalışan Huzme, varoluşunu bir ideoloji üzerine kurmaktadır. YouTube’da muadil kanallara kıyasla etki gücü daha yüksek olan Huzme, baskın bir ideolojik söyleme sahiptir. Wodak’ın belirttiği üzere her söylem tarihsel olarak üretilir, yorumlanır ve egemenler tarafından yapılandırılır. Nihayet bu hakimiyet yapıları güçlü grupların ideolojileri tarafından meşrulaştırılır.¹¹¹⁰ İşte stil ve içerik olarak muadillerini domine eden Huzme; meşruiyetini tam olarak böylesi bir söylemden, yani kendine has bir Nurcu söylemden almaktadır. Özellikle ilk videolarında kendisini “gençlere hitap eden”, “devlete bağlı” ve “Risale çizgisinde körpecik bir medrese” olarak tanımlarken bu ideolojik söyleme basitçe gönderme yaparken; son videolarda ise büyük organize söylemin küçük bir parçası olduğunu daha güçlü bir şekilde göstermektedir. Yani bu ideolojik söylem kalıbı aslında yeni değildir. Ancak Huzme halihazırda var olan bu ideolojiyi Huzme binasında yeniden üretir ve ona kendi rengini verir. Burada mekan çok önemlidir. Çünkü ideoloji bu mekan içinde inşa edilir ve zaman içerisinde bu mekanla özdeşleştirilir. Huzme kendisini, ideolojisini ve düşünce yapısını sürekli olarak bu alternatif yaşam alanıyla ilişkilendirir. Bu mekanın öneminde ilk içerikten son içeriğe dek hiçbir azalma olmasa da Huzme; tekrara düşmemek ve farklı özneleşme deneyimlerini sunmak için süreç içerisinde yeni stil arayışlarına girerek varoluşunu otantik kafeler, kütüphaneler ve tarihi camiiler gibi yeni mekanlar üzerinden yeniden sahnelemeye yönelmektedir. Bu sahne çeşitliliği ise rutini bozarak Huzme’nin dini özneleşme tecrübesini zenginleştirmekte ve derinleştirmektedir.

Huzme; Nurculuk söyleminin yeniden üretildiği bu özel söylem alanında kendisini önce tekil özne olarak sonra da kurumsal özne olarak sahneler. İlk içeriklerde daha belirgin olarak üretilen tekil özne, kimliğini gizleyen “Huzme Kızı”dır. Huzme; özellikle ilk içeriklerde ekipteki oyuncuların biyografik kimliğini açıktan asla ifşa etmez; fakat ne kadar saklamaya çalışırsa çalışsın dijital uzamda eylemde bulunduğu bu “bilgi özel alanını”¹¹¹¹ koruması zordur. Çünkü gerek sonraki içeriklerde verilen açıklardan veya Huzme mekanına giden izleyicilerin yaptığı yorumlardan Huzme oyuncuları hakkında büyük oranda bilgi toplamak mümkün hale gelmektedir. İkinci bir

¹¹¹⁰ Ruth Wodak, “Aspects of Critical Discourse Analysis”, *Zeitschrift Für Angewandte Linguistik* 36/10 (2002), 12.

¹¹¹¹ “Bilgi özel alanı” (information preserve), kişinin başkalarına karşı erişim denetimini elinde bulundurduğu veya bulundurmaya arzuladığı gerçekler kümesini ifade etmektedir. Bk. Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 64.

husus ise ilk içeriklerde bu tekil öznelerin modellerle eşitlenmesi söz konusudur. Yani ilk içeriklerde hep tek bir oyuncu bulunduğundan özne ile model; yani karakter ile oyuncu bir anlamda eşitlenmiş olmaktadır.¹¹¹² Fakat burada görülen Huzme Kızı'nın aslında bir karakter olduğu ve bu karakteri her seferinde başka bir oyuncunun/modelin canlandığı sonraki içeriklerde daha net bir biçimde anlaşılmaktadır.

Huzme; iletişim becerilerinin geliştiği bu sonraki profesyonel içeriklerde büyük bir özgüven içerisinde varoluşunu ortaya koymaktadır. Fakat profesyonelleştikçe ilk videolarda üstüne basa basa gösterilen tekil özneler, yerini kurumsal öznelere bırakmıştır. Yani Huzme bireysel ve kurumsal kimliğini konulandırma noktasında bir karmaşa, daha doğrusu bir dönüşüm yaşamakta; ayrıca bu iki kimliği dengelemek için büyük bir çaba göstermektedir. Bu ikilem Huzme'nin özneleşme deneyimini baltalamakta ve gerçek anlamda özneleşmesini engellemektedir. Çünkü Huzme, kurumsallaştıkça kendisi olmaktan daha çok paralel erkek ekibinin kadın muadili ve bu ekibin bir ardılı haline gelmektedir. Huzme açısından bu konumlanma olumsuz değildir, çünkü ona göre erkeklerin hizmet hareketi gibi bir yere sahip olmak önemli bir başarıdır. Fakat Huzme'deki bu bağımlılık hali veya "etik edilgenlik"¹¹¹³ asla yüksek sesle dile getirilmez; kenarda kalmış cümlelerde ve doğrudan anlaşılmayan görsellerde ima edilir. Görüldüğü gibi Huzme'nin deneyimlediği şey salt bir özneleşme değil; özne-nesne konumları arasında salınan parçalı ve kırılğan bir özneleşme tecrübesidir.

Huzme, Batılı öznenin karşıtı olarak şık, zarif, elit bir sanat zevkine sahip, eğitilmiş, üretici, çevreye duyarlı ve minimal yaşam trendini benimseyen aktif bir dindar özne profili çizse; bu yaşam tarzının altında tüm bunlara sahip olanların seküler olması gerektiğine dair nesneleştirici bakış açısına büyük bir tepki gösterse; nihayet Lacan'ın parçalandığını belirttiği geleneksel özneyi yeniden diriltme çabasında olsa da aslında bu parçalanmışlığı bütünüyle önleyemez. Çünkü "dijital ontoloji"¹¹¹⁴ sanıldığı gibi özerk, rasyonel ve apolitik bir özneleşme değil; daha çok bağımlı, irrasyonel ve politik bir özneleşme biçimidir. Her şeyden önce bu yeni ontoloji, izleyicisine bağımlıdır. Yani dini özne, yaptığı dijital eyleme izleyicinin geri bildirimde bulunmasıyla birlikte inşa edilir. Özetle Huzme ile aktif izleyicisi arasında düşünsel bir ilişki olduğundan onun

¹¹¹² "Özne ve model" ya da "karakter ve oyuncu" arasındaki fark için bk. Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 63.

¹¹¹³ Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, 43.

¹¹¹⁴ Bhatia, "Religious Subjectivities", 21.

bu parçalı özneleşme tecrübesi, izleyiciden ayrık değildir. Aktif izleyici, oyuncuyla işbirliği yaparak ve onu yönlendirerek bu özneleşme deneyiminin dolaylı mimarı haline gelmektedir. Huzme'deki değişiminin farkında olan izleyici, bu değişimi büyük oranda olumlanmaktadır. Takipçi kitle Huzme'nin sunduğu nahif, sanatsever, zarif ve kültürlü Müslümanlar imajını çok yerinde bulmaktadır. Hatta Goffman'ın analogdaki seyircisi gibi oyuncunun alanda yeni olması sebebiyle yaptığı hatalara anlayış göstermekte ve kendisini oyuncularla özdeşleştirmektedir.¹¹¹⁵ Bu durum; dindarların, özellikle dindar kadınların özneleşme tecribesinin alanda geç kalınmış haklı bir çaba olarak gördüğünü ve buna muazzam bir ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

2. *Gündelik Hayat Teması*: Huzme'nin YouTube platformunda ilk defa ürettiği, kendisiyle özdeşleştirilen ve en çok izlenen videolar; gündelik rutinlerin ele alındığı videolardır. Huzme YouTube pazarına işte böylesi vlog'larla giriş yapmış ve burada seküler muadillerine karşı dini hassasiyetleri olan alıcıların tüketmesi için içerikler üretmeye başlamıştır.

Normalde gündelik alan; rutin, alışıldık ve sıradan bir alan olarak görülse de aslında potansiyel olarak sıra dışı bir alandır. Gardiner'in deyişiyle sıradan olan şeyler; gündelik hayatın içinde tipik olarak baskı altında tutulan gizil olasılıkların hayata geçirilmesiyle sıra dışı hale gelmektedir.¹¹¹⁶ İşte Huzme; gündelik hayata ilişkin paylaşımlarını sıra dışı hale getirmek için sürekli doğa ötesi alana ve dini çerçevelere başvurur. Çünkü günlük performansların toplum tarafından benimsenmesi için o topluma uygun işaret araçlarıyla süslenmesi gerekir.¹¹¹⁷ Huzme bu sebeple bir yandan dini unsurları çekici hale getirmek için sıradan olanı kullanmakta; diğer yandan sıradan/gündelik performansları dini işaret araçlarıyla süsleyerek onu kabul edilebilir hale getirmekte ve meşrulaştırmaktadır. Huzme'nin bu stratejisi; “düşünsel derinlik”ten¹¹¹⁸ büyük oranda uzak olan gündelik hayatı sıradışı hale getirerek onu çok yönlü derinlik barındıran bir anlam alanına dönüştürmektedir. Habermas'ın ifadeleriyle belirtilecek olursa şayet, kamusal hayatın dışında bırakılan dinsel yapıların kültürel olarak yoksullaştırılmış ve tek taraflı biçimde rasyonelleştirilmiş gündelik yaşam pratiklerinden rahatsızlık duyması; aslında böylesi alternatif projelerin ardında bulunan

¹¹¹⁵ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 217.

¹¹¹⁶ Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, 21.

¹¹¹⁷ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 46.

¹¹¹⁸ Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, 20.

ve sıradan vatandaşları harekete geçiren devindirici bir güç olmaktadır.¹¹¹⁹ Yani ötekileştirilen dini yapıların hissettiği bu rahatsızlık hem dini içeriklerin sempatik görsellerle sahnelenmesine yol açmakta hem de gündelik performansların daha yüce emeller ekseninde kurgulanarak statülerinin artması sağlanmaktadır. Din ve gündelik hayatın sentezlendiği böylesi bir durumda çift kutuplu bir işlevsellik hasıl olmaktadır.

Normalde kurumsal olanın hiyerarşik ve ideolojik yapısına karşı “gündelik alan” bir özgürleşim aracı olabilir. Ancak bu alan yine de onu çevreleyen ticari medyanın ideolojik aygıtından tamamen bağımsız değildir.¹¹²⁰ Bu yüzden YouTube, dijital uzamda önceleri kurumsallığa karşı, bireylerin ön plana çıktığı bir platform olarak var olmuş; fakat zamanla ticari kaygılar ekseninde profesyonelleşmeye doğru hızlı adımlar atmıştır. Platformun kendi içinde yaşadığı bu söylemsel dönüşüm, platformda eylemde bulunan içerik üreticilerinin bireysel dönüşümlerinde de gözlemlenmektedir. Nitekim Huzme’nin gündelik hayata ilişkin ilk içeriklerinde tekil oyuncuların dini rolleri ve eylemleri ön plana çıkarılmaktadır. Bu içeriklerde dini ve dünyevi eylemler bazen eş zamanlı bazen de gündelik+dini şeklinde art zamanlı olarak icra edilmekte; buradaki dini eylemler ise çoğunlukla subliminal şekilde işlenen Nurcu değerler ekseninde sahnelenmektedir. Sonraki içeriklerde ise dinamik ve özgüvenli çoklu oyuncuların kimlikleri ve rolleri ön plana çıkarılmakta; dini eylemler bu oyuncuların kurumsal kimlikleriyle özdeşleştirilerek sunulmaktadır. Din ve gündelik hayatın sentezlendiği bu son içeriklerde büyük bir profesyonellik göze çarpmakta ve Huzme’nin farklı platformlar için ürettiği dijital türler birbirine harmanlanarak metinlerarası ve türlerarası bir boyutta sunulmaktadır.

Huzme’nin özellikle bahsedilen son içeriklerinde daha belirgin olmakla beraber tüm içeriklerinde İslam’ın sosyal hayatın küçük büyük her yönünü tanzim ettiği, siyasi işlerden kişisel bakıma kadar her alanı kapsadığı yönünde bir söylem dillendirilmekte; bu yönüyle zaman zaman “İslamın araçsallaştırılması” ve “dünyevi amaçlar uğruna işlevselleştirilmesi” söz konusu olmaktadır. Burada Zeyd’in tabiriyle ifade edilecek olursa “dinin kuşatıcılığı söylemi”ni sarsmamak adına kendisine danışılan dini otoriteler, bu küçük mevzuları dahi dinselleştirmeye başlamaktadır.¹¹²¹ Fakat ilginç bir

¹¹¹⁹ Jürgen Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*, çev. Mustafa Tüzel (İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1998), 2. Cilt/852.

¹¹²⁰ Strangelove, *Watching YouTube*, 15.

¹¹²¹ Nasr Hamid Ebu Zeyd, *Bilimsel Bilgi ve Aforoz Korkusu Arasında Yenilik Yasaklama ve Yorum* (İstanbul: Mana Yayınları, 2014), 16.

şekilde Huzme'nin gündelik hayat ve din etkileşimini ele alan tüm içeriklerindeki dini eylemler, dünyevi eylemlere kıyasla orantısız bir biçimde daha az sahnelenmektedir. Bu durum, Huzme'nin izleyici içerikte tutmak ve onların sıkılmasını önlemek için geliştirilen bir taktik gibi görünmektedir. Özellikle ASMR türünde üretilen ilk içeriklerde izleyiciyi huzur içinde içerikte tutmak amacı göze çarpmakta ve bu sebeple örneğin yoğun olarak çekici müzik kullanılmaktadır. Özetle Huzme'nin dini vlog'larla pazara dahil olmasındaki asıl amaç dini düşünceleri yaymaktır; gündelik performanslar ise dini düşünceleri ve sembolleri sempatik göstermek için birer katılım perdesi olarak kullanılmaktadır.

3. *Mahremiyet Teması*: Mahremiyet olgusuna büyük önem veren Huzme, bu konudaki düşüncesini tüm içeriklerine büyük oranda yansıtmış; ancak bu tema kapsamına doğrudan girebilecek türde içerikler üretmeyi çok az tercih etmiştir. Yani Huzme; kırmızı çizgisi olarak gördüğü mahremiyet normlarını her videoya yedirerek doğal bir biçimde işlemektedir. Bu içeriklere bütünsel bakıldığında Huzme'nin mahremiyet normları açısından “cinsiyete göre”, “ekip üyesi olup olmamaya göre” ve “ifşa edilecek beden bölgesine göre” kabaca üç tür derecelendirme yaptığı görülmektedir.

Huzme'nin cinsiyet ekseninde şekillenen mahremiyet normları; tüm içeriklerinde kadın bedeninin korunması noktasında büyük hassasiyetler gerektirmektedir. Özellikle ilk içeriklerde kadının ses ve yüzü paylaşılmamakta; sadece kadın bedeninin çıplak el, giyinik kol, gövdenin genelde yarısı ve ayakkabı içindeki ayaklar gibi sadece çok küçük bir kısmı gösterilmektedir. Goffman'e göre bedenin farklı bölümleri farklı işlere uyarlanmakta ve bu farklılıklar da bedenin kavramsal anlamda parçalara ayrıldığına işaret etmektedir. Goffman burada Amerika toplumunda dirsek ile ağız bölgelerine yüklenen farklı anlamları örnek verir. Dirsek genelde pek sakınılması gerekmeyen bir yer iken ağız bölgesi sıkı koruma kurallarına tabidir.¹¹²² Yine ona göre mesela insanın yüzü korunması gereken kutsal bir şey olduğu için korunması gereken anlamlı düzen de bir tür “ritüel düzen”dir.¹¹²³ Huzme; tüm videolarında bedenin parçalarına işlevsel anlamlar yüklemekte ve bedenin parçaları arasında derecelendirme yapmaktadır.¹¹²⁴

¹¹²² Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 63.

¹¹²³ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 29.

¹¹²⁴ Goffman doğrudan böyle bir yorum yapmamışsa da bu yorumu ilham veren kıymetli düşünceleri için bk. Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, 127-140.

Örneğin çıplak eller ve ayakkabı/terlik içinde olmak kaydıyla ayakların görülmesi mahremiyetin ihlali anlamına gelmemekte, oysa yüzün tamamı dijital mecralarda sıkıca korunması gereken bir parça olmaktadır. Huzme yüzün kutsallığı noktasında yüksek hassasiyetlere sahip olduğundan risk almayıp çeşitli uygulamalarla yüzünü bütünüyle saklamayı tercih eder. Şayet Huzme, yüzünü göstermiş olsaydı yaptığı iş daha büyük zorluklarla mücadele etmesine neden olurdu; örneğin Huzme'nin binlerce izleyicisi tarafından daha çok açığı bulunur ve linçlenme olasılığı artardı. Bu durum, YouTube'da onu birçok tehlikelerden koruma noktasında işlevleri bulunan bir ritüel düzendir. Analog bağlamda ise yüz; el ve ayaklar gibi görülmesi sorun olmayan bir organdır; fakat burada bile bunların tümü fiziksel temastan kesinkes korunması gereken organlardır. Görüldüğü gibi Huzme açısından dijitalin korunma kuralları analoga kıyasla daha sıkıdır.

YouTube platformu, Baudrillard'ın bahsettiği gibi bir yandan anlamsız olana aşırı anlam yükleyen “mış gibi” saydam; öte yandan anlam bolluğu ve aşırılığı yüklenen “gizli” bir dünya, yani düşsel olanla gerçek olanın farkının yok olduğu bir simülasyon evrenidir.¹¹²⁵ Huzme bu evrende benliğini hem ifşa etmekte hem de saklamakta ve gizemlileştirmektedir.¹¹²⁶ Çünkü Huzme; dini unsurlar tarafından şekillendirilen mahremiyet normları ile YouTube platformunun ifşaatı teşvik eden mahremiyet normları arasında belirgin bir sıkışmışlık yaşamaktadır. Huzme, burada bedenini lokal olarak sahnelerken nesneleşmekten uzaklaşmaya özellikle dikkat etmekte ve bu anlamda kadınlığını doğrudan gösterecek şekilde “nesneleştirilmiş benlik sunumu”ndan (objectified self-representation)¹¹²⁷ açıkça kaçınmaktadır. Fakat Huzme, bir şekilde göstermenin cazibesine yine de yenik düşmektedir. Erotik herhangi bir sahnenin kesinlikle yer almadığı Huzme videolarındaki kadın imgesi, buna rağmen çekiciliğini sürdürmektedir. Tüm beden gösterilmese bile görülebildiği kadarıyla (profilinden çekilmiş görüntülerden, çekim esnasında neredeyse sürekli gösterilen ellerinden, yüzleri flulaştırılmış bütünsel çekimlerden anlaşıldığı kadarıyla) güzel, şık ve bakımlı olan Huzme kızları sadece çekiciliğini farklı bir yöntemle sergilemektedir.

¹¹²⁵ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, 52.

¹¹²⁶ Bu durum tıpkı Said'in “Coverin İslam” kitabındaki ironik göndermeye benzetilmektedir. Bu kavram İslam'ın bir yandan medyada temsil edilen ve gösterilen bir şey iken; öte yandan örtülen, saklanan ve çarpıtılan bir şey olduğunu ima etmek üzere kullanılmıştır. Bk. Edward W. Said, *Medyada İslam: Gazeteciler ve Uzmanlar Dünyaya Bakışımızı Nasıl Belirliyor*, çev. Aysun Babacan (İstanbul: Metis Yayınları, 2008), 52.

¹¹²⁷ Strangelove, *Watching YouTube*, 86.

Huzme'nin ilk içeriklerinde belirgin olan bu mahremiyet normları, sonraki içeriklerinde aşamalı olarak değişmiştir. Bu süreçte Huzme önce ses unsurunu; ardından ekip üyesi olmayan bazı konuk oyuncuların yüzlerini paylaşmıştır. Bazı izleyicilerden çokça eleştiri alsa da Huzme ses unsurunu etkili bir biçimde kullanmaya bütünüyle adapte olmuş görünmekte; ancak ekip üyelerinin yüzlerini paylaşmama noktasında istikrarını sürdürmektedir. Böylesi bir tutumun sergilenmesinde ise Huzme'nin dini hassasiyetleriyle beraber izleyicilerden gelecek daha büyük eleştirileri önleme çabasının etkili olduğu ifade edilebilir. Buna paralel Huzme, ilk içeriklerinde erkek oyuncuların bütünsel anlamda yüzünü paylaşmamayı tercih etse de bu içeriklerde bile erkekler, kadınlara göre daha fazla gösterilmektedir. Sonraki içeriklerde ise erkek oyuncuların yüzlerini ve seslerini paylaşma noktasında herhangi bir katı kural görülmemektedir. Görüldüğü gibi Huzme'nin kadın ve erkek cinsi açısından farklı mahremiyet normları bulunmakta ve bu normlar ise süreç içerisinde bir miktar gevşemektedir.

4. *Tüketim Teması*: “Helal daire keyfe kafidir” sözünü motto edinmiş olan Huzme'nin kanalındaki tüm videolar çekici tüketim nesneleriyle belirgin bir biçimde donatılmıştır. Modern ve otantik stilleri sentezleyen Huzme, burada hem zevk sahibi bir imaj çizmekte hem de minimal bir yaşam anlayışını benimsediğini göstermektedir. Yani Huzme lüks tüketimi reddetmeden sadelik vurgusu yapmaktadır. Fakat ilginç bir şekilde Huzme'nin karşı çıktığı bu “tekasür” (çokluk) olgusu; “israf” gibi dini bir nedenden daha çok, “şıklık” ekseninde olumsuzlanmaktadır. Ayrıca doğrudan kelimelere dökmese de görsellerin imlediğine göre Huzme aslında çok tüketmeye karşı değildir; aksine onun karşı olduğu şey, aynı anda elinde çok şey bulundurma durumudur. Özetle Huzme açısından lüks tüketim yapılabilir ve çok şey de alınabilir; fakat bu alınan şeyler aynı anda elde bulundurulmamalı, çünkü şıklık ve zarafet ancak sadelikle mümkündür.

Goffman'e göre alt tabakalardan üst tabakalara doğru gerçekleşen bir toplumsal hareketlilik esnasında daima üst sınıfla özdeşleşen çeşitli işaret araçlarını kullanmaya doğru bir eğilim vardır. Bu araçlar maddi varlığın göstergesi olan birtakım statü simgeleridir.¹¹²⁸ Huzme içeriklerinde şık mekan, yiyecek, içecek, giyim ve aksesuar gibi çok sayıda statü sembolü cömertçe kullanılmaktadır. Özellikle ilk içeriklerinde Huzme binasının sınırları içerisinde daha çok içerik üretildiği için bu mekanı özel kılacak şekilde dekore etme ve burayı çekici bir yaşam alanına dönüştürme çabası belirgin bir

¹¹²⁸ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 46.

biçimde göze çarpmaktadır. Baudrillard'ın tespitlerinden hareketle, Huzme'nin böylesi tüketim pratiklerinin altındaki temel güdünün toplumsal bir ayrıcalık ve prestij elde etme düşüncesine dayandığını ifade etmek mümkündür.¹¹²⁹ İşte böylesi nedenlerle özellikle ilk içeriklerde Huzme binasında bulunan ve ekip üyelerinin kullandığı her türlü araç gerecin marka-ürün tanıtımı yapılmakta; son içeriklerde ise bu ürünlerin yanı sıra lüks deneyimler çok sık gösterilmektedir. Fakat bu tanıtımlar, ürünü kameraya tutup özelliklerini sıralayarak satışını artırma şeklinde yapılmaz; aksine vlog içinde o ürünleri doğal bir biçimde kullanarak yapılmaktadır. Huzme; benzer şekilde yurtdışı seyahatlerini veya tekne turu gibi özel deneyimlerini sıradan bir seyahatten ziyade kitlelere dini düşüncelerini duyurmak için mecbur kaldığı bir yol olarak sunmaktadır. Burada meşru dini amaçların Huzme'nin tüketim pratiklerini perdelediği ve Huzme'nin bu katılım perdesinin ardında tüketim arzusunu kamufle ettiği görülmektedir.

Huzme; sunduğu dini imajın zedelenmemesi için ilk içeriklerinde kendi ticari ürünlerinin doğrudan reklamını yapmamayı tercih etmemektedir. Bu tutum, son içeriklerde Huzme'nin kendi giyim markası olan Yade'nin ürünlerini daha yüksek sesle dile getirmesine ve Başkan Bükre'nin çıkardığı çocuk kitabının satıcı ve fiyat bilgilerine açıkça atıfta bulunmasına rağmen büyük oranda sürdürülmektedir. Huzme'nin dini imajını koruması açısından hayati derecede önemli olan bu durum, Huzme-Yade ilişkisine daha farklı yollarla dikkat çekmeye yol açmıştır. Bu konuda örneğin kanalın milyonlarca izlenme alan içeriklerine bakıldığında “tesettürlü, rahat ve şık” kombin önerilerinin olduğu kısa videoların liste başı olduğu görülmektedir. Bu videolarda uzun boylu zarif bir Huzme Kızı tarafından Yade koleksiyonundan seçilen en özel parçalar “her güne özel bir kombin” temasıyla tüketicilere sunulmaktadır. Ürünlerin marka ve fiyat bilgisine dair herhangi bir gösterge bulunmasa da içeriğe yapılan yorumlarda gerek kurumsal olarak Huzme gerekse gönüllü bireysel izleyiciler, bu ürünlerin nereden alınabileceğini soran izleyicilere arzu ettikleri bilgiyi markanın linkini paylaşmak suretiyle vermektedir.¹¹³⁰ Bu yol üç açıdan oldukça işlevseldir. Birincisi Huzme bu içeriklerle doğru tesettürün nasıl olduğunu göstermekte ve genç kitleye rol model olmaktadır; ikincisi “bol, sade ve spor tesettür giyim” bulmakta zorlananlar için açık

¹¹²⁹ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 44.

¹¹³⁰ Adorno'nun tabiriyle ifade edilecek olursa şayet, izleyici burada bu kültür endüstrisini beslemekte, hatta bizzat bu sistemin ortağı ve parçası olmaktadır. Bk. Adorno - Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği*, 164.

adres göstermekte; üçüncüsü ise bu adresi bulan alıcılar sayesinde Yade'nin satışları olumlu yönde etkilenmektedir. Özetle Huzme kanalında sunulan tüm performanslarda bir tür mükemmellik imajı çizilmekte; ayrıca kullanılan nitelikli/özel ürünler üzerinden ayrıcalıklı hissetme ve daha önemlisi izleyiciyi imrendirme çabası çok belirgin hale gelmektedir. İzleyicilerin bu yöndeki Huzme performanslarını büyük oranda olumlaması da ekibin çekici tüketime giderek daha fazla yönelmesini teşvik edici bir unsur olarak dikkat çekmektedir.

5. *Çatışma-Mücadele Teması*: Huzme'nin tüm içeriklerine topluca bakıldığında oldukça nahif bir imaj çizdiği; dikkatli bakıldığında ise aslında savunmadan saldırıya dönen oldukça çatışmacı bir dil kullanmaya zaman içinde yöneldiği görülmektedir. Huzme çatışmaya kapı aralayabilecek bir dili doğrudan ilk defa 15 Temmuz'u yıl dönümünde anmak için çektiği videoda kullanmaktadır. Huzme burada kullandığı “kirli eller”, “hain plan”, “vatan haini”, “devlet büyüklerimiz”, “başkomutan” gibi ifadeler üzerinden ve özellikle 15 Temmuz Şehitler Anıtı, Çamlıca Camii ve Ayasofya Camii gibi politik iktidar için anlamlı olan göstergeler üzerinden mevcut iktidarla aynı politik söylemi paylaştığını göstermektedir. Temkinli bir çatışma dilinin kullanıldığı böylesi ilk içeriklerde savunma amacı oldukça belirgindir.

Goffman'e göre bir oyunda çatışma varsa bunun sebebi kışkırtmalı davranışlardır.¹¹³¹ Yine ona göre genelde marjinal ve ekzantrik kişiler toplumsal kurumların geleneksel işleyişine karşı asi bir tutum içinde olurlar. Eğer marjinal olan kişi değil de bir alt topluluk ise o zaman durum, toplumsal sapma olarak adlandırılır ve böylesi kült gruplarda geri çekilme ve içe kapanma gibi tipik davranışlar meydana gelir.¹¹³² Tam olarak böylesi bir grup olan Huzme; bir ifşaat platformunda olmasına rağmen bazı ilkelere göre teşhiri sınırlamayı tercih ederek kısmen içine kapanır ve bu içe dönme sürecinde ötekilerin kışkırtmalarına, yani geleneksel söylemlerini tehdit eden örtük kınamalara karşı bu çatışmacı dili sıkça kullanır. Huzme'nin tüm kibarlığına ve sunduğu nahif imaja rağmen, bu dil çatışma esnasında adeta taşar. Bu tutum özellikle sonraki içeriklerde daha belirgindir. Oldukça üstenci bir dil kullanılan son içeriklerde ateizme ve diğer dinlere karşı güçlü bir meydan okuma vardır. Örneğin bu kimselerin argümanları çürütülürken onlara karşı “reddetmek” yerine “inkar etmek, inkarcılar” ifadesi kullanılmakta ve Kutsal Kitap'taki bazı ifadeler “muharref”, “müfteri”,

¹¹³¹ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 273.

¹¹³² Goffman, *Damga*, 198-200.

“tutarsız” ve “çirkin” olarak etiketlenmektedir. Diğer yandan Müslümanlara yönelik kullanılan “yeteneksiz”, “utangaç”, “çekingen” ve “ikinci sınıf” etiketleri şiddetle reddedilerek “yobazlık”, “hoşgörüsüz ateistler ve deistler” gibi ifadeler üzerinden karşı saldırıya geçilmekte; nihayet artık sorgulanması gereken şeyin İslam değil, bizzat modernliğin kendisi olduğu dile getirilmektedir. Bu anlamda Huzme’nin son içeriklerindeki üstenci dil belirgin şekilde keskinleşmektedir.

Görüldüğü üzere Huzme, Batı’nın değerlerini ve araçlarını yine ona karşı kadife bir silah gibi kullanmakta; ayrıca medeniyetlerin çatıştığı kaotik ortamda tutunacak dal ve sığınılacak yenilikçi bir düzen sunma iddiasını dillendirmektedir. Oysa Huzme gerçekte direnen ancak bu direnişe rağmen akıntıya karşı koyamayan bir pozisyonudadır. Çünkü Huzme; Batı’dan doğan dijitalleşmenin otoriter akışıyla beraber hareket etmekte ve gücünü bizzat onun iktidarından almaktadır.¹¹³³ Fakat Habermas’ın da ifade ettiği gibi otoritelerden doğan ideolojik mesajlar aslında muhataplarına tam anlamıyla ulaşmaz. Çünkü yönelinen anlam; belirli bir alt kültüre ait art alanın alımlanması sürecinde genelde tam karşıtına dönüşmektedir.¹¹³⁴ İşte Huzme, özellikle Batı modernitesiyle çatışmak üzere sahneye çıkmasına rağmen nihai anlamda ürettiği karşıt argümanlarla yine Batı modernitesine hizmet etmekten kaçınamamıştır.

Çatışma konusunda ilgi çeken son bir husus ise Huzme’nin içeriklerinde sürekli İttihad-ı İslam vurgusu yapmasıdır. Çoğu içerikte cemaatsel farklılıklara rağmen daima bu birlik söylemleri yüksek sesle dile getirilmektedir. Fakat söylemin bu yönde olmasına rağmen eylem, daha doğrusu görsellerde yansıtılanlar ise daha çok grup değerleri üzerine kuruludur. Yani bu kadar çok birlik vurgusu yapan bir oluşumun ortak İslam sembollerini videolarında daha çok göstererek bu söylemi anlamlı hale getirmesi beklentisine karşı Huzme; Nurcu sembollerini ortak İslam sembollerine kıyasla her zaman orantısız şekilde daha fazla kullanmaktadır.

6. Otorite Teması: Huzme’nin YouTube platformunda var olmasının temel sebebi; kitleleri Nurculuk ekseninde şekillenen bir din anlayışına davet etmek ve alanda belirli bir güç elde etmektir. Bu amaç; ilk içeriklerinden son içeriklerine dek sürmekle beraber bu amacı ortaya koyacak eylemlerin şiddetinde belirgin bir farklılık vardır. Huzme;

¹¹³³ Bu yoruma ilham veren başarılı bir çalışma için bk. Orhan Tekelioğlu, “Moderniteye Sıkışan Özgürlük: Foucault’un ‘Kendilik Teknolojileri’ne Bir Bakış”, *Doğu Batı: Söylem Üstüne Söylem* (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011), 54.

¹¹³⁴ Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*, 2. Cilt/847.

gündelik hayat rutinlerini ele aldıkları ilk vlog’larda kişisel hayatında uyguladığı dini tecrübeleri ve bu alanda bildiği dini hususları bir dost havasında sunmuştur. Bu ilk içeriklerdeki manipölasyon dostça bir görüntünün ardında belli belirsiz sunulmaktadır. Ancak Huzme, YouTube alanında yeterli tanınırlığa ulaştıktan sonraki içeriklerinde yumuşaklığından ödün vermeden daha belirgin bir otoriter havaya bürünmekte ve bu ara dönem içeriklerinde bazen tavsiye bazen de kibarlıktan ödün vermeyen emir kipiyle kurgulanmış cümlelerle izleyici üzerinde bir tür “nahif otorite”¹¹³⁵ kurmaktadır. Huzme’nin bu yeni otorite biçimi; Foucault, Deleuze ve Agamben’in tanımlamaktan daha çok felsefesini yaptıkları “dispozitif” kavramıyla ifade ettiği gerçeklikle büyük oranda uyushmaktadır. Teolojik bir kökenden hareketle üretilen dispozitif; bilindik şiddet unsurlarını kullanmadan, daha ince ve şık yöntemlere dayanarak bedenleri uysal hale getirmeyi ifade etmektedir.¹¹³⁶ Uygulanma alanları ve biçimleri farklı olsa da Spivak’ın “epistemik şiddet”i¹¹³⁷ ile Baudrillard’ın “simgesel şiddet”i¹¹³⁸ de benzer bir çizgiyi ifade etmektedir. Bu kavramların tümündeki ortak nokta; belirli güç odaklarının ellerindeki farklı imkanları, bu imkanlara yeterince sahip olamayanları araçsallaştırmak üzere kullanmalarıdır. Fakat bu araçsallaştırma öylesine ustaca yapılır ki maruz kalanlar bunun farkına varamaz ve özgürlük yanılsaması içerisinde otoriteye boyun eğer. İşte Huzme, içeriklerinin çok büyük bir kısmında böylesi bir otorite kurmuştur.

Nihayet daha güncel olan içeriklerine bakıldığında ise Huzme’nin adeta bir din bilgini gibi yargıda bulunduğu, kimi zaman alaycı ve ötekileştirici bir dil kullanarak “çatışmacı geleneksel otorite” gibi eylemler segilediği görölmektedir. Huzme burada formal dini eğitim geçmişine sahip olmamasına rağmen YouTube’un kendisine verdiği yetkiye dayanarak izleyici üzerinde otorite kurmakta; ancak böylesi bir otorite izleyici tarafından büyük oranda reddedilmektedir. Nitekim Huzme’nin uzunca bir zaman boyunca içeriklerinde kurduğu belli belirsiz, dostane ve nahif otorite; izleyici tarafından büyük kabul görmüş ve izleyici Huzme’nin bu nahif imajını her defasında olumlamıştır. Ancak bu nahif imaj, Huzme’nin alanda belli bir güce ulaştıktan sonra ürettiği

¹¹³⁵ Gücün öznel yönlerine atıfta bulunmak üzere geliştirilen “nahif otorite” kavramı; Goffman’ın nesnel iktidarı tanımlamak için kullandığı “çıplak iktidar” kavramının tam aksini ifade etmektedir. Goffman’ın otoriteye ilişkin düşünceleri için bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 224-225.

¹¹³⁶ Giorgio Agamben, *What Is an Apparatus? and Other Essays*, çev. David Kishik - Stefan Pedatella (Stanford: Stanford University Press, 2009), 19-20.

¹¹³⁷ Gayatri Chakravorty Spivak, ““Can the Subaltern Speak?””, *Can The Subaltern Speak?: Reflections On The History Of An Idea*, ed. Rosalind C. Morris (New York: Columbia University Press, 2010), 43.

¹¹³⁸ Jean Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, çev. Oğuz Adanır (İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayinevi, 2016).

geleneksel otoriter imajıyla büyük oranda yara almıştır. Huzme bu olumsuzluğu bertaraf etmek için son dönemlerinde yeniden bir “yüz çalışması”¹¹³⁹ yapmakta ve marka değerini yükseltmek için en çok beğenilen vlog'lara benzer içerikler üretmeye yönelmektedir.

Görüldüğü gibi YouTube; Huzme'ye hedef kitlesine ulaşma ve onları yönlendirme noktasında bir fırsat vermektedir. Fakat nihai anlamda Huzme'nin inşa ettiği otorite, YouTube platformunun izin verdiği sınırlar ölçüsünde gerçekleşmektedir.¹¹⁴⁰ Yani Huzme gücünü her şeyden önce kendisini barındıran YouTube'un otoritesine borçludur. Ancak bu durum; platforma dahil olmak suretiyle inşa edilen her türlü dinsel otoritenin bağımsızlığını belirli ölçüde yaralayan, daha doğrusu baltalayan bir durumdur. Bir örnekle ifade edilecek olursa şayet, Huzme YouTube'da yayınlanmak üzere ürettiği dini içeriklerinin etki gücünü artırmak için istisnasız her videoda müzik kullanmaktadır. Bununla beraber Huzme, YouTube'un bir iş ortağı değildir; bu durum Huzme'nin kanala reklam alarak para kazanma ve kazandırma çabasında olmadığı anlamına gelmektedir. Fakat YouTube; reklam almamasına rağmen Huzme'nin kanalında kullandığı müziklerin telif hakkı nedeniyle Huzme içeriklerini reklamlarla bölmeye devam etmektedir. Huzme; bu sebeple çok eleştirildiği için izleyicilerine kanaldaki reklamların sebebini her defasında açıklamak zorunda kalmaktadır. Görüldüğü gibi reklam almak, Huzme'nin dini imajını yaralamaktadır. Ancak Huzme buna rağmen içeriğinin etki gücünü artırdığı için müzik kullanımından vazgeçmemekte ve bu kararından dolayı YouTube otoritesine boyun eğmek zorunda kalmaktadır. Bu açıdan Huzme'nin otoritesinin saf bir dini otorite olmadığını, aksine YouTube platformunun izin verdiği ölçüde bağımlı bir otorite olduğunu belirtmek mümkündür.

Son olarak Huzme'nin izleyici üzerinde genel anlamda inşa ettiği başarılı imaja dair üç senaryo ileri sürmek mümkündür. Birincisi Huzme içerikleri çoğunlukla taraftarlar, benzer düşüncede olanlar veya herhangi bir düşüncesi olmayanlar tarafından izlenmektedir. Bu açıdan sevenlerin takip ettiği içerikte yorumların tek biçimli olması

¹¹³⁹ Goffman'ın sosyolojik anlamda kullandığı bu kavram yerine “PR çalışması” da kullanılabilir. Nihai anlamda her iki kavram, marka değerini yükseltmek için imaj tazelemeyi ifade etmektedir.

¹¹⁴⁰ Doğası gereği medya; kamusal alanı hem hiyerarşik bir yapıya büründüren hem de bu hiyerarşiyi çözerek sınırlamalardan arındıran iki yönlü bir araçtır. Medyanın otoriter gizilgücü, sosyal denetimi arttıran bir husus iken; buna karşı kitle medyası özgürleştirici bir gizilgücü de potansiyel olarak bünyesinde bulundurur. Bk. Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*, 2. Cilt/846-847.

doğaldır. İkincisi Huzme’yle aynı çizgiyi takip etmese de içeriklerin büyüleyiciliğine kapılarak onlara sessizce hayran olan izleyici kümesinin içerikle karşılaşmasıdır. Üçüncüsü ise Huzme’nin kanal sahibi olarak yorumları yönetme yetkisine sahip olması ve içeriklere yapılan eleştirileri kaldırarak eşik bekçiliği yapmasıdır. Yani Huzme’nin izleyicisi üzerindeki olumlu izlenimini sadece içeriğin başarısına bağlamak mümkün görünmemektedir; çünkü dijitalin hızla değişen yapısı nedeniyle Huzme’nin kaç tane yoruma müdahale ettiğini anlık olarak bilmek ve onu tespit etmek büyük oranda zordur.

7. *Melezleşme Teması:* Huzme; din anlayışını tekil bir söylem üzerine kurmak yerine Doğu-Batı, madde-mana, gelenek-modernite gibi “asimetrik olarak yapılmış”¹¹⁴¹ söylem evrenlerini birleştirerek melez bir dini söylem inşa etmektedir. Huzme; çeşitli işaretler kullanarak bu melez dini söylemini tüm içeriklerinin genel ruhu haline getirirse de özellikle bazı videolarını bu dini söylemin tanıtımına veya uygulanma biçimine yönelik doğrudan kurgulamaktadır. Böylesi bir sentez girişimini doğrudan ele aldığı ilk videoda Huzme’nin melez söylemi oldukça basit düzeydedir. Bu içerikte Batı’dan alınan seküler bir eğitim metodu, Risale külliyatından bir esere uygulanmakta ve burada Risale eğitiminin pedagojik ilkelerle uygunluğu gösterilmektedir.

Huzme sonraki içeriklerinde ise Batı modernizmini madde odaklı “tek kanatlı bir kuş” olarak tanımlayarak bu eksikliğin ancak mana ile giderilebileceğini yüksek sesle dile getirmekte ve bu süreçte “kendine ait bir modernlik” inşa etmeye çalışmaktadır. Bu söylem biçimi; kendisinin üstünlüğü ve Batı medeniyetinin köhnemişliği üzerine şekillenirken, söyleme sızan Batılı unsurları kullandığının bilincinde değildir. Bu farkında olmama hali “bilincin sahteleşmesine”¹¹⁴² sebep olmakta, nüvelerini ise sahnelenen görsellerde farkında olmadan teşhir etmektedir. Bu şekilde üretilen Huzme içeriklerinde söylemler daima Batı’nın hazcılığını eleştirmek üzerine kurgulanmış; ancak görseller ise kendi argümanını çürütecek denli Batı sembolleriyle donatılmış görünmektedir. Özellikle Huzme’nin genç ekibi tarafından yine gençleri hedef almak için üretilen bu içeriklerde dinin yaşlılık ve sıkıcılıkla özdeşleştirilmesini önleyecek çekici görseller kullanılmıştır. Bu içeriklerin tümünde spor giyinen, kaykaya binen, basketbol oynayan, pizza ve cheescake yiyen, frappe içen genç oyuncular; Batı müziği eşliğinde sahne almakta ve büyük bir özgürlük imajı sunmaktadır. Arap kültürünü

¹¹⁴¹ Asad, *Dinin Soykütükleri*, 308.

¹¹⁴² Nasr Hamid Ebu Zeyd, *Kutsal Metin, Otorite ve Hakikat: Bilgi ve İktidar Arasında Dini Düşünce* (İstanbul: Mana Yayınları, 2015), 206.

yansıtan unsurlardan bütünüyle arınık olan böylesi içeriklerde McDonald’laşma çok belirgindir. Eken’in tabiriyle ifade edilecek olursa şayet bu durum, dini söylemin popüler medyatik kurguya adapte edildiğini göstermektedir.¹¹⁴³

Böylesi içeriklerdeki diğer bir husus ise Huzme’nin resmi dini söylem ile geleneksel Nurcu söylemin ikisini de aşan kendine has bir söylem inşa etmesidir. Huzme doğrudan ifade etmese de Huzme binasını ve bu binada yaşanan alternatif dindarlık biçimini güncel bir Medresetü’z-Zehra projesi olarak kitlelere sunmaktadır. Bu neo-medrese, Huzme’nin tabiriyle “seküler eğitime ayet ve hadis yamayan İmam Hatip ve İlahiyat modeli” değildir. Huzme burada resmi dini söylemin meşru eğitim kurumlarını hedef alarak onlara alternatif olduğunu göstermektedir. Öte yandan Huzme’nin geleneksel Nurcu söylemine bütünüyle bağlı olduğunu ifade etmek de mümkün değildir. Özellikle yeni tüketim trendlerini takip etme ve modern yaşam tarzının sunduğu yenilikleri kabul etme noktasında geleneksel Nurculuğun çerçevesini aştığı açıkça ifade edilebilir. Yani Huzme; görünürde “merkezdeki epistemik cemaatlerin” evrenselci iddialarının karşısında “uydu epistemik cemaatlerin” göreceli iddialarını dillendirmektedir.¹¹⁴⁴ Oysa Huzme; rölativist, esnek ve yenilikçilik temalar çerçevesinde bir benlik sunumu gerçekleştiriyor gibi görünse de gerçekte bu söyleminin ardına sakladığı tektipçi mutlak hakikat iddialarıyla aslında evrenselci-geleneksel paradigmayı temsil etmektedir. Huzme; şekilsel unsurlarla sınırlandırılmış Batı modernliğinin geleneksel özü çerçevelediği kendine ait bir modernlik inşa ederek aslında öz ve çerçeve arasındaki ilişkiyi tersine çevirmektedir. Yani Huzme; Batı’nın rasyonalizmini değil, çekici tüketim trendlerini ithal etme noktasında öne çıkan melez bir söylem biçiminin spesifik bir temsilcisi olmaktadır.

¹¹⁴³ Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 198.

¹¹⁴⁴ Bu yoruma ilham veren Arslan’ın yararlı çalışması için bk. Hüsamettin Arslan, *Epistemik Cemaat: Bir Bilim Sosyolojisi Denemesi* (İstanbul: Paradigma Yayınları, 2019), 205.

SONUÇ

Bu araştırma; görsel tabanlı dijital araçlarla karşılaşan din fenomeninin dijitalleşme sürecine adapte olurken tecrübe ettiği söylemsel dönüşümü eleştirel bir bakış açısıyla ele almıştır. Ancak burada söylemsel dönüşümü yansıtan dini içerikli görsellerin ideolojik arka planları hakkında eleştirel bir analiz yapılması, dinin bizzat kendisini eleştiri oklarının hedefi haline getirilmesi anlamına gelmemektedir. Eleştirel geleneğin öteden beri böylesi bir arka plandan hareket etmesi ve genelde “sol” tandanslı olması da böylesi bir tutumu zorunlu kılmamaktadır. Yani birtakım dini yapıların otoriter yüzlerini yansıttıkları medya metinleri üzerinden söylemlerini analiz etmek için marksist, sosyalist veya seküler olmak gerekmemekte; aksine bu sahada en az “sol” kadar, “sağ” eğilimler açısından da eleştirel analiz yapabilmeyi mümkün kılan büyük bir malzeme kümesi bulunmaktadır. İşte bu araştırma; dinin farklı görünüm biçimleri olduğunu ileri sürerek bunların sadece sınırlı bir kümesini, ikinci kategoriye dahil edilebilecek türde bir eleştirel söylem analizine tabi tutmuştur.

Bu çalışmada öncelikle Goffman’ın çizgisi takip edilerek maskelerin var olduğu ortaya konmuş; ardından eleştirel söylem analiziyle bu maskeler düşürülerek yanlış bilinçlendirme yolları deşifre edilmiştir. Burada genel anlamda normatif bir duruş sergilendiği ifade edilebilir. Çünkü eleştiri özü gereği deskriptif değil, normatif bir eylemdir. Ancak bu normatifik; birilerine bir yol haritası dayatmadan, sunulan şeyin olduğu gibi alımlanması yerine sahnelenen gerçekliğin art alanını görmeye çalışmaktan ileri gelmektedir. Bu yönüyle kullanılan yöntem; sosyoloji gibi deskriptif bir disiplin içerisinde pozitivist kanattan ayrı bir yol tutsa da aslında kendi sınırları içerisinde meşru bir alanı işgal etmektedir. Bu meşru zeminde eleştirel düzeyde bir söylem analizini yapmak için her ne kadar mekanik bir yol olmasa da analizin rastgele yorumlamalar bütünü olmasını engellemek için bu çalışmaya özel yönerge mahiyetinde bir model geliştirilmiş ve yapılan analizlerde bu modelin sınırları içinde kalmaya özen gösterilmiştir. Bahsedilen model ekseninde yapılan analizlere panoramik bir biçimde bakıldığında şu sonuçlara varıldığını ifade etmek mümkündür:

Öncelikle dijitalleşme sahası küçük anlatıların muazzam bir veri yığını oluşturduğu kompleks ve belirsiz bir sahadır. Bu muazzam veri yığını arasında dikkat çekmek ve var olabilmek ise sanıldığı kadar kolay değildir. Yani dijital platformlar

elitizme karşı amatörizmi öne çıkaran güçlü bir silah olarak görünse de dijital uzam, aslında kendi elitlerini ve büyük anlatılarını üretmeyi başarmakta ve kendine özgü yeni bir sosyokültürel bölünme biçimi oluşturmaktadır. Bu nedenle dijital platformlarda önceleri doğal, daha sonra ise “doğalmış gibi” görünen kurgular inşa edilmekte; yani bütün doğal küçük anlatılar tüketildikten sonra cazibelerini devam ettirmek isteyen aktörler tarafından profesyonelleşme süreci başlatılmaktadır.

Dijitalleşmeye dair bahsedilen nitelikler, özünde din fenomeniyle çatışan hususlardır. Ancak dijitalleşme, kendisine uzunca bir süre direnen din fenomenini içine çekmeyi nihayetinde başarmış ve dini oluşumlar ise bu ablukayı kerhen kabul etmiş görünmektedir. Dini oluşumlar, dinin bahsedilen belirsizlik ve kaotik durumla mücadele ettiği yönündeki iddiayı sürdürse de süreç içinde çatıştığı tüm değerleri hayli yavaş bir biçimde deneyimlemektedir. Adım adım başlayan bu değişim; din anlayışına, dindarların kişisel özelliklerine ve içinde bulunulan toplumun standartlarına göre farklı şekiller alsa da hepsinde ortak olan bazı hususlar bulunmaktadır. Bu ortak hususların başında “göstermek” ve “gizlemek” arasındaki çatışma gelmektedir. Dini oluşumlar; dini düşünce ve temsilleri dijital ortamda görüntülemek ve izlemek için daima yeni yollar bulmak zorunda kalmaktadır. Burada bir yandan teolojik kaygılar diğer yandan çağı yakalama arzusu, daha önemlisi ise yok sayılan dini kimliklerin var olduğunu gösterme çabası, dini oluşumların temel motivasyon kaynağı gibi görünmektedir.

İkinci bir husus ise dini figürlerin dijital platformda benliğini ortaya koyarken özne-nesne arasında salınım göstermeleridir. Burada dini benlik henüz oluşurken değişmekte, aynı zamanda değiştikçe oluşmaya devam etmektedir. Yani burada sürekli bir biçimde dini benliğin yeniden üretimi ve dağıtımı söz konusu olmaktadır. Ayrıca dini benliğin burada kitlesellikten sıyrılma yönünde büyük bir çaba içinde olduğu görülmektedir. Nitekim özellikle YouTube gibi çokkipli platformlarda üretici veya izleyici hangi pozisyonda olursa olsun tüm aktörlerin kişisel özelliklerine önem verilmekte, görüşleri ve arzuları dikkate alınmaktadır. Bu anlamda dini aktörler dijital platformlar üzerinden birbirilerini sürekli bir şekilde karşılıklı olarak etkilemekte ve yönetmektedir. İçerik üretici dini aktörler, fiziksel olarak bir arada bulunmadıkları kimseleri etkileyecek mükemmel bir imaj inşa etme çabası içindedir. Mükemmellik imajı dini figürler için vazgeçilmezdir. Yapılan hataların evrensel bellekte kaydedilmesi gibi temel bir nedenden dolayı dini figürlerin dijital platformlarda hata yapma lüksleri

yoktur. Bu yüzden daima hep en iyi, en doğru veya en güçlü olmak/görünmek için büyük bir çaba harcanmaktadır. Ancak bu çabanın yapay görünmemesi, YouTube performansları için hayati derecede önemlidir. Burada mahcubiyet yaşamamak ve yüzünü korumak için kişisel vitrinler büyük bir özveriyle denetlenmekte ve gerektiğinde kabul edilebilir bir benlik imajı için maskeleye yapılmaktadır. Oysa genelde dijital araçlar özelde YouTube; daima erişilebilir-irtibatlı olması açısından büyük tehditler barındırmakta ve kitlelere gösterilen benlik imgesi daima saldırılara maruz kalabilmektedir. İşte dini aktörler, kriz anlarında saldırı altında kalan benliklerin “yüzünü kurtarmak” için gerekli çalışmaları yapabilecek düzeyde dini medya okuryazarlık bilgisine ihtiyaç duymaktadır.

Üçüncü olarak bahsedilen süreçleri tecrübe eden oluşumların dini söylemleri; dijital platformların doğasına uygun bir biçimde popülerleşmekte, parçalanmakta, melezlenmekte ve büyük bir söylemsel değişimi deneyimlemektedir. Burada resmi dini söylem; popüler kültür araçlarına eklenmekte, kimi zaman dağılmakta kimi zaman dağılan parçalardan yeni bütünler oluşturmakta ve nihayetinde kamusallaşmaktadır. İşte dini söylemin deneyimlediği bu süreçte güç devşirmek isteyen oluşumlar, dijitalin mantığına uyum sağlamayı başardığında dijital alandaki boşlukları hızla kapatmakta ve alanda belli bir otorite kazanmaktadır.

Bahsedilen dini otoritenin pek çok görünümü olmakla beraber burada Huzme grubu ekseninde ele alındığında dini otorite ve söylem biçimine dair daha spesifik analizler yapmak mümkündür. Huzme, diğer dijital platformlarla eşgüdümlü olarak kullandığı YouTube platformunda içerik üreten müteaddiyin genç bir oluşumdur. Huzme; bu platformda ürettiği tüm içeriklerinde yenilikçi, sorgulayan, çalışkan, maharetli, işbirliğine açık, samimi, nahif ve özgür bir imaj çizmekte ve bu imajını kimi zaman ağırbaşlı kimi zaman ise çılgın ve dinamik roller üstlenen oyuncular üzerinden sunmaktadır. Huzme; YouTube’da kadınlığını ve dindarlığını ön plana çıkaracak bağımsız bir varoluş inşa etmekte; ancak bunu ötekileştirilen kimliklerin meşru bir temsilcisi olduğunu göstermek adına “devlete bağlılık” vurgusu üzerinden kurgulamaktadır. Ayrıca Huzme, ilk içeriklerinde tekil oyuncuların icra ettiği basit performanslar çerçevesinde varlığı kendinden menkul bir görüntü çizerken, alanda belli bir güce eriştikçe paralel erkek ekibiyle daha fazla temas etmekte ve erkek ekibinin bir ardılı gibi görünmektedir.

Huzme, YouTube’da sıradan hayat rutinlerini sergilediği içeriklerle alanda tanınırlık elde etmiş ve belirli bir güce ulaşmış görünmektedir. Ancak Huzme, YouTube’da çokça yaygın olan bu içerik türünü dini ideolojiyle harmanlayarak alanda yeni bir trendi temsil etmektedir. Bu çerçevede oluşturulan içeriklerde gündelik hayat pratikleri; dini düşünceleri ve sembolleri sempatik göstermek amacıyla kullanılmaktadır. Huzme, gündelik hayatın en sıradan hallerini dini bir bağlam içerisinde sunarken hem geleneksel dini mahremiyet normlarını önemsemekte hem de YouTube’un ifşaat mantığına karşı koyamamaktadır. Bu ikilem içinde sıkışmışlık yaşayan Huzme ilk içeriklerinde ses ve görüntü kullanmaktan kaçınmış, ancak süreç içerisinde bahsedilen hassasiyeti belirli oranda gevşetmiş görünmektedir. Huzme’nin mahremiyet normlarında meydana gelen bu değişimi, daha fazla kişiye ulaşma amacının bir yansıması olarak değerlendirmek mümkündür.

Huzme, YouTube üzerinde ifşaat yaparken ifadelerini dini temalarla; görsellerini ise çekici tüketim ve deneyim pratikleri etrafında kurgulamaktadır. İçeriklerin genel yapısına bakıldığında Huzme’nin tüm bu tüketim pratiklerini; çağın ruhunu yakalama ve izleyicileri cezbetme çabasının ürünü olarak okumak mümkündür. Bu anlamda Huzme’nin kapitalizmin ve dini öğretilerin tüketim anlayışı arasındaki gerilimli bölgede salındığı ifade edilebilir. Ancak bu gerilim ilk bakışta fark edilememektedir. Çünkü Huzme’nin tüm içeriklerinde nahif olduğu yönünde titiz bir imaj çizilmektedir. Huzme’nin genel stratejisi kitleleri cezbetmek üzerine kurulsa da belirli bir ideolojik düşüncesi olduğu için çatışmacı dile uygun bir yapısı da bulunmaktadır. Nitekim gündelik hayata ilişkin içeriklerin üretildiği uzunca bir zaman diliminin ardından platforma bütünüyle uyum sağlayan Huzme’nin nahif stratejisinde gevşeme yaşanmış ve sayıca az olsa da bütünüyle çatışmacı dille donatılmış içerikler üretilmiştir. Huzme; ilk içeriklerinde nahif bir otorite kurarken son içeriklerinde daha keskin ve çatışmacı bir otorite kurma yönünde bir değişim deneyimlemiştir. Üstelik Huzme; resmi bir dini eğitimin dışında bireysel çabayla edindiği dini bilgilerini, YouTube’un kendisine verdiği yetkiye dayanarak kitleleri kontrol etmek amacıyla kullanmaktadır. Huzme burada özellikle genç kızlardan oluşan kalabalık bir kitleyi başarılı şekilde yönetmekte ve bu izleyicilerin önerileri çerçevesinde kendisini yenilemektedir. Bu anlamda Huzme ve izleyicileri arasında düşünömsel bir otoriteden bahsetmek mümkündür.

Huzme bahsedilen otoriteyi dini-ideolojik kaynaklar üzerine inşa etmektedir. Huzme'nin hem resmi dini ideolojiden hem de geleneksel Nurculuktan uzaklaşan kendine has bir dini söylemi bulunmaktadır. Huzme burada geleneksel Nurcu söylemini Batı'nın tüketim değerlerinden ve rasyonalizminden alınan şekilsel bazı unsurlarla sentezleyerek bir tür melez dini söylem oluşturmaktadır. Bu melez söylem biçimi; şeklen modernist, rasyonel, minimalist ve nahif bir çizgideymiş gibi görüntü çiziyorsa da aslında büyük oranda geleneksel, sezgici, kapitalist tüketimden sıyrılamayan ve çatışmacı bir dini otoriteye dayanmaktadır. Burada görünen hususlar ile görüntünün arka planında imlenen hususlar arasında büyük bir tezat bulunmasına ve Huzme'nin YouTube platformundaki ilk içeriklerinden son içeriklerine dek büyük bir söylem değişimi olmasına rağmen Huzme'nin göstermek istediği imaj, izleyici nezdinde büyük bir kabul görmektedir. Yani Huzme'nin bağımsız, nahif ve yenilikçi dini söylem iddiaları ekseninde şekillenen performanslarında oldukça başarılı bir izlenim denetimi yapılmıştır. Nihai anlamda Huzme; alternatif bir yaşam alanında kendine ait spesifik bir modernlik inşa etmiş ve halihazırda etmeye devam etmektedir. Huzme; bu süreçte ileriye doğru, kesintisiz ve sürekli bir değişim deneyimliyor olsa da bu değişim, düz bir çizgiden ziyade kısa süreli geri dönüşleri olan kıvrımlı patikalarda gerçekleşmektedir. Bu açıdan Huzme'nin dini söyleminde ilk ve son noktalar arasındaki fark kadar, bu ara bölgeler arasındaki engebeli değişim yolu da hayati derecede önemlidir.

Son olarak bu çalışma; araştırmacılara yönelik iki öneride bulunmaktadır. Öncelikle bu çalışmada dijital kültür uzamında görünür olan dinselilikler, sadece Huzme grubu özelinde ele alınmış; benzer faaliyetler yürüten diğer paralel oluşumlar arasındaki koordinasyon, araştırma kapsamının dışında tutulmuştur. İleriki çalışmalarda bu grupların birbirleriyle olan organik ve inorganik ilişkilerinin ele alınması, dinin görünüm biçimlerinin bütünsel bir biçimde değerlendirilebilmesi açısından alana ciddi katkı sunacaktır. İkinci olarak ise bu çalışma dinin dijital uzama eklemelenme sürecinde görünür olan tipik dini davranış örüntülerine ve bu alışlageldik dini tutumların temsilcilerinden birine odaklanmış; ancak dijital uzamda eylemde bulunan aşırı örnekler çalışmanın dışında tutulmuştur. Sonraki çalışmalarda dinin dijital kültür uzamında tipik olmayan görünüm biçimlerini birtakım “aşırı durum örnekleri” üzerinden ele almak; dijitalleşme-din etkileşiminin öteki boyutlarını görmeyi ve farklı bakış açılarını mümkün kıldığından alana kuşkusuz katkı sunacaktır.

KAYNAKÇA

- Aarseth, Espen J. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: John Hopkins University Press, 1997.
- Adorno, Theodor W. - Horkheimer, Max. *Aydınlanmanın Diyalektikliği: Felsefi Fragmanlar*. çev. Nihat Ülner - Elif Öztarhan Karadoğan. İstanbul: Kabalcı Yayıncılık, 2014.
- Agamben, Giorgio. *What Is an Apparatus? and Other Essays*. çev. David Kishik - Stefan Pedatella. Stanford: Stanford University Press, 2009.
- Ågren, Kristin Alfredsson. *Internet Use and Digital Participation in Everyday Life: Adolescents and Young Adults with Intellectual Disabilities*. Linköping: Linköping University Press, 2020.
- Aiello, Giorgia - Parry, Katy. *Visual Communication : Understanding Images in Media Culture*. London: Sage, 2020.
- Akgün, Eda. “Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi”. *Yeni Medya* 1/4 (2018), 29-49.
- Akkır, Ramazan. “Din, Sosyalleşme ve Toplumsal Uyum: Suriyeli Mülteciler Örneği”. *e-Şarkiyat: İlmi Araştırmalar Dergisi* 11/2 (2019), 953-971. <https://doi.org/10.26791/sarkiat.575704>
- Ali, Sabahattin. *Kürk Mantolu Madonna*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2019.
- Almond, Gabriel A. - Verba, Sidney. *The Civic Culture: Political Attitudes And Democracy in Five Nation*. New Jersey: Princeton University Press, 1963.
- Arendt, Hannah. *Between Past and Future: Six Exercises in Political Thought*. New York: The Wiking Press, 1961.
- Arendt, Hannah. *The Origins of Totalitarianism*. New York: Harcourt Brace, 1976.
- Armentano, Terence - Eppinette, Matthew. “Beginner’s Toolbox: New Media-Podcasting, Video Podcasting, and More”. *The New Media Frontier : Blogging, Vlogging, and Podcasting for Christ*. ed. John Mark Reynolds - Roger Overton. 81-94. Wheaton: Crossway Books, 2008.

- Arnett, Jeffrey - Taber, Susan. "Adolescence Terminable and Interminable: When Does Adolescence End?" *Journal of Youth and Adolescence* 23 (01 Ekim 1994), 517-537. <https://doi.org/10.1007/BF01537734>
- Arnett, Jeffrey Jensen. "Adolescents' Uses of Media for Self-Socialization". *Journal of Youth and Adolescence* 24/5 (Ekim 1995), 519-533. <https://doi.org/10.1007/BF01537054>
- Arslan, Hüsametdin. *Epistemik Cemaat: Bir Bilim Sosyolojisi Denemesi*. İstanbul: Paradigma Yayınları, 6. Baskı., 2019.
- Asad, Talal. *Dinin Soykütükleri: Hristiyanlıkta ve İslamda İktidarın Nedenleri ve Disiplin*. İstanbul: Metis Yayınları, 2015.
- Asad, Talal. *Sekülerliğin Biçimleri: Hristiyanlık, İslamiyet ve Modernlik*. çev. Ferit Burak Aydar. İstanbul: Metis Yayınları, 2020.
- Asadi, Aaron. *YouTube Vlogging: The Complete Manual*. Bournemouth: Imagine Publishing Ltd, 2015.
- Aydınlı, Halil. "Sosyal Çatışma ve Din". *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 19/2 (2010), 187-215.
- Baker, Paul. *Discourse Analysis and Media Attitudes: The Representation of İslam in The British Press*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.
- Bakhtin, Mihail M. *The Dialogic Imagination: Four Essays*. çev. Caryl Emerson - Michael Holquist. Austin: University of Texas Press, 1982.
- Baloğlu, Burhan. "Hipotez ve Varsayım Birbirlerinin Yerine Kullanılabilir mi?" *İktisat Fakültesi Sosyoloji Konferansları Dergisi* 32 (2005), 125-129.
- Barbarosoğlu, Fatma. *Şov ve Mahrem*. İstanbul: Profil Kitap, 2016.
- Bar-Haim, Gabriel. "The Dispersed Sacred: Anomie and the Crisis of Ritual". *Rethinking Media, Religion and Culture*. ed. Stewart M. Hoover - Knut Lundby. 133-145. California: Sage, 1997.
- Barthes, Roland. *Bir Aşk Söyleminden Parçalar*. çev. Tahsin Yücel. İstanbul: Metis Yayınları, ts.
- Barthes, Roland. *Image, Music, Text*. London: Fortana Press, 1977.

- Bateman, John A. *Text and Image: A Critical Introduction to the Visual/Verbal Divide*. London: Routledge, 2014.
- Baudrillard, Jean. *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. çev. Oğuz Adanır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 4. Basım, 2016.
- Baudrillard, Jean. *Simülakrlar ve Simülasyon*. çev. Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 6. Basım, 2011.
- Baudrillard, Jean. *Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları*. çev. Nilgün Tural - Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 11. Baskı., 2018.
- Bauman, Zygmunt. "From 'Official' to 'Do It Yourself' Fear". *Revue Internationale de Philosophie* 277/3 (2016), 413-420. <https://doi.org/10.3917/rip.277.0413>
- Bauman, Zygmunt. *Kimlik: Benedetto Vecchi Tarafından Gerçekleştirilmiş Söyleşiler*. çev. Mesut Hazır. Ankara: Heretik Yayınları, 5. Baskı., 2021.
- Bauman, Zygmunt. *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri*. çev. İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2001.
- Bauman, Zygmunt - Lyon, David. *Akışkan Gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016.
- Bauwens, Michel - Rossi, Father Vincent. "Dialogue on the Cyber-Sacred and the Relationship Between Technological and Spiritual Development". *Cybersociology Magazine* 7 (1999). <https://www.cybersociology.com/>
- Beauvoir, Simone de. *The Second Sex*. çev. H. M. Parshley. London: Jonathan Cape, 1956.
- Becker, Howard S. *Sosyal Bilimcilerin Yazma Çilesi: Yazımın Sosyal Organizasyonu Kuramı*. çev. Şerife Geniş. Ankara: Heretik Yayınları, 2019.
- Benjamin, Walter. *Teknik Olarak Yeniden-Üretilbilirlik Çağında Sanat Yapıtı*. ed. Walter Benjamin. çev. Gökhan Sarı. İstanbul: Zeplin Düşünce Yayınları, 2015.
- Benson, Phil. *The Discourse Of YouTube: Multimodal Text In A Global Context*. New York: Routledge, 2017.
- Bentham, Jeremy. *Panoptikon: Gözün İktidarı*. çev. Barış Çoban - Zeynep Özarslan. İstanbul: Su Yayınevi, 2019.

- Berg, Bruce L. - Lune, Howard. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. çev. Asım Arı. Konya: Eğitim Kitabevi, 2019.
- Berger, Peter L. “Dini Kurumlar”. çev. Adil Çiftçi. *Dokuz Eylül İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9 (1995), 425-465.
- Berger, Peter L. *Kutsal şemsiye: Dinin sosyolojik teorisinin ana unsurları*. çev. Ali Coşkun. İstanbul: Rağbet Yayınları, 5. Baskı., 2015.
- Bhatia, Kiran Vinod. “Religious Subjectivities and Digital Collectivities on Social Networking Sites in India”. *Studies in Indian Politics* 9/1 (2021), 21-36. <https://doi.org/10.1177/2321023021999141>
- Bhatia, Kiran Vinod - Pathak-Shelat, Manisha. *Challenging Discriminatory Practices of Religious Socialization among Adolescents: Critical Media Literacy and Pedagogies in Practice*. Cham: Palgrave Macmillan, 2019. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-29574-5>
- Bilgin, Vejdi. “Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü”. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 12/1 (2003), 193-214.
- Blacburne, Simon. *The Oxford Dictionary of Philosophy*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- Blumer, Herbert. “Social Psychology”. *Man and Society: A Substantive Introduction to The Social Science*. ed. Emerson P. Schmidt. New York: Prentice-Hall, 1937.
- Blumer, Herbert. “Sociological Theory in Industrial Relations”. *American Sociological Review* 12/3 (1947), 271-278. <https://doi.org/10.2307/2086516>
- Blumer, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. California: University of California Press, 1986.
- Bocock, Robert. *Consumption*. London: Routledge, 1993.
- Bora, Aksu. *Kadınların Sınıfı: Ücretli Ev Emegi ve Kadın Öznelliğinin İnşası*. İstanbul: İletişim Yayınları, 3. Basım, 2010.
- Bora, Tanıl. *Cereyanlar: Türkiye’de Siyasi İdeolojiler*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2017.

- Bouilliot, Charlotte. *YouTube, The Home of Vlogging: The Rise of Video on Demand*. çev. Emma Hanna. 50Minutes.com, 2017.
- Bourdieu, Plerre. "Erving Goffman: Discoverer of the Infinitely Small". *Theory, Culture & Society* 2/1 (1983), 112-113. <https://doi.org/10.1177/0263276483002001012>
- Bowman, Timothy David. "Backstage or Front Stage with YouTube". University of Illinois, 2010.
- Braidotti, Rosi. "Postface". *Postcolonial Studies* 24/4 (02 Ekim 2021), 528-533. <https://doi.org/10.1080/13688790.2021.1985266>
- Brasher, Brenda E. *Give Me That Online Religion*. San Francisco: Jossey-Bass, 1. Basım, 2001.
- Bruns, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang, 2008.
- Bucy, Eric P. - Gregson, Kimberly S. "Media Participation: A Legitimizing Mechanism of Mass Democracy". *New Media&Society* 3/3 (2001), 359-382.
- Bunt, Gary R. *Dijital Çağda İslam: E-Cihad, Online Fetvalar ve siber İslami Çevreler*. çev. Nil Erdoğan. İstanbul: Babil Yayınları, 2007.
- Bunt, Gary R. *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2018.
- Bunt, Gary R. *Islam in the digital age: E-jihad, online fatwas and cyber Islamic environments*. London: Pluto Press, 2003.
- Bunt, Gary R. *Virtually Islamic: Computer-mediated communication and cyber Islamic environments*. Cardiff: University of Wales Press, 2000.
- Burgess, Jean. "Blogging to Learn, Learning to Blog". *Uses of Blogs*. ed. Axel Bruns - Joanne Jacobs. 105-114. New York: Peter Lang, 2007.
- Burgess, Jean - Green, Joshua. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Malden: Polity Press, 2009.

- Dijital Diyaloglar: Dijital Katılım Değerlendirme Araç Seti.* çev. Emin Merih Bursalı. Hansard Society, 2012. https://www.tepav.org.tr/upload/mce/genel/2012/dijital_diyaloglar__dijital_katilim_degerlendirme_arac_seti.pdf
- Dijital Diyaloglar: Dijital Katılım Rehberi.* çev. Emin Merih Bursalı. Hansard Society, 2012. http://www.sp.gov.tr/upload/xSpKutuphane/files/nshvc+Dijital_Katilim_Rehberi.pdf
- Bürger, Peter. *Theory of the Avant-Garde.* çev. Michael Shaw. Manchester: Manchester University Press, 1984.
- Campbell, Heidi. “Religion and the Internet”. *Communication Research Trends* 25/1 (2006), 1-43.
- Campbell, Heidi. “Who’s Got the Power? Religious Authority and the Internet”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12/3 (2007), 1043-1062. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x>
- Campbell, Heidi - Lövheim, Mia. “Introduction: Rethinking the Online–Offline Connection in the Study of Religion Online”. *Information, Communication and Society* 14/8 (2011), 1083-1096. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.597416>
- Campbell, Heidi A. *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority.* London: Routledge, 2021.
- Campbell, Heidi A. “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”. *Journal of the American Academy of Religion* 80/1 (2012), 64-93.
- Campbell, Heidi A. *When Religion Meets New Media.* London: Routledge, 2010.
- Campbell, Heidi A. - Garner, Stephen. *Networked Theology: Negotiating Faith in Digital Culture.* Michigan: Baker Academic, 2016.
- Cardell, Kylie. *Dear World: Contemporary Uses of the Diary.* Madison: University of Wisconsin Press, 2014.
- Carter, Joe. “Beginner’s Toolbox: Blogging”. *The New Media Frontier: Blogging, Vlogging and Podcasting for Christ.* ed. John Mark Reynolds - Roger Overton. 69-80. Wheaton: Crossway Books, 2008.

- Castells, Manuel. *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt-1, Ağ Toplumunun Yükselişi*. çev. Ebru Kılıç. 1. Cilt Cilt. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2. Basım, 2008.
- Castells, Manuel. *İnternet Galaksisi: İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler*. çev. Tuğba Asrak Hasdemir. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2020.
- Cavan, Sherri. “When Erving Goffman Was a Boy: The Formative Years of a Sociological Giant”. *Symbolic Interaction* 37/1 (2014), 41-70. <https://doi.org/10.1002/symb.83>
- Challies, Tim. *The Next Story: Life and Faith after the Digital Explosion*. Erişim 16 Aralık 2022.
- Chandler, Daniel - Munday, Rod. *Medya ve İletişim Sözlüğü*. çev. Babacan Taşdemir. İstanbul: İletişim Yayınları, 2018.
- Cheong, Pauline Hope. “Authority”. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. ed. Heidi A. Campbell - Ruth Tsuria. 87-102. London: Routledge, 2. Baskı., 2022.
- Cohn, Neil. *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images*. London: Bloomsbury Academic, 2013.
- Collins, Patricia Hill. *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*. New York: Routledge, 2. Baskı., 2000.
- Comte, Auguste. *Pozitif Felsefe Dersleri ve Pozitif Anlayış Üzerine Konuşma*. çev. Erkan Ataçay. Ankara: Bilgesu Yayıncılık, 2015.
- Cooley, Charles Horton. *Human Nature And The Social Order*. New York: Charles Scribner’s Sons, 1902.
- Corréard, Marie-Hélène (ed.). *The Oxford–Hachette French Dictionary: French-English, English-French*. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- Cottle, Simon. *Mediatized Conflicts*. New York: Open University Press, 2006.
- Cover, Rob. “Becoming and Belonging: Performativity, Subjectivity, and the Cultural Purposes of Social Networking”. *Identity Technologies: Constructing the Self*

- Online. ed. Anna Poletti - Julie Rak. 55-69. Madison: The University of Wisconsin Press, 2014.
- Creswell, John W. *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. çev. Mesut Bütün - Selçuk Beşir Demir. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2013.
- Cronbach, Lee J. *Designing Evaluations of Educational and Social Programs*. San Francisco: Jossey-Bass, 1982.
- Çalık, Nilüfer Sena. “Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fıkıhî Açısından Değerlendirilmesi”. *Turkish Academic Research Review - Türk Akademik Araştırmalar Dergisi [TARR]* 3/1 (2018), 25-44. <https://doi.org/10.30622/tarr.402056>
- Çalışkan, Sadık. *Türkiye’de Reklam Filmlerinde Hikaye Anlatıcılığı Kullanımı: 2017 Kristal Elma Festivali Örneği*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Doktora, 2018.
- Çamdereli, Mete. *Din Ekranda Nasıl Durur? Medyada Dinin Popüler Temsilleri*. İstanbul: Ketebe Yayınevi, 2018.
- Çerçi, Merve. “Otonom Duyusan Meridyen Tepki (ASMR) Reklamlarının Duygu Oluşturmadaki Rolü”. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication* 11/3 (2021), 932-942.
- Çitil, Ebru. *Instagram’da Benlik Sunumu: Goffman’ın Dramaturjik Yaklaşımı*. İzmir: Ege Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020.
- Dalkılıç, Muhammed Mücahid. *Gözetimin Dönüşümü ve Sosyal Medya’da Benliğin Sunumu: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2023.
- Danzig, Richard vd. *Aum Shinrikyo: Insights into How Terrorists Develop Biological and Chemical Weapons*. Center for a New American Security, 2012.
- David Brin. *The Transparent Society: Will Thecnology Force Us to Choose Between Privacy and Freedom*. New York: Basic Books, 1998.
- Dawson, Christopher. “Kültür ve Din İlişkisi”. çev. Mehmet Ali Kirman. *Kültür ve Din*. ed. Mehmet Ali Kirman - Abdullah Özbolat. Adana: Karahan Kitabevi, 2014.

- Debord, Guy. *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*. çev. Ayşen Ekmekçi - Okşan Taşkent. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.
- deChant, Dell. *The Sacred Santa: Religious Dimensions of Consumer Culture*. Eugene: Wipf and Stock Publishers, 2008.
- Deleuze, Gilles - Parnet, Claire. *Dialogues II*. New York: Columbia University Press, 2007.
- Demiral, Seran. “Dijital Teknoloji Aracılığıyla Çocuk Özneleşmesinin Olanakları”. *Doğubatu Düşünce Dergisi-Dijital Çağ* 86 (2018), 13-39.
- Demirezen, İsmail. *Tüketim Toplumu ve Din*. Dem Yayınları, 2021.
- Denzin, Norman K. - Lincoln, Yvonna S. *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. Los Angeles: SAGE, 4. Basım, 2013.
- Dereli, Mustafa Derviş. *Bir Müslüman Sosyal Medya’ya Nasıl Bakmalı?* Beyan Yayınları, 2022.
- Dereli, Mustafa Derviş. *Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora, 2018.
- Dereli, Mustafa Derviş. *Sanala Veda: Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları, 2022.
- Dick, Philip K. *Androidler Elektrikli Koyun Düşler Mi?* çev. Nur Yener. Alfa Yayınları, 2021.
- Dijk, Jan A. G. M. van. *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage Publications Ltd, 2. Baskı., 2006.
- Dijk, Teun A. van. *Discourse and Context. A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- Dijk, Teun A. van. *İdeoloji*. çev. Ayşe Demir. Ankara: Hece Yayınları, 2019.
- Dijk, Teun A. van. *News As Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, New edition., 1988.

- Dijk, Teun A. van. *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. New York: Cambridge University Press, 2009.
- Dijk, Teun A. van. "The Study of Discourse: Introduction". *Discourse Studies V. I*. London: Sage, 2007.
- Diken, Ebru Thwaites. *The Spectacle of Politics and Religion in the Contemporary Turkish Cinema*. London: Palgrave Macmillan, 2018.
- Dillon, Andrew. *Designing Usable Electronic Text*. Boca Raton: CRC Press, 2004.
- Duffy, Brooke Erin - Hund, Emily. "'Having It All' on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers". *Social Media + Society* 1/2 (2015), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305115604337>
- Durkheim, Emile. *Dini Hayatın İlk Biçimleri*. çev. Fuat Aydın. Ankara: Eski Yeni Yayınları, 3. Baskı., 2018.
- Eco, Umberto. "When the Other Appear on the Scene". *Fall* 52/3 (2002), 353-359.
- Eddy, Glensys. *Becoming Buddhist: Experiences of Socialization and Self-Transformation in Two Australian Buddhist Centres*. London: Continuum, 2012.
- Eickelman, Dale F. - Anderson, Jon W. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 2. Baskı., 2003.
- Einstein, Mara. *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. London: Routledge, 1. Basım, 2007.
- Eisenstadt, Shmuel Noah. *Modernleşme: Başkaldırı ve Değişim*. çev. Ufuk Coşkun. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2014.
- Eken, Metin. "Modern Görsel Kültürde M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri". *Bilimname* 43/3 (2020), 31-71. <https://doi.org/10.28949/bilimname.762744>
- Eken, Metin. *Modern Görsel Kültürde Online Din: M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri Üzerine Bir İnceleme*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019.
- Ellul, Jacques. *Sözün Düşüşü*. çev. Hüsamettin Arslan. İstanbul: Paradigma Yayıncılık, 3. Basım, 2012.

- Elwell, J. Sage. *Crisis of Transcendence: A Theology of Digital Art and Culture*. Lanham: Lexington Books, 2010.
- Ergenç, Kamil. *Epistemik Şiddet*. İstanbul: Yüzleşme Yayınları, 2022.
- Ertit, Volkan. *Sekülerleşme Teorisi: Sekülerleşen Türkiye'nin Analizi*. Ankara: Liberte Yayınları, 2019.
- Ertürk, Necati Erbil. "Dijital ve Varoluş: Dijitalin Soykütüğüne Doğru". *Doğubati Düşünce Dergisi-Dijital Çağ* 86 (2018), 157-171.
- Etikan, Ilker. "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling". *American Journal of Theoretical and Applied Statistics* 5/1 (2016), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Evolvi, Giulia. *Blogging My Religion Secular, Muslim and Catholic Media Spaces in Europe*. London: Routledge, 2018.
- Evolvi, Giulia. "Hybrid Muslim identities in Digital Space: The Italian Blog Yalla". *Social Compass* 64/2 (2017), 220-232.
- Fader, Ayala - Gottlieb, Owen. "Occupy Judaism: Religion, Digital Media, and the Public Sphere". *Anthropological Quarterly* 88/3 (2015), 759-793.
- Fairclough, Norman. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge, 2003.
- Fairclough, Norman. *Media Discourse*. London: Arnold, 1995.
- Fiske, John. *Television Culture*. London: Routledge, 2001.
- Flick, Uwe. "Triangulation". *The Sage Handbook of Qualitative Research*. ed. Norman K. Denzin - Yvonna S. Lincoln. Los angeles: Sage, 2018.
- Foucault, Michel. *Bilginin Arkeolojisi*. çev. Veli Urhan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019.
- Foucault, Michel. *Deliliğin Tarihi*. çev. Mehmet Ali Kılıçbay. Ankara: İmge Yayınları, 4. Baskı., 2006.
- Foucault, Michel. *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. New York: Routledge, 2002.

- Freud, Sigmund. *Totem ve Tabu*. çev. Şemsettin Yeltekin. İstanbul: Araf Yayınları, 2013.
- Friedman, Lawrence M. *The Horizontal Society*. New Haven: Yale University Press, 1999.
- Gale, Richard M. *The Philosophy of William James: An Introduction*. Cambridge University Press, 2004.
- Gao, Wen vd. "Vlogging: A survey of videoblogging technology on the web." *ACM Computing Surveys* 42/4 (2010), 1-57.
- Gardiner, Michael. *Gündelik Hayat Eleştirileri*. çev. Deniz Özçetin vd. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2016.
- Garner, Stephen. "Theology and the New Media". *Digital Religion: Understanding Religious Practise in Digital Media*. ed. Heidi A. Campbell - Ruth Tsuria. London: Routledge, 2022.
- Geçer, Ekmel. *Sosyal Medya ve İletişim Psikolojisi: Kişilik, Kutuplaşma ve Algoritma*. İzmir: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2. Baskı., 2020.
- Gere, Charlie. *Digital Culture*. London: Reaktion Books, 2. Baskı., 2008.
- Giddens, Anthony. *Mahremiyetin Dönüşümü: Modern Toplumlarda Cinsellik Aşk ve Erotizm*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000.
- Giddens, Anthony. *Modernite ve Bireysel-Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. çev. Ümit Tatlıcan. İstanbul: Say Yayınları, 2010.
- Gillespie, Alex. *Becoming Other: From Social Interaction to Self-Reflection*. Charlotte: Information Age Publishing, 2006.
- Gillespie, Charles A. "Theodramatic Themes and Showtime in Nassim Soleimanpour's White Rabbit Red Rabbi". *Religions* 11/1 (2020), 69-86. <https://doi.org/10.3390/books978-3-0365-2596-9>
- Gillett, James. "Internet Web Logs as Cultural Resistance: A Study of the SARS Arts Project". *Journal of Communication Inquiry* 31/1 (2007), 28-43. <https://doi.org/10.1177/0196859906294840>

- Glaisyer, Tom. "Political Factors: Digital Activism in Closed and Open Societies". *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. ed. Mary Joyce. 85-98. New York: Idebate Press, 2010.
- Glare, Peter G. W. (ed.). *Oxford Latin Dictionary*. Oxford: Clarendon Press, 1968.
- Glazier, Loss Pequeño. *Digital Poetics: The Making of E- Poetries*. Tuscaloosa: The University of Alabama Press, 2002.
- Goffman, Erving. *Asylums: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*. New York: Anchor Books, 1961.
- Goffman, Erving. *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*. çev. Ş. Geniş vd. Ankara: Heretik Yayıncılık, 6. Baskı., 2021.
- Goffman, Erving. *Etkileşim Ritüelleri: Yüz Yüze Davranış Üzerine Denemeler*. çev. Adem Bölükbaşı. Ankara: Heretik Yayınları, 3. Baskı., 2021.
- Goffman, Erving. *Forms of Talk*. University of Pennsylvania Press, 1981.
- Goffman, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press, 1986.
- Goffman, Erving. *Gender Advertisements*. Harper & Row, Revised., 1988.
- Goffman, Erving. *Günlük Yaşamda Beniğin Sunumu*. çev. Barış Cezar. İstanbul: Metis Yayınları, 4. Baskı., 2021.
- Goffman, Erving. *Kamusal Alanda İlişkiler*. çev. M. Fatih Karakaya. Ankara: Heretik Yayıncılık, 3. Baskı., 2021.
- Goffman, Erving. *Karşılaşmalar: Etkileşim Sosyolojisinde İki Çalışma*. çev. Sercan Çalcı. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2. Baskı., 2018.
- Goffman, Erving. *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*. çev. Fahri Öz - Devrim Kılıçer. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2020.
- Goffman, Erving. *Strategic Interaction*. University of Pennsylvania Press, 1970.
- Goffman, Erving. "The Arrangement between the Sexes". *Theory and Society* 4/3 (1977), 301-331.

- Goffman, Erving. *Tophum İçinde Davranmak: Etkileşimlerin Sosyal Düzenine Dair Açıklamalar*. çev. Adem Bölükbaşı. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2. Baskı., 2020.
- Goody, Jack. *Mit, Ritüel ve Söz*. çev. Damla Sezgi. İstanbul: Küre Yayınları, 2018.
- Gorz, Andre. *Maddesiz: Bilgi, Değer ve Sermaye*. çev. Işık Ergüden. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.
- Göle, Nilüfer. *Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme*. İstanbul: Metis Yayınları, 4. Baskı., 1993.
- Grimes, Ronald L. *Rite Out of Place: Ritual, Media, and the Arts*. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- Gröunlund, Åke. "Participation in the Digital Society". *Digital Government: Research and Practice* 1/2 (2020). <https://doi.org/10.1145/3361865>
- Güllüoğlu, Özlem. "Söylenmeyenin Analizi: Bellona Markasına Yönelik Tüketici Algısı Üzerine Bir Söylem Çözümlemesi". *İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri: Yazılı Metin Çözümleme*. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2012.
- Günay, Ünver. *Din Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan Yayınları, 13. Basım, 2014.
- Haberli, Mehmet. "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/2 (2019), 307-315.
- Haberli, Mehmet. *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*. İstanbul: Açılım Kitap, 2014.
- Habermas, Jürgen. *İletişimsel Eylem Kuramı: Eylem Rasyonelliği ve Toplumsal Rasyonelleşme*. çev. Mustafa Tüzel. İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1996.
- Habermas, Jürgen. *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*. çev. Mustafa Tüzel. İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1998.
- Habermas, Jürgen - Ratzinger, Joseph. *The Dialectics of Secularization on Reason and Religion*. San Francisco: Ignatius, 2006.

- Haga, Rannveig. “‘Freedom Has Destroyed the Somali Family:’ Somali Parents’ Experiences of Epistemic Injustice and its Influence on their Raising of Swedish Muslims”. *Making European Muslims: Religious Socialization among Young Muslims in Scandinavia and Western Europe*. ed. Mark Sedgwich. New York: Routledge, 2015.
- Hall, Donald E. *Subjectivity*. New York: Routledge, 2004.
- Han, Byung-Chul. *Şeffaflık Toplumu*. çev. Haluk Barışcan. İstanbul: Metis Yayınları, 2020.
- Han, Byung-Chul. *Yorgunluk Toplumu*. çev. Samet Yalçın. İstanbul: Açılım Kitap, 2019.
- Harari, Yuval Noah. *Hayvanlardan Tanrılara Sapiens İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi*. çev. Ertuğrul Genç. İstanbul: Kolektif Kitap, 2018.
- Harari, Yuval Noah. *Homo Deus: Yarının Kısa Bir Tarihi*. çev. Poyzan Nur Taneli. İstanbul: Kolektif Kitap, 2016.
- Hayward, Katy. “Conflict and Consensus”. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. 589-593. Elsevier, 2015. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.96010-0>
- Helland, Christopher. “Online Religion as Lived Religion: Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet”. *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 1/1 (2005), 1-16.
- Helland, Christopher. “Virtual Religion: A Case Study of Virtual Tibet”. *Oxford Handbook Topics in Religion*. ed. Oxford Handbooks Editorial Board. 1-24. Oxford: Oxford University Press, 2014. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199935420.013.43>
- Helland, Christopher - Kienzl, Lisa. “Ritual”. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. ed. Heidi Campbell - Ruth Tsuria. 40-55. London: Routledge, 2022.
- Hepp, Andreas. *Medyatikleşen Kùltürler*. çev. Çiğdem Bozdağ - Elif Posos Devrani. Ankara: Dipnot Yayınları, 2015.

- Hjarvard, Stig. "From Mediation to Mediatization: The Institutionalization of New Media". *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. ed. Andreas Hepp - Friedrich Krotz. 123-139. London: Palgrave Macmillan, 2014.
- Hjarvard, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge, 2013.
- Hjarvard, Stig. "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change". *Northern Lights* 6/1 (2008), 9-26. <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>
- Hjarvard, Stig. "Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion". *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. ed. Stig Hjarvard - Mia Lövhelm. 21-44. Göteborg: Nordicom, 2012.
- Hochschild, Arlie Russell. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. California: University of California Press, 1985.
- Hochschild, Arlie Russell. *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home*. London: Penguin Publishing Group, 2012.
- Hodkinson, Paul. "Subcultural Blogging? Online Journals and Group Involvement among U.K. Goth". *Uses of Blogs*. ed. Axel Bruns - Joanne Jacobs. 187-197. New York: Peter Lang, 2007.
- Hoover, Stewart. *Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse*. Thousand Oaks: Sage, 1998.
- Hoover, Stewart. *The Third Spaces of Digital Religion*. Routledge, 2015. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3315.4641>
- Hoover, Stewart M. *Religion in the Media Age*. London: Routledge, 2006.
- Hoover, Stewart M. - Echchaibi, Nabil. "Introduction". *Media and Religion: The Global View*. Berlin: De Gruyter, 2021.
- Horkheimer, Max. *Akıl Tutulması*. İstanbul: Metis Yayınları, 4. Basım., 1998.
- Horsfield, Peter. "The Media and Religious Authority from Ancient to Modern". *The Media and Religious Authority*. ed. Stewart M. Hoover. 37-66. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016. <https://doi.org/10.5325/j.ctv14gp1zt.6>

- Hull, Glynda A - Katz, Mira-Lisa. "Crafting an Agentive Self: Case Studies of Digital Storytelling". *Research in the Teaching of English* 41/1 (2006), 43-81.
- Hutchings, Tim. "Network Theology Christian Understandings of New Media". *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 1/1 (2012).
- İlhan, M. Emin. *Kültürel Bellek: Sözlü Kültürden Yazılı Kültüre Hatırlama*. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2018.
- Jager, Siegfried. "Discourse and Knowledge: Theoretical and methodological aspects of a critical discourse and dispositive analysis". *Methods of Critical Discourse Analysis*. ed. Ruth Wodak - Michael Meyer. London: Sage, 2001.
- Jameson, Fredric. *Postmodernism or The Culture Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press, 1997.
- Jaworski, Gary D. "Erving Goffman: The Reluctant Apprentice". *Symbolic Interaction* 23/3 (2000), 299-308. <https://doi.org/10.1525/si.2000.23.3.299>
- Jędrzejewski, Jan. "Religion as Spectacle: Hardy and Christian Ritual". *Thomas Hardy and the Church*. ed. Jan Jędrzejewski. 120-169. London: Palgrave Macmillan UK, 1996. https://doi.org/10.1057/9780230378278_4
- Jenkins, Henry. "From YouTube to WeTube..." *Henry Jenkins*. 12 Şubat 2008. Erişim 17 Mart 2023. http://henryjenkins.org/blog/2008/02/from_youtube_to_wetube.html
- Jenkins, Henry. "What Happened Before YouTube". *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. ed. Jean Burgess - Joshua Green. 109-125. Malden: Polity Press, 2009.
- Joas, Hans - Huebner, Daniel R. *The Timeliness of George Herbert Mead*. Chicago: University Of Chicago Press, 2016.
- Johns, Mark D. "Ethical Issues in the Study of Religion and New Media". *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. ed. Heidi Campbell - Ruth Tsuria. 250-265. London: Routledge, 2022.
- Joyce, Mary. "Conclusion: Building the Future of Digital Activism". *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. ed. Mary Joyce. 209-216. New York: Idebate Press, 2010.

- Joyce, Mary. "Introduction: How to Think About Digital Activism". *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. ed. Mary Joyce. 1-14. New York: Idebate Press, 2010.
- Jung, Carl Gustav. *Two Essays On Analytical Psychology*. çev. H. G. Baynes. London: Bailliere, Tindall & Cox, 1928.
- Justice, Deborah. "Multi-site Mediated Worship: Why Simulcast Sermons Need Live Local Praise Bands". *Media and Religion: The Global View*. ed. Stewart M. Hoover - Nabil Echchaibi. 63-81. Berlin: De Gruyter, 2021.
- Kang, Jaeho. *Walter Benjamin ve Medya: Modernitenin Gösterisi*. çev. Deniz Gedizlioğlu. İstanbul: Kafka Yayınları, 2015.
- Karaarslan, Faruk. "Post Seküler Din Halleri ve Dinin Dijitalleşmesi". *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*. ed. Mete Çamdereli vd. 13-44. İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.
- Karasar, Niyazi. *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2020.
- Karayemiş, Oğuz. "Dijitalleşme ve Öznelliğin Üretimi: Aşırı-İletişim Çağının Bir Ön Panoraması". *Doğu Batı Dergisi: Dijital Çağ* 86/1 (2018), 39-61.
- Kennedy, Ümit. "Arriving on YouTube: Vlogs, Automeia and Autoethnography". *Life Writing* 18/4 (02 Ekim 2021), 563-578. <https://doi.org/10.1080/14484528.2021.1927485>
- Kenneth Burke. *A Rhetoric of Motives*. New York: George Braziller, 1955.
- Kinnaman, David - Matlock, Mark. *Faith for exiles : 5 ways for a new generation to follow Jesus in digital babylon*. Michigan: Baker Books, 2019.
- Kirchhof, Dhanya Fee. "Ravidassia: Neither Sikh nor Hindu? Mediatized Religion in anti-Caste Contexts". *Mediatized Religion in Asia: Studies on Digital Media and Religion*. ed. Kerstin Radde-Antweiler - Xenia Zeiler. 121-138. New York: Routledge, 2019.
- Kirman, Mehmet Ali. *Din Sosyolojisi Sözlüğü*. Adana: Karahan Kitabevi, 2016.

- Kleinberg-Levin, David. *Heidegger's Phenomenology of Perception : An Introduction*. London: Rowman & Littlefield International, 2019.
- Kolektif. *Taarruz / Eğlendirerek Hükmetmek Halklara Karşı Kitle Kültürü*. çev. Yusuf Polat. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2013.
- Kollock, Peter - Smith, Marc. "Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities". *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. ed. Susan C. Herring. 109-128. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 1996.
- Kozinets, Robert V. - Rossella Gambetti (ed.). *Netnography Unlimited: Understanding Technoculture Using Qualitative Social Media Research*. London: Routledge, 2021.
- Kress, Gunther. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge, 2010.
- Kress, Gunther - Leeuwen, Theodoor van. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 2006.
- Kurzweil, Ray. *İnsanlık 2.0*. çev. Mine Şengel. İstanbul: Alfa Yayınları, 2020.
- Kurzweil, Ray. *The Singularity Is Near: When Humans Transcend Biology*. New York: Penguin Group, 2005.
- Lacan, Jacques. *The Seminar of Jacques Lacan: Freud's Papers on Technique*. çev. John Forrester. New York: Cambridge University Press, 1991.
- Lacan, Jacques. *The Seminar of Jacques Lacan: The Ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis*. çev. Sylvana Tomaselli. New York: Cambridge University Press, 1991.
- Latief, Mohammad. "Assumption and Hypothesis in Language Learning Research". *University of Pittsburg*, 1-16.
- Leeuwen, Theodoor van. *Discourse and Practice: New Tools For Critical Discourse Analysis*. New York: Oxford University Press, 2008.
- Leiter, Samuel L. *A Kabuki Reader: History and Performance*. New York: M.E. Sharpe, 2002.

- Lindberg, Van. *Intellectual Property and Open Source: A Practical Guide to Protecting Code*. Cambridge: Oreily, 2008.
- Linebaugh, Peter. *Ned Ludd ve Queen Mab*. çev. Deniz Esen. İstanbul: Otonom Yayıncılık, 2014.
- Livingstone, Sonia. "Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression". *New Media & Society* 10/3 (2008), 393-411. <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Lofland, John. *Doomsday Cult: A Study of Conversion, Proselytization, and Maintenance of Faith*. New York: Irvington Publishers, 1977.
- Lofland, John. *The World-Savers: A Field Study of Cult Processes*. Ann Arbor: University of California, Berkeley, Ph.D., ts. Erişim 27 Temmuz 2023
- Lovink, Geert. "The Art of Watching Databases: Introduction to the Video Vortex Reader". *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. ed. Geert Lovink - Sabine Niederer. 9-12. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008.
- Lövheim, Mia. "A Voice of Their Own. Young Muslim Women, Blogs and Religion". *Mediatization and Religion: Nordic Perspective*. ed. Stig Hjarvard - Mia Lövheim. 129-145. Göteborg: Nordicom, 2012.
- Lövheim, Mia. "Mediatization: Analyzing Transformations of Religion From a Gender Perspective". *Media, Culture & Society* 38/1 (2016), 18-27. <https://doi.org/10.1177/0163443715615411>
- Lövheim, Mia. "Religious Socialization in a Media Age". *Nordic Journal of Religion and Society* 25/2 (10 Ekim 2012), 151-168. <https://doi.org/10.18261/ISSN1890-7008-2012-02-03>
- Lövheim, Mia - Lundmark, Evelina. "Identity". *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. London: Routledge, 2. Basım, 2021.
- Luhmann, Niklas. *Trust and Power*. Cambridge: Polity Press, 2017.

- Lundby, Knut. "Conclusion: Consensus and Conflict". *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. ed. Knut Lundby. 293-303. New York: Peter Lang Publishing, 2009.
- Lundby, Knut. *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self-representations in New Media*. New York: Peter Lang Publishing, 2008.
- Lundby, Knut. "Public Religion in Mediatized Transformations". *Institutional Change in the Public Sphere*. ed. Fredrik Engelstad vd. 241-263. Berlin: De Gruyter, 2017.
- Machin, David - Leeuwen, Theodoor van. *Global Media Discourse: A Critical Introduction*. London: Routledge, 2007.
- Mahçupyan, Etyen. "Ölüm Döşesindeki Entellekt". *Doğu Batı: Söylem Üstüne Söylem*. 179-182. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011.
- Malinowski, Bronislaw. *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*. çev. Deniz Uludağ. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2016.
- Mardin, Şerif. *Din ve İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları, 23. Baskı., 2015.
- Marks, Stephen R. - MacDermid, Shelley M. "Multiple Roles and the Self: A Theory of Role Balance". *Journal of Marriage and Family* 58/2 (1996), 417-432. <https://doi.org/10.2307/353506>
- Marshall, Catherine - Rossman, Gretchen B. *Designing Qualitative Research*. Los Angeles: SAGE, 6. Basım, 2016.
- Martin-Barbero, Jesus. *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*. London: Sage, 1993.
- McKenna, Katelyn Y. A. - Bargh, John A. "Plan 9 From Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology". *Personality and Social Psychology Review* 4/1 (2000), 57-75. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0401_6
- McLuhan, Marshall. *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*. çev. Gül Çağalı Güven. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2001.

- McLuhan, Marshall - Fiore, Quentin. *Medium is the Massage*. Berkeley: Gingko Press, 2005.
- McLuhan, Marshall - Powers, Bruce R. *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*. çev. Bahar Öcal Düzgören. İstanbul: Scala Yayıncılık, 1988.
- Mead, George Herbert. *The Philosophy of the Present*. London: Open Court, 1932.
- Mead, George Herbert. *Zihin, Benlik ve Toplum*. çev. Yeşim Erdem. Ankara: Heretik Yayıncılık, 3. Baskı., 2021.
- Merriam, Sharan B. “How Context Shapes The Design and Implementation of A Qualitative Study”. *Qualitative Research in Practice: Examples For Discussion and Analysis*. ed. Sharan B. Merriam - Robin S. Grenie. San Francisco: Jossey-Bass, 2019.
- Merriam-Webster, Inc. *Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary*. Springfield: Merriam-Webster, 1994.
- Meyer, Birgit. “Material Mediations and Religious Practices of World-Making”. *Religion Across Media: From Early Antiquity to Late Modernity*. ed. Knut Lundby. 1-19. New York: Peter Lang, 2013.
- Meyer, Birgit - Moors, Annelies. “Introduction”. *Religion, Media, And the Public Sphere*. 1-25. Bloomington: Indiana University Press, 2005.
- Meyer, Michael. “Between Theory, Method, and Politics: Positioning of the Approaches of CDA”. *Methods of Critical Discourse Analysis*. ed. Ruth Wodak - Michael Meyer. 14-32. London: Sage, 2001.
- Meyrowitz, Joshua. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press, 1985.
- Micalizzi, Alessandra. “Cyber-Self: In Search of a Lost Identity?” *Identity Technologies: Constructing the Self Online*. ed. Anna Poletti - Julie Rak. Madison: The University of Wisconsin Press., 2013.

- Miegel, Fredrik. "Values, lifestyles and family communication". *Media Effects and Beyond Culture, socialization and Lifestyles*. ed. Karl Erik Rosengren. 180-211. London: Routledge, 2005.
- Mirzoeff, Nicholas. "The Subject of Visual Culture". *The Visual Culture Reader*. ed. Nicholas Mirzoeff. London: Routledge, 2002.
- Misoch, Sabina. "Card Stories on YouTube: A New Frame for Online Self-Disclosure". *Media and Communication* 2/1 (2014), 2-12.
- Mitchell, W. J. Thomas. *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago: University of Chicago Press, 1986.
- Moberg, Marcus. "First-, Second-, and Third-Level Discourse Analytic Approaches in the Study of Religion: Moving from Meta-Theoretical Reflection to Implementation in Practice". *Religion* 43/1 (2013), 4-25. <https://doi.org/10.1080/0048721X.2013.742742>
- Moberg, Marcus vd. "From socialization to self-socialization? Exploring the role of digital media in the religious lives of young adults in Ghana, Turkey, and Peru". *Religion* 49/2 (03 Nisan 2019), 240-261. <https://doi.org/10.1080/0048721X.2019.1584353>
- Morozov, Evgeny. "Socialize the Data Centres!" *New Left Review* 91 (2015), 45-66.
- Morris, Charles W. *Foundations of the Theory of Signs*. Chicago: University of Chicago Press, 1938.
- Murdoch, Steven. "Destructive Activism: The Double-Edged Sword of Digital Tactics". ed. Mary Joyce. New York: iDebate Press, 2010.
- Mutlu, Esra - Varol, Çiğdem. "Socio-Economic Differentiation And Spatial Segregation: Analysis Of Bursa Metropolitan Area". *MEGARON / Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal* 12/1 (2016), 87-105. <https://doi.org/10.5505/megaron.2016.04695>
- Narmanlıoğlu, Haldun. "Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet". *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*. ed. Mete Çamdereli vd. 69-108. İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.
- Negroponte, Nicholas. *Being Digital*. Alfred A. Knopf, 1995.

- Nelson, Theodor Holm. *Literary Machine*. Chicago: Mindful Press, 1982.
- Niedzwiecki, Hal. *Dikizleme Günlüğü*. çev. Gökçe Gündüç. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2. Baskı., 2019.
- Norris, Sigrid - Jones, Rodney H. *Discourse in Action: Introducing Mediated Discourse Analysis*. London: Routledge, 2005.
- Okumuş, Ejder. “Din ve Sosyalleşme”. *Journal of Turkish Studies* 9/Volume 9 Issue 11 (01 Ocak 2014), 429-454. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.7398>
- Okumuş, Ejder. “Gösterişçi Dindarlık”. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 6/2 (2006), 19-32.
- Ong, Walter J. *Sözlü ve Yazılı Kültür*. çev. Sema Postacıoğlu Banon. İstanbul: Metis Yayınları, 6. Baskı., 2018.
- Ott, Kate. *Sex, Tech, and Faith: Ethics for a Digital Age*. Michigan: Grand Rapids, 2022.
- Özdemir, Mehmet. “Kültürün Dönüşümü veya Dijitalleşme”. *Dijital Kültür: Tradijital-Medya-İnternet-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*. ed. Mehmet Özdemir. Artvin: Arı Sanat Yayınevi, 2019.
- Özlem, Doğan. *Kavramlar ve Tarihleri*. İstanbul: Notos Kitap, 2016.
- Öztürk, Gülay. “Reklamlarda Dinsel Sembollerin Kullanımı”. *Medya ve Din*. ed. Mete Çamdereli vd. 289-324. İstanbul: Köprü Kitapları, 2014.
- Özyeğin, Gül. “Arzunun Nesnesi Olmak: Romans, Kırılgan Erkeklik ve Neoliberal Özne”. *Neoliberalizm ve Mahremiyet: Türkiye’de Beden, Sağlık ve Cinsellik*. ed. Ayşecan Terzioğlu vd. 151-178. İstanbul: Metis, 2011.
- Palinkas, Lawrence vd. “Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research”. *Administration and Policy in Mental Health* 42/5 (2015), 533-544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Park, Robert Ezra. *Race and Culture*. Glencoe: The Free Press, 1950.

- Pasha, Talaat. *Islamists in The Headlines: Critical Discourse Analysis of The Representation of The Muslim Brotherhood in Egyptian Newspapers*. Salt Lake: University of Utah, Doctoral Dissertation, ts.
- Patton, Michael Quinn. *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. çev. Mesut Bütün - Selçuk Beşir Demir. Ankara: Pegem Akademi, 2018.
- Pfadenhauer, Michaela. "In-Between Spaces. Pluralism and Hybridity as Elements of a New Paradigm for Religion in the Modern Age". *Human Studies* 39/1 (2016), 147-159. <https://doi.org/10.1007/s10746-016-9394-4>
- Pihlaja, Stephen. *Antagonism on YouTube: Metaphor in Online Discourse*. London: Bloomsbury Academic, 2014.
- Platon. *Phaidros*. çev. Ari Çokona. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2019.
- Poletti, Anna - Rak, Julie. "Introduction: Digital Dialogues". *Identity Technologies: Constructing The Self Online*. Wisconsin Studies In Autobiography. Madison: University Of Wisconsin Press, 2014.
- Poon, Jessie vd. "Media, Religion and the Marketplace in the Information Economy: Evidence from Singapore". *Environment and Planning A* 44 (2012), 1969-1985. <https://doi.org/10.1068/a44272>
- Postman, Neil. *Teknopoli: Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*. çev. Mustafa Yılmaz. Bursa: Sentez Yayınları, 2. Basım, 2016.
- Prenski, Mark. "Digital Natives, Digital Immigrants". *On the Horizon* 9/5 (ts.), 1-6.
- Prout, Alan. *The Future of Childhood: Towards the Interdisciplinary Study of Children*. London: Routledge, 2005.
- Radde-Antweiler, Kerstin. "Cyber-Rituals in Virtual Worlds: Wedding-Online in Second Life". *Masaryk University Journal of Law and Technology* 1/2 (2007), 185-196.
- Radde-Antweiler, Kerstin. "Rituals Online: Transferring and Designing Rituals". *Online - Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 2/1 (2006), 54-72. <https://doi.org/10.11588/rel.2006.1.376>

- Rainie, Lee - Wellman, Barry. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge: MIT Press, 2012.
- Raun, Tobias. *Out Online: Trans Self-Representation and Community Building on YouTube*. London: Routledge, 2016.
- Reisigl, Martin - Wodak, Ruth. *Discourse and Discrimination : Rhetorics of Racism and Antisemitism*. London: Routledge, 2001.
- Rheingold, Howard. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Boston: Addison-Wesley Publishing, 1993.
- Rheingold, Howard. *Virtual Reality*. California: Blackbirch Press, 2003.
- Richardson, Laurel - St Pierre, Elizabeth Adams. "Writing: a Method of Inquiry". *The Sage Handbook of Qualitative Research*. ed. Norman K. Denzin - Yvonna S. Lincoln. 1399-1410. Los Angeles: Sage, 2018.
- Ritzer, George. *The McDonaldization of Society: Into the Digital Age*. California: Sage Publications, 9. Baskı., 2019.
- Ritzer, George - Stepnisky, Jeffrey. *Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri*. çev. Irmak Ertuna Howison. Ankara: De Ki Basım Yayım, 2019.
- Robinson, Laura. "The Cyberself: the Self-ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in the Digital Age". *New Media & Society* 9/1 (2007), 93-110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Rogers, Everett. *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press, 1983.
- Rosenbloom, Andrew. "The Blogosphere". *Communications of the ACM* 47/12 (2004), 30-59. <https://doi.org/10.1145/1035134.1035161>
- Rosengren, Karl Erik. "The Media Panel Program (MPP) and Related Research". *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles*. ed. Karl Erik Rosengren. 34-39. London: Routledge, 2005.
- Rossette-Crake, Fiona. *Digital Oratory as Discursive Practice: From the Podium to the Screen*. Cham: Palgrave Macmillan, 2022.
- Ruby, Jay. "The Image Mirrored: Reflexivity and the Documentary Film". *Journal of the University Film Association* 29/4 (1977), 3-11.

- Sahu, Akhilendra - Malik, Saqib. *The YouTube: A Full History*. Chicago: Independent Publisher, 2019.
- Said, Edward. *Culture and Imperialism*. New York: Vintage Books, 1994.
- Said, Edward W. *Entelektüel: Sürgün Marjinal Yabancı*. çev. Tuncay Birkan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Said, Edward W. *Medyada İslam: Gazeteciler ve Uzmanlar Dünyaya Bakışımızı Nasıl Belirliyor*. çev. Aysun Babacan. İstanbul: Metis Yayınları, 2008.
- Sarı, Hasan. *Söylemden Kadraja Yeni Bir Nurcu Oluşum Olarak "Hayalhanem"*. Ankara: Akademisyen Kitabevi, 2023.
- Scheff, Thomas. "Goffman on Emotions: The Pride-Shame System". *Symbolic Interaction* 37/1 (2014), 108-121. <https://doi.org/10.1002/symb.86>
- Schirato, Tony - Webb, Jen. *Reading the Visual*. Sydney: Allen&Unwin, 2004.
- Schmidt, Garbi. "Dialectics of Authenticity: Examples of Ethnification of Islam Among Young Muslims in Sweden and the United States". *The Muslim World* 92 (2002), 1-17.
- Schuurman, Derek C. *Shaping a Digital World: Faith, Culture and Computer Technology*. InterVarsity Press, 2013.
- Sedgwich, Mark. "Introduction: Families, Governments, Schools, Alternative Spaces and the Making of European Muslims". *Making European Muslims: Religious Socialization Among Young Muslims in Scandinavia and Western Europe*. ed. Mark Sedgwich. New York: Routledge, 2015.
- Sennett, Richard. *Kamusal İnsanın Çöküşü*. çev. Serpil Durak - Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 7. Baskı., 2020.
- Shalin, Dmitri N. "Interfacing Biography, Theory and History: The Case of Erving Goffman". *Symbolic Interaction* 37/1 (2014), 2-40. <https://doi.org/10.1002/symb.82>
- Silverstone, Roger. *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press, 2007.

- Simmel, Georg. *Gizliliğin ve Gizli Toplamların Sosyolojisi*. çev. İdil Dündar. İstanbul: Pinhan Yayıncılık, 2019.
- Simmel, Georg. *The Sociology of George Simmel*. ed. Kurt H. Wolff. Illinois: The Free Press, 1964.
- Simonsen, Thomas. "Categorising YouTube". *MedieKultur* 51 (2011), 72-93. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v27i51.5483>
- Smith, Anthony D. *Toplumsal Değişme Anlayışı*. İstanbul: Gündoğan Yayınları, 2011.
- Smith, Dorothy E. *The Everyday World as Problematic: A Feminist Sociology*. Boston: Northeastern University Press, 1987.
- Smith, Sidonie - Watson, Julia. "Virtually Me: A Toolbox about Online Self-Presentation". *Identity Thecnologies: Constructing the Self Online*. ed. Anna Poletti - Julie Rak. 70-95. Madison: The University of Wisconsin Press, 2014.
- Solove, Daniel. *The Digital Person: Technology And Privacy In The Information Age*. New York: New York University Press, 2004.
- Solove, Daniel. *The Future of Reputation: Gossip, Rumor and Privacy on the Internet*. New Haven: Yale University Press, 2007.
- Sorokin, Pitirim. *Social and Cultural Dynamics*. Boston: Porter Sargent Publisher, 1970.
- Sözen, Edibe. *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Rafleksivite*. Ankara: Birleşik Yayınları, 2014.
- Spadaro, Antonio. *Cybertheology : Thinking Christianity in the Era of the İnternet*. çev. Maria Way. New York: Fordham University Press, 2014.
- Spivak, Gayatri Chakravorty. "Can the Subaltern Speak?" *Can The Subaltern Speak?: Reflections On The History Of An Idea*. ed. Rosalind C. Morris. 21-78. New York: Columbia University Press, 2010.
- Spivak, Gayatri Chakravorty. "Can the Subaltern Speak?" *Colonial Discourse and Post-Colonial Theory*. ed. Patrick Williams - Laura Chrisman. 66-111. New York: Routledge, 2013.
- Spradley, James P. *Participant Observation*. Florida: Hancourt Brace Jovanovich, 1980.

- Strangelove, Michael. *Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto: University of Toronto Press, 2010.
- Stutzman, Frederic. "An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities". *Idmaa Journal* 3/1 (ts.), 1-7.
- Sutinen, Erkki - Cooper, Anthony-Paul. *Digital Theology: A Computer Science Perspective*. Bingley: Emerald Publishing, 2021.
- Sütcü, Günseli Bayraktutan. *Blog Ortamı ve Türkiye’de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Doktora, 2010.
- Şimşek, Hasan - Yıldırım, Ali. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013.
- Şişman, Nazife. *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*. İstanbul: İnsan Yayınları, 5. Basım, 2019.
- Talbot, Mary. *Media Discourse: Representation and Interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007.
- Tangherlini, Timothy. "Erving Goffman: A Critical Introduction to Media and Communication Theory". *Folklore* 127/3 (2016), 371-373. <https://doi.org/10.1080/0015587X.2016.1220584>
- Tapscott, Don - Williams, Anthony D. *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York: Portfolio Hardcover, 2006.
- Taylor, Barry. *Entertainment Theology: New-Edge Spirituality in a Digital Democracy*. Michigan: Baker Publishing Group, 2008.
- Tekelioğlu, Orhan. "Moderniteye Sıkışan Özgürlük: Foucault’un 'Kendilik Teknolojileri'ne Bir Bakış". *Doğu Batı: Söylem Üstüne Söylem*. 25-55. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011.
- Third, Amanda vd. *Young and Online: Children’s Perspectives on Life in the Digital Age (State of the World’s Children 2017 Companion Report)*. Sydney: Unicef, 2017. https://www.unicef.org/media/48561/file/Young_and_Online_Children_perspectives_Dec_2017.pdf

- Thomas, William I. - Thomas, Dorothy Swaine. *The Child In America: Behavior Problems And Programs*. New York: Alfred A. Knopf, 1928.
- Thumim, Janet. *Inventing Television Culture: Men, Women and the Box*. New York: Oxford University Press, 2004.
- Thumim, Nancy. *Self Representation and Digital Culture*. London: Palgrave Macmillan, 2012.
- Toffler, Alvin. *Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı*. İstanbul: Koridor Yayıncılık, 2008.
- Tufekci, Zeynep. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press, 2017.
- Tufekci, Zeynep - Wilson, Christopher. "Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square". *Journal of Communication* 62/2 (2012), 363-379. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x>
- Turhan, Durmuş Gökhan. "Dijital Aktivizm". *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 26/1 (2017), 26-44.
- Turhan, Mümtaz. *Kültür Değişimleri: Sosyal Psikoloji Bağlamından Bir Tetkik*. Ankara: Altınordu Yayınları, 2018.
- Turkle, Sherry. *Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other*. Basic Books, 2010.
- Turkle, Sherry. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster, 1995.
- Turkle, Sherry. *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. New York: Penguin Publishing Group, 2015.
- Turkle, Sherry. *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. New York: The MIT Press, 20. Baskı., 2005.
- Turner, Jonathan H. vd. *Sosyolojik Teorinin Oluşumu*. çev. Ümit Tatlıcan. İstanbul: Sentez Yayınları, 6. Baskı., 2017.
- Turner, Victor. *Dramas, Fields, and Metaphors: Symbolic Action in Human Society*. Ithaca: Cornell University Press, 1975.

- Tüfekçi, Zeynep. "Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites". *Bulletin of Science, Technology & Society* 28/1 (2008), 20-36. <https://doi.org/10.1177/0270467607311484>
- Tüken, Yunus - Karateke, Tuncay. "An Evaluation of the YouTube Channel Contents of Ngos Carrying Out Non-Formal Religious Education Activities in the Context of Civil Religious Education". *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 10/1 (30 Haziran 2023), 1-29. <https://doi.org/10.46353/k7auifd.1260867>
- Türkoğlu, Tanol. *Digito Ergo Sum: Dijitalim Öyleyse Varım*. İstanbul: Beyaz Yayınları, 2017.
- Vattimo, Gianni. *Şeffaf Toplum*. çev. Ümit Hüsrev Yolsal. İstanbul: Say Yayınları, 2012.
- Veblen, Thorstein. *The Theory Of The Leisure Class*. A Penn State Electronic Classics Series Publication, 2003.
- Véliz, Carissa. *Privacy is Power: Why and How You Should Take Back Control of Your Data*. Bantam Press, 2020.
- Verhoeven, Jef. "An Interview with Erving Goffman, 1980". *Research on Language and Social Interaction* 26/3 (1993), 317-349.
- Vermeer, Paul. "Religious Education and Socialization". *Religious Education* 105/1 (29 Ocak 2010), 103-116. <https://doi.org/10.1080/00344080903472774>
- Vos, Nelvin. *Inter-Actions: Relationships of Religion and Drama*. Lanham: University Press of America, 2009.
- Wagner, Rachel. *Godwired: Religion, Ritual, and Virtual Reality*. New York: Routledge, 2012.
- Wallerstein, Immanuel. *World-Systems Analysis: An Introduction*. Durham: Duke University Press, ts.
- Wayne, David. "Theological Blogging". *The New Media Frontier: Blogging, Vlogging, and Podcasting for Christ*. ed. John Mark Reynolds - Roger Overton. 97-112. Wheaton: Crossway Books, 2008.
- Weber, Max. *Sosyoloji Yazıları*. çev. Taha Parla. İstanbul: Deniz Yayınları, 2008.

- Weber, Max. *Sosyolojinin Temel Kavramları*. çev. Medeni Beyaztaş. İstanbul: Yarın Yayınları, 2015.
- Weinberger, David. *Everything Is Miscellaneous: The Power of the New Digital Disorder*. New York: Henry Holt, 2007.
- Weiss, Gilbert - Wodak, Ruth. "Introduction: Theory, Interdisciplinarity and Critical Discourse Analysis". *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity*. London: Palgrave Macmillan, 2007.
- Wellman, Barry - Gulia, Milena. "Net-Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities". *Networks in the Global Village: Life in Contemporary Communities*. ed. Barry Wellman. 331-366. Boulder: Westview Press, 1999.
- West, Richard - Turner, Lynn H. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill Higher Education, 4. Baskı., 2010.
- Williams, Raymond. *Kültür ve Toplum (1780-1950)*. çev. Uygur Kocabaşoğlu. İstanbul: İletişim Yayınları, 2017.
- Winkin, Yves. "Erving Goffman: What is a life? The Uneasy Making of An Intellectual Biography". *Goffman and Social Organization: Studies in a Sociological Legacy*. 30-58. London: Psychology Press, 1999.
- Winston, Diane. "All the World's a Stage: The Performed Religion of the Salvation Army". *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*. ed. Stewart M. Hoover - Lynn Schofield Clark. 113-137. New York: Columbia University Press, 2002.
- Wodak, Ruth. "Aspects of Critical Discourse Analysis". *Zeitschrift Für Angewandte Linguistik* 36/10 (2002), 5-31.
- Wodak, Ruth (ed.). *Language Power and Ideology: Studies in Political Discourse*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1989.
- Wodak, Ruth. *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. London: Palgrave Macmillan, 2009.
- Wodak, Ruth. "The Discourse-Historical Approach". *Methods of Critical Discourse Analysis*. ed. Ruth Wodak - Michael Meyer. London: Sage, 2001.

- Wolf, Alison - Wallace, Ruth A. *Çağdaş Sosyoloji Kuramları: Klasik Geleneğin İyileştirilmesi*. çev. Mehmet Rami Ayas - Leyla Elburuz. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 6. Baskı., 2015.
- Yakupoğlu, Mukadder. “Özne ve Söylem”. *Doğu Batı: Söylem Üstüne Söylem*. 79-90. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011.
- Yakut, Sümeyra. *Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini Öğrenmelerine Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma*. İnönü Üniversitesi, Yüksek Lisans, 2023.
- Yücel, Özdemir. “Dijital Ortamın Folklorik İletişimi: Kültürel Melezleşme”. *Dijital Kültür-2; Yeni Medya-Küreyerelleşme-Hibritleşme-Dil-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*. ed. Fatih Balcı. Kayseri: Arı Sanat Yayınevi, 2020.
- Zeyd, Nasr Hamid Ebu. *Bilimsel Bilgi ve Aforoz Korkusu Arasında Yenilik Yasaklama ve Yorum*. İstanbul: Mana Yayınları, 2014.
- Bölgesel İklim Değişikliği Eylem Planları*. Ankara: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020.
- The Oxford English Dictionary: D-E*. Oxford: Clarendon Press, 4. Baskı., 1978.
- Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 2017.
- YouTube Culture & Trends Report (2022)*. <https://kstatic.googleusercontent.com/files/c89d239239295a08f39c8a6c7cbbd37f17f5732b51982ee9eca1c0f9010f7292062b52598dc97bbebf8ffa77cc9a92368ee6382a6380d4c6fc111be1d19cc5aa>

İNTERNET KAYNAKLARI

- <http://elahi.wayne.edu/track/>
- <https://about.youtube/>
- <https://furkanvakfi.org/alparslan-kuytul-hocaefendii-cuma-namazi-fikhi-bir-meseledir-herkes-kendi-isini-yapsin.html>
- <https://socialimpact.youtube.com/about/>
- <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/featured-policies/hate-speech?hl=tr>

<https://www.euronews.com/next/2022/02/01/god-has-entered-the-metaverse-and-worship-in-virtual-worlds-is-booming>

<https://www.hansardsociety.org.uk/>

<https://www.huzme.info>

<https://www.siviltoplum.gov.tr/illere-ve-faaliyet-alanlarina-gore-dernekler>

https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2010/april/documents/hf_ben-xvi_spe_20100424_testimoni-digitali.html

<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>

<https://www.youtube.com/shorts/58xEoH1Z76c>

https://www.youtube.com/shorts/N_aK7z2qdcS

<https://www.youtube.com/watch?v=2LXRWsEdpD4>

<https://www.youtube.com/watch?v=3tmm6PAuA90>

https://www.youtube.com/watch?v=534_EpU7WKk

<https://www.youtube.com/watch?v=fb1MTd-gmPQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=h2vdGWT0mcw>

<https://www.youtube.com/watch?v=J0Mb7k2drZk>

<https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

<https://www.youtube.com/watch?v=KcrNMbHC2Mc>

<https://www.youtube.com/watch?v=mqtFytJJ6q4>

https://www.youtube.com/watch?v=P-ma_LAfkZ0

<https://www.youtube.com/watch?v=v89BTxm1Yzs>

<https://www.youtube.com/watch?v=WNIWSDvDyD4>

EKLER

Ek 1. Gözlem Formu

GÖZLEM FORMU-1

Gözlem Yeri	
Gözlemci Rolü	
Gözlem Kategorisi	Fiziksel Ortam
Fiziksel çevre nasıl düzenlenmiştir?	
Mekanın Bağlamı Nedir? (Konumu ve bina içindeki yeri)	
Ortamın tasarlanmasında hangi davranışlar etkili olmuştur?	
Diğer hususlar	

GÖZLEM FORMU-2

Gözlem Yeri	
Gözlemci Rolü	
Gözlem Kategorisi	Etkileşim ve etkinlikler
Ortamda neler olmaktadır?	
Etkinlikler veya ritüellerin sıralanma biçimleri nasıldır?	
Mekandaki oyuncu ve izleyicilerin etkileşim düzeyleri nasıldır?	
Etkileşim biçimlerini belirleyen normlar nelerdir?	
Etkinliklerin nitelikleri (sıradan veya nadir)	
Etkinliklerin başlama ve bitiş zamanlaması	
Diğer hususlar	

Ek 2. Etik kurul kararı

T.C. İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu			
Oturum Tarihi : 12-10-2023		Oturum Sayısı : 12	
Karar Sayısı : 3			
Etik Açidan Uygun			
Çalışma Adı		Dinin Dijital Kültürdeki Görünümleri Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme: YouTube Örneği	
Araştırmacılar		Araştırma Görevlisi Fatma ÇİÇEK (Yürütücü) Prof.Dr. Mustafa ARSLAN (Danışman)	
Başkan		Prof.Dr. Yüksel GÖĞEBAKAN	
Kurul Üyeleri			
Kullanıcı Mehmet YILMAZ		Prof.Dr. Yusuf BATAR	
Prof.Dr. Mehmet ÖNAL		Prof.Dr. Mehmet GÜNGÖR	
Prof.Dr. Süleyman ÇALDAK		Prof.Dr. Nesrin SİS	
Prof.Dr. Lutfiye ÖZDEMİR			