

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE ve DİN BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

YENİ BİR NURCU OLUŞUM OLARAK “HAYALHANEM”

Hasan SARI

DOKTORA TEZİ

ADANA / 2023

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE ve DİN BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

YENİ BİR NURCU OLUŞUM OLARAK “HAYALHANEM”

Hasan SARI

Danışman: Prof. Dr. Mehmet Ali KİRMAN

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Abdullah ÖZBOLAT

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Muhammet YILMAZ

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Hüsnü Ezber BODUR

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Ramazan AKKIR

DOKTORA TEZİ

ADANA / 2023

ukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu alışma, jürimiz tarafından Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalında
DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Mehmet Ali KİRMAN
(Danışman)

ye: Prof. Dr. Abdullah ÖZBOLAT

ye: Prof. Dr. Muhammet YILMAZ

ye: Prof. Dr. Hüsnü Ezber BODUR

ye: Doç. Dr. Ramazan AKKIR

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen ğretim elemanlarına ait olduklarını onaylıyorum.

.../.../2023

Prof. Dr. Serap ÇABUK

Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, izelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. / / 2023

Hasan SARI

ÖZET

YENİ BİR NURCU OLUŞUM OLARAK “HAYALHANEM”

Hasan SARI

Doktora Tezi, Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Mehmet Ali KİRMAN

Nisan 2023, 254 sayfa

Toplumsal bağlam ile teknolojik bağlamın her geçen gün iç içe geçtiği sosyal hayat, yeni çağda hızlı bir değişim sergilemektedir. Din ile sosyal medyanın kesiştiği noktada dinî gruplaşmanın “nasıl”ının ve “neden”inin peşine düğüldüğü bu saha araştırmasında “dijital Nurcu” bir oluşum sayılabilecek “Hayalhanem” derneği incelenmiştir. Çalışma; nitel araştırma yaklaşımı benimsenerek etnografik desen ile hazırlanmış, yer yer nicel verilere de başvurulmuştur. Dinî dijitalleşme olgusuna eleştirel yaklaşılmış, grubun kullandığı dinî söylem medya bağlamında irdelenmiştir. Sonuçta postseküler toplumun yapısal dindarlığından yararlanan yeni bir dinî oluşumla karşılaşılmıştır. Bu yeni oluşumun “modern kült” organizasyonlara benzeyen bir küçük grubu ve bir de söylemin kadraja indirgendiği “dijital cemaat” boyutu vardır. Gelenekten farklı olma iddiasında, iktisadi yapıdan güç alan, arz-talep denge noktasında üretilen bir grup imajı söz konusudur. Üstelik “Hayalhanem” ve benzeri ağ tabanlı Nurcu oluşumların bir dinî kolektiviteye dönüştükleri görülmüştür. Yeni medyanın genç youtuber’ları eşliğinde, slaktivizmin gölgesinde, Türkiye’nin kendine mahsus konjonktüründen hareketle ortaya çıkan “marka sunumlu” bu gruplar dinî piyasayı canlandırmaktadır. Varlığını sosyal medyaya borçlu olan dijital kolektivite renk ve kabuk değiştirmiş olsa da dillendirilen söylemin geleneksel Nurculardan farklı olmadığı tespit edilmiştir. Ancak İslami düşünce, yeni örgüt formları ile dijitalde varlık kesbederken yaşam dünyasına sızan bir araç konforu; üyelik, mekân, dünya görüşü, hareket ve sosyalleşme tarzını etkilemektedir.

Anahtar kelimeler: Hayalhanem, dijitalleşme, yeni dinî oluşum, dinî piyasa, İslami youtuber

ABSTRACT**“HAYALHANEM”, AS A NEW NURCU FORMATION****Hasan SARI****Ph.D. Thesis, Department of Philosophy and Religious Sciences****Supervisor: Prof. Dr. Mehmet Ali KIRMAN****April 2023, 254 pages**

Social life is going through a rapid transformation in the new age, as the social context and the technological connection are intertwined with each passing day. In this field research, in which the "how" and "why" of religious grouping are pursued at the intersection of religion and social media; "Hayalhanem" community, which can be considered a "digital Nurcu" formation, has been examined. The study; It was prepared with an ethnographic design by adopting a qualitative research approach, and quantitative data was also used from time to time. The religious digitalization phenomenon was approached critically, and the religious discourse used by the group was examined in the context of the media. As a result, a new religious formation benefiting from the structural religiosity of the post-secular society has been encountered. These new formations have a small group similar to “modern cults” and a “digital community” dimension where discourse is reduced to the frame. There is a group image that claims to be different from tradition, powered by the economic structure, produced at the point of supply-demand balance. Moreover, it has been seen that “Hayalhanem” and similar network-based Nurcu formations have turned into a religious collectivity. Accompanied by the young youtubers of the new media, these “brand-presented” groups, which emerged from Turkey's unique conjuncture in the shadow of slativism, revive the religious market. Although the digital collectivity, which owes its existence to social media, has changed its color and shell, it has been determined that the discourse that is spoken is not different from the tradition. While the Islamic thought gains digital presence in new forms, comfort; influences organization, location, worldview, mode of action, and socialization.

Keywords: Hayalhanem, digitalization, new religious formation, religious market, Islamic youtuber

ÖN SÖZ

Önceki kuşaklara göre daha seküler bir görüntü çizen yeni müslüman gençliğin bilim ve tekniğin sonuçlarından tüketim yöneliminde yararlanmasıyla dinî söylemin yayılışında değişimler yaşanmaktadır. Nitekim “yeni dinî oluşumlar”ın gösterdiği performansın art planında sofistike iletişim teknolojilerinin yüksek payının olduğu kanaati hasıl olmuştur. Bu çalışma, büyük bir tablonun küçük bir kesitini sunmakla beraber Türkiye’de dinî gruplaşmanın geleceğine ilişkin fikir verebilir. Teknoloji, onu üretenlerin kültürünü taşımaya devam ettikçe makine kadrajının eylemler üzerindeki rakipsiz hâkimiyeti devam edecek gibi görünmektedir, bunu söylemle ikame etmenin inananların hürriyet ve refahına katkısı olmayacaktır. Araştırma sonucunda edinilen ve karamsarlık olarak okunabilecek bu görüş, ancak bilim ve tekniğin hinterlantına “daha yaşanabilir bir dünya için” hegemonik olmayan, insancıl bir dokunuşla değiştirilebilir. Her şeye rağmen gençlerimizin daha bilinçli ve daha üretken olacağı yarınlara dair ümidin korunması da toplum yararına çalışmaların artmasına bağlıdır.

Çalışmada ilk bölüm, odaktaki yeni Nurcu oluşumun yapısal ve organizasyonel fotoğrafını çekmekle kalmamakta aynı zamanda birtakım kritikler de içermektedir. İkinci bölümde ise yeni tip dinî örgütlenmenin “neden”i ve “nasıl”ı eleştirel bir yaklaşımla analiz edilmektedir. Kentleşme, postsekülerlik, dinî söylemin dijital ortamda yayılması, dil pratikleri, gençlik alt kültürü, dinî piyasalaşma ile “Hayalhanem” arasında birtakım bağlantı noktaları kurularak konu tartışılmaktadır.

Bu zahmetli saha çalışması, doktora tez süreçlerinin nihayete ermesinin yalnız araştırmacının marifetiyle olamayacağını göstermiştir. Öğrettikleriyle bilimsel ve eleştirel bir perspektif kazanmamda tartışılmaz yeri olan danışmanım Prof. Dr. Mehmet Ali KİRMAN’a; din sosyolojisini sevmemi sağlayan ve bana vizyon kazandıran değerli hocam Prof. Dr. Abdullah ÖZBOLAT’a saygı ve teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca sahadaki zor süreçte görüşmelerle konunun aydınlatılmasını sağlayan katılımcılara, özellikle görüşmeyi kabul eden ve sorularıma zaman ayıran Hayalhanem İlim ve Kültür Derneğinin başkan ve üyelerine teşekkürü bir borç bilirim. Belki de en değerlisi; bana iyi bir çalışma ortamı sunan hayat yoldaşım eşime ve ne iş yaptığımı anlamakta zorlanan, sevimlilikleriyle moral kaynağım olan kızlarıma sonsuz teşekkür ederim.

Hasan SARI
Adana-2023

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	ix
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
RESİMLER LİSTESİ	xii
EKLER LİSTESİ	xiii
GİRİŞ	1
I. Konu ve Problem	1
II. Amaç ve Önem	3
III. Araştırmanın Kapsamı	5
IV. Yöntem	5
V. Sınırlılıklar	9
VI. Kuramsal Açıklamalar ve İlgili Araştırmalar	10
VII. Araştırmada Kullanılan Temel Kavramlar	14

BÖLÜM I

NURCULUĞUN KISA TARİHİ ve “HAYALHANEM” OLUŞUMU

1.1. Dinî Organizasyon Tipleri ve Nurculuk	18
1.1.1. Türkiye’de Cemaat ve Tarikat Yapıları	23
1.1.2. Nurculuk ve Grup İçi Çoğullaşma	30
1.2. Yeni Görünümlü Bir Nurcu Oluşum: “Hayalhanem”	36
1.2.1. Grubun Kimliği: Hayalhanem Nedir?	39
1.2.2. Doktrin Boyutu: Hayalhanem Neden Var?	44
1.2.3. Yapısal Boyut: Oluşumun Kuruluş ve İşleyiş Dinamikleri	51
1.2.3.1. Mekânsal Yapı (Hayalhanem’in Merkezi)	51
1.2.3.2. Örgütsel ve Yönetimsel Yapı	56
1.2.3.2.1. Mehmet Yıldız: Lider ve Ardındakiler	63

1.2.3.2.2. Üye Tabanı.....	73
1.2.3.3. Hayalhanem Oluşumunda Kadınların Yeri.....	95
1.2.4. Organizasyonel Boyut: Faaliyet ve Zaman Yönetimi.....	98
1.2.5. İlişki Boyutu: İslami Kolektivizmin Kavşağında Bir Örgüt.....	105
1.2.5.1. İslami Gruplarla İlişkileri.....	105
1.2.5.2. Siyaset Kurumu ile İlişkileri	113
1.2.6. İktisadi Boyut: Hayalhanem’de Gelir-Gider Kalemleri.....	118
1.2.7. Etki Boyutu: Kadraj Ucunda Bir Dinî Oluşum.....	127
1.2.7.1. Gençlerin Dilinden Konuşmak ya da Yeni Trend Markalaşma.	131
1.2.7.2. Sosyal Medyanın Popülist Kullanımı ve Algoritmik Otorite	136
1.2.7.3. Sosyoekonomik Göstergelerin Kullanımı.....	142
1.2.8. Yeniden Tanımlama: Hayalhanem Nedir?.....	145

BÖLÜM II

DİJİTAL MEDYA, M-NESLİ VE NURCU KOLEKTİVİTE

2.1. Dijitalliğin Yükselişi	149
2.2. Türkiye’de M-Nesli ve Özellikleri.....	154
2.3. Kamera Önünde Bir Gençlik Yapılanması	159
2.4. Dijital Nurcu Kolektivite ve Türkiye’de Postseküler Parametreler	174
2.4.1. Dine Dönüş Hikâyesi Olarak Dijital Mühtediler	179
2.4.2. Kent, Dil ve Yeni Jargon	183
2.4.3. Dinî Söylemin Slaktivizm (Gevşek Aktivizm) ile Buluşması	190
2.5. Dijital Nurcularda Kaynak Çeşitliliği ve Kullanımı	192
2.6. Dinî Dijitalleşmenin Çıkmaz Sokağı: Popülizm	196
2.7. Dinî Çoğullaşma, Rasyonel Seçim ve Dinî Piyasanın Canlanması	206
SONUÇ	222
KAYNAKÇA	234
EKLER	250
ÖZGEÇMİŞ	254

KISALTMALAR

a.n.	: Araştırmacı notu
akt.	: Aktaran
bkz.	: Bakınız
ev.	: Çeviren
DİB	: Diyanet İşleri Başkanlığı
DM	: Direkt mesaj
DNK	: Dijital Nurcu Kolektivite
Ed.	: Editör
FETÖ	: Fethullahçı Terör Örgütü
GSB	: Gençlik ve Spor Bakanlığı
HH	: Hayalhanem
İHH	: İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı
İKD	: İlim ve Kùltür Derneği
lisans ö.	: Lisans öğrencisi
lisans m.	: Lisans mezunu
lise m.	: Lise mezunu
MDR	: Manevi Danışmanlık ve Rehberlik
MY	: Mehmet Yıldız
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
Tük	: Türkiye İstatistik Kurumu
t.y.	: Tarih yok
vb.	: Ve benzeri
vd.	: Ve diğerleri
vs.	: Ve saire

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1. Hayalhanem'in Dijital Takipçilerinin Geliştirdiği Tutumlar.....	94
Tablo 2. Hayalhanem Röportajlarının Temalaştırılması.....	129
Tablo 3. Hayalhanem Youtube Kanalının Kayıt Altına Alınan Üç Zamanlı Takipçi İstatistiği	141
Tablo 4. Yeni Nurcu Oluşumların Youtube Abone Sayılarındaki Değişim	170
Tablo 5. Yeni Nurcu Oluşumların Instagram Takipçi Sayılarındaki Değişim	170
Tablo 6. Yeni Nurcu Oluşumların Twitter Takipçi Sayılarındaki Değişim.....	170
Tablo 7. Hayalhanem YouTube Kanalında En Popüler Videolar Listesi	201



ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Hayalhanem İKD Dernek Binasının İşlevsel-Mimari Yapısı.....	55
Şekil 2. Hayalhanem Oluşumunun Örgütsel Şeması	56
Şekil 3. Hayalhanem’e Mensubiyetin Dereceleri	62
Şekil 4. Hayalhanem Grubunda Hiyerarşik Yapılanma.....	73



RESİMLER LİSTESİ

	Sayfa
Resim 1. Grubun Logosu	40
Resim 2. Hayalhanem İlim Kültür Derneği Mersin/Yenişehir	53
Resim 3. Hayalhanem İlim Kültür Derneği Mersin/Yenişehir	53
Resim 4. 2022 yılında satın alma opsiyonuyla kiralanan Hayalhanem İstanbul/şişli.....	54
Resim 5. Hayalhanem'in Dijital Takipçilerinin Cinsiyet Analizi	87
Resim 6. Hayalhanem Dijital Takipçilerinin Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamaları.....	88
Resim 7. Instagram DM İçeriği.....	119
Resim 8. Hayalhanem Logoları.....	132
Resim 9. Araştırmacı Tarafından 24 ve 25 Ocak, 7 Temmuz 2021'de Alınan Ekran Görüntüleri	141
Resim 10. Said Nursî Silüeti	198

EKLER LİSTESİ

	Sayfa
EK-1. Görüşme Rehber Formu	250
EK-2. Katılımcı Demografisi	252



GİRİŞ

I. Konu ve Problem

Türkiye’de dinî geleneği temsil edenler, modernleşmenin fen ve teknik boyutuna razı olurken sosyal ahlak ve kültürel yapıya ilişkin Batılı fikirlere dinî referanslarla karşı çıkmıştır. Ne var ki teknik alt yapının dönüşümü er ya da geç kültürel yapı değişikliğini de beraberinde getirecekti ve ülkemizde de toplumsal değişme sürecinin bu yönde işlediğine şahit olunmaktadır. Öyle ki bugün iletişim teknolojileri bilgiyi son derece hızlı bir şekilde insanlar ve makineler arası dolaşıma sunmaktadır. Böylece yerküre çapında yaygın ve etkin haberleşme ağları, neredeyse tüm toplumları etkileyerek *toplumsallaşma* kavramına yeni boyutlar kazandırmaktadır. Yaşanan bu gelişmelerin görece genç nüfusa sahip Türk toplumunda değişimi zorunlu hale getirdiği söylenebilir. Bu şartlarda dinî kültürün nasıl ve ne yönde etkileneceği, değişimin destekleyicilerini ve direnenlerini hangi koşullarla baş başa bırakacağı merak konusudur.

Bilindiği gibi 1980’lerden sonra modernleşmenin burjuva-toplum etkileşiminde izdüşümü olarak görülen liberalizmin (Aslantürk & Amman, 1999) küresel boyutta yaygınlık kazanması yerel kültürlerin dinamizmini arttırmasına yol açmıştır. Literatürde postmodernite diye adlandırılan bu kültürel fenomenin dinî kesimlere hareket alanı açarken onlara yeni koşullar da dayattığı görülmektedir. Teknolojik arenada vizyoner olamayan, kültürel piyasada rekabet edemeyen, dijital yöntem ve araçları kullanma kabiliyetine sahip olamayan grupların dikkate dahi alınmadıklarına, meşruiyetlerini yitirdiklerine şahit olunmaktadır. Diğer toplumsal aktörler gibi dinî grupların da yapının organik bütünlüğü dikkate alındığında kurumlar arası etkileşime girdikleri, hatta bu etkileşim ister dayanışma ister çatışma yönünde olsun her hâlükârda yapısal dönüşüm çizgisine kaydıkları bir vakıdır. İşte bu noktada, bağımsız değişken olarak teknolojik etkilerin yakın tarihte yer edinmiş Nurculuk gibi bir dinî ekol üzerindeki özgül farklılaştırıcı kristalleşmelerinin *anlaşılmasına* ihtiyaç duyulmuştur.

Erken Cumhuriyet dönemi yıllarında *yeni ulus* inşa edilirken din adamları ilerlemenin ve değişimin önündeki engel olarak gösterilmişti (Özbolet, 2012, s. 2477). Medrese ve tarikat çevrelerinin ise batılılaşmacı elitlere karşı tutumu kabaca *reaksiyon* şeklinde karakterize olmuştu. Dini aktif şekilde yaşamak, tarihsel meşruiyet kaynaklarını yitirmemek gibi gerekçelerle siyasi ve sosyal konulara müdahil olan dinî grupların iktidarla ilişkileri de Cumhuriyet tarihi boyunca ikircikli seyretmiştir.

Doğrudan çatışma içine girdikleri söylenemese de örtülü bir çatışmanın olduğu yadsınamaz. Bazı gruplar ilk dönem Anadolu dervişlerinin geleneğini sürdürerek birey odaklı eğitim ve tebliğ ile toplumu etkilemişler bazıları da iktidar araçlarına talip olmuşlar ve yukarıdan aşağıya bir toplumsal dönüşümü talep etmişlerdir. Bazen kamusal alanda etkin bir konumda, görünür faaliyetler içine girmişler bazen de yeraltına çekilip varlıklarını devam ettirme gayretine düşmüşlerdir. Dinî grupların bu tarz tutum değişikliklerinde genellikle siyasi ve sosyal olayların izi vardır. Ayrıca gittikçe dışa açık hale gelen toplum, küresel boyutta yaşanan değişimlerden direkt etkilendiğinden dinî grupların da bu değişimlerden azade olamadığı anlaşılmaktadır. Örneğin II. Dünya Savaşı sonrası yaşanan demokratikleşme, 60 ve 70'li yılların toplumsal hareketleri, 1980 sonrası doğu blokunun yıkılması ile yaşanan siyasi, dinî ve ekonomik liberalleşme ülkemizde dinin toplumsal parametrelerini etkilemiştir. Bunun gibi 2000'li yıllar da iletişimin ve ulaşımın hızlandığı, dijital teknolojilerin etkisinin her alanda görüldüğü yıllardır. Bu bağlamda değişmemekte direnen mutlakiyetçi cemaat tipi dinî-sosyal yapıların zamanın dinamik akışına tedbir arayışları sorunsalı üzerinde durulacaktır. Araştırmanın problematiğini oluşturan temel soru şu şekilde ifade edilebilir: Dijital teknolojilerin yoğun kullanımı, dini grupların yapı ve söylemleriyle kültürel anlamda farklılaşan dindar bireyin anlam arayışını ne yönde etkilemektedir?

İçeride ve dışarıda yaşanan değişim ve dönüşüm trafiğine paralel olarak son yıllarda Nurculuk özelinde yeni bir hareketlenme gözlenmiştir. İstanbul, Ankara, Mersin gibi metropollerde, *gençlik merkezi* ya da *kültür merkezi* olarak adlandırılan mekânlarda temerküz eden Nurcu hareketlenmenin ilki; bir *arkadaşlık grubu* şeklinde 2009'da, İzmir'de ortaya çıkmıştır (Sözler Köşkü). Sanal dünyanın vatandaşı olan *genç Nurcuların* sosyal medya etkileşimleri mercek altına alındıkça yeni bir durumla karşılaşıldığı anlaşılmaktadır. Sert ideolojik söylemler taşımayan, imaj odaklı bu *soft* dinî yapı; araştırmamızın nesnesini oluşturmaktadır. Türkiye'nin birçok büyükşehirinde sosyal medya imkânları kullanılarak büyüyen bu yeni oluşumlardan araştırmacıya konumsal yakınlığı nedeniyle Hayalhanem oluşumuna odaklanılmış ve bu grup analiz edilmek istenmiştir. Bu kapsamda cevapları aranacak diğer sorular ise şu şekildedir:

- 1- Hayalhanem, yeni bir Nurcu oluşum mudur; geleneksel Nurculardan ne yönde farklılaşmıştır?

- 2- Grubun ileri gelenlerinin Hayalhanem kurumsallaşmadan önceki hikâyesi *nedir* ve diğer benzer oluşumlarla aralarında ne tür bir ilişki vardır?
- 3- Hayalhanem, *sivil toplum* niteliği taşımakta mıdır; *nasıl* tanımlanmalıdır?
- 4- Oluşumun kitleye ulaşma stratejileri nelerdir? Bu bağlamda gruba üye katılımı ne şekilde olmakta ve üyeler *hangi* özellikleri taşımaktadır?
- 5- Eğitim, medya, siyaset gibi Nurcu ekole dinamizm katan faktörler bu oluşuma nasıl etki etmiştir?
- 6- Neden merkezleri özellikle metropollerde ve lüks semtlerde bulunmakta ve neden özellikle gençler oluşuma katılmaktadır?

II. Amaç ve Önem

Dinlerin çeşitli yönlerinin ele alınıp incelenmesinde güdülen asıl amaç, dinlerin bağlı bulundukları toplumun geçirdikleri çeşitli aşamaların dindeki yansımalarını arayarak konunun aydınlanmasını sağlamaktır (Sezer, 2017, s. 155). Ayrıca gerek geleneksel dinî gruplar gerekse de yeni dinî oluşumlar açısından ileti alışverişine dayalı dijital ortamın yapı-birey-kimlik arasındaki ilişkiyi ne şekilde farklılaştıracağı birçok yerli akademisyenin sorduğu bir sorudur (Furat, 2015, s. 340; Dereli, 2020, s. 283) Bu araştırmanın amacı genel yasalara varmaktan ziyade, genelliği açıkça kabul edilen bir sosyal fenomenin belli bir sosyal bağlamdan hareketle anlaşılmasını sağlamaktır. Küresel boyuttaki değişime paralel olarak Türkiye gerek devlet teşkilatı gerek sivil toplum yapılanmasıyla dijitalleşirken bu yeni fenomenin özellikle cemaatlere özgü ilişkilerdeki farklılaştırıcı boyutlarına bilimsel metodoloji ile dikkatlerin çekilmesi istenmiştir. Dinî gruplarda teknoloji ve gençlik temelli değişimin izinin takip edildiği çalışmanın özel amacı, dinî dijitalleşmenin Nurculuk özelindeki yapısal etkilerini ortaya koymak olacaktır. Burada bir dinî grubun hangi motivasyonlarla sosyal medyayı kullandığı ve bunda söylemin rolü, araştırma için oldukça önemlidir.

Çağın yeni(lenen) şartlarının dinî gruplar üzerindeki etkileri çalışmada hem aktörün zihniyeti hem de yapının dinamizmi açısından ele alınacaktır. Bu aşamada *dijital kuşak* olarak tanımlanan gençlik ön plana çıkıyor ki yaş faktörünün din duygusu üzerinde etkisi yapılan araştırmalarda tespit edilmiştir (Kirman, 2015a; Yapıcı, 2012). Değişim olgusuna en hassas olan toplum kesimi gençlerdir. Sosyal yapıda değişim henüz gerçekleşmeden önce gençler tarafından kültürel değişimler fark edilmekte ve içselleştirilmektedir. Nitekim gençlerin sık sık sosyal uyumsuzluk yaşamaları ve dinî

sosyalleşmelerinin önceki kuşaklardan farklı oluşu, basit bir gözlemle ulaşılabilecek bir yargıdır. Üstelik gençlerin kendileri tarafından da itiraf edilen sosyopsikolojik uyumsuzluk durumu, değişim mesafesinin kat edilmesi için motor işlevi görmektedir. Araştırmanın özel amaçlarından biri dinî grupların kültürel ve fonksiyonel değişiminde gençlerin etkisini gözlemlemektir. Bu amaçla kullanılan yeni din dilinden kimlik arayışına, boş zaman anlayışından aktüel gelişmeler karşısında tutuma ve ekonomik sorunlara değin cemaat ekseninde sosyalleşme unsurlarının izi sürülecektir. Araştırma odağındaki *Nurcu oluşumun* sosyalleşme ajanı olarak üstlendiği görevlerde hangi motivasyonlara bağlandığı, grubun sivil toplum vasfı kazanıp kazanmadığı, diğer gruplarla ilişkileri, selefleri gibi devletle çatışma yaşayıp yaşamadıkları, dinî hizmetleri, seküler faaliyetleri gibi kolektif şuuru ve grup yapısını ilgilendiren birçok konu tetkik edilecektir. Böylece *Nurculuk* ekolünden çıkan bir dinî oluşumun amaç, yöntem ve tekniklerindeki değişim haritası ve yönüne dair fikir edinilebilecektir.

Bugün geleneksel, modern ve postmodern anlayışlara sahip dinî gruplar birlikte var olmakta ve aynı kamusal alanı paylaşmaktadır. Bu minvalde toplumda yeni imajlarla var olan, teknolojik rekabet kabiliyeti yüksek, sosyokültürel portföye sahip ve yeni toplumsal değerlerle zıtlaşmayan, vizyoner ve sofistike oluşumların 2000’li yıllardaki postmodern kurumsallaşmasını göstermek ve bu aşamada piyasa mantığının izlerini dinî gruplarda sürmek bu çalışmanın diğer amacını oluşturmaktadır. *Covid-19 Pandemisi* ile daha çok konuşulmaya başlanılan *yeni dünya düzeninde* dinin yeri ve dinî sosyalleşmenin ne şekil alacağı gibi konular merakla takip edilmektedir. Bu araştırma, yeni bilişim teknolojilerinin daha fazla kullanıldığı bir toplumsal düzlemde, gençlerin rol aldığı bir dinî grubu incelemesinden dolayı geleceğin dünyasında oluşacak muhtemel yeni düzende dinî grupların yeri üzerine de veriler sunacaktır. Ayrıca Türkiye özelinde gençlerin dinî teşekküller oluşturma potansiyeli gösterilebilecektir.

Araştırmaya konu olan yeni dinî oluşum, dijital kültürden beslenmekten başka yıllardır sohbet, piknik, kermes, imza günü ve seminer faaliyetleriyle kamusalığa tutunabilmeyi başarmıştır. 15 Temmuz kalkışmasının ardından zihinlerde oluşan birtakım sorular ve şüpheler dindar insanlarda yaşanan tedirginliği arttırmışken bu tarz bir dini yapının özellikle üniversitelilerin manevi arayışına cevap verdiği iddiası tartışmaya değerdir. Bu sebepten bu yeni fenomen, özel ve derinlikli bir araştırmayı hak etmektedir. Araştırma sonucu ulaşılabilecek bulguların analizi pek çok insanın bu ve benzeri yapılara karşı tutumlarını olumlu veya olumsuz yönde değiştirebilir.

Cemaatlerin siyasi sahada *mahrem* algılanmasından dolayı konunun hassasiyeti ve araştırmanın önemi kendiliğinden oluşmaktadır. Sosyolojik tahlilin “Aslında ne oluyor?” (Çiftçi, 2016, s. 105) mottosuna dayanarak *titiz ve nesnel* bir çalışmayla buzdağının görünmeyen yanı, meselenin iç yüzü irdelenecek ve oluşturulan bilimsel tez toplumun istifadesine sunulacaktır.

III. Araştırmanın Kapsamı

Araştırılacak olguyu belli amaçlara göre dilimlere ayırıp sınırlandırarak esas konuyu belirleme ve ona odaklanma bilimsel araştırmaların sonuçlarını görebilmek için elzemdir. Araştırmanın temel ilgisi Türkiye’de dinî gruplardaki değişimin takip edilmesidir. Bu değişim seyri yeni bir fenomen olan dijital medya bağlamında ele alınmak istenmiştir. Bu amaçla grupsal bölünmelerle adından çokça söz ettiren Nurculuk ekolü içerisinde genç bir kadro hareketi tespit edilmiş ve somut bir yapılanma olarak Hayalhanem oluşumuna odaklanılmıştır.

Olgusal anlamda dinî gruplaşma ve dinî dijitalleşmenin birlikte ele alındığı çalışmada fiziki evrende temellenen dinî bir oluşumun siber uzamı kullanımına odaklanılmaktadır. Bu amaçla dijitallik, dijitalleşme, yeni medya, kitle iletişimi gibi medyatik kavramlara; Türkiye’de cemaat, tarikat, gelenek, modernite, din-devlet ilişkileri gibi yapısal kavramlara; dijitalleşme, modernleşme, sekülerleşme, postmodernite, farklılaşma gibi süreç yaklaşımı içeren kavramlara yer verilmiştir. Ayrıca geleneksel-modern, kır-kent, cemaat-cemiyet, eski-yeni, analog-dijital gibi dikotomilere toplumsal değişme paralelinde değinilmiştir.

IV. Yöntem

Araştırmada nitel yöntem temelinde etnografik desen kullanılmıştır. Etnografik çalışmalar, özünde “etnografik yöntemler kullanan ve kültürel grup veya topluluk oluşumu hakkında argümanlar oluşturmaya veya diğer sosyokültürel fenomenleri incelemeye odaklanan” çalışmalardır (Schwandt & Gates, 2018, s. 604). Bu yöntemle grup üyelerinin davranışlarını yönlendiren sosyolojik gerçek ortaya konmaya çalışılır. Bu araştırmada “inşacı etnografya” adı verilen, ilk kez 1978’de Mehan’ın doktora tezinde denediği yöntem uygulanmıştır. Buna göre sembolik etkileşimciliğin de bir ilkesi olan “toplumsal yapılar, toplumsal icralardır” ilkesi benimsenmiştir. Toplumsal

olgular öznenin ona atfettiği anlamdan bağımsız düşünölemeyeceğinden inşacı etnograflar alana çıkmadan önce hipotez oluşturmaktan kaçınırlar. İnşacı analizciler mevcut davranış kalıplarını gözlemek veya değişkenler arasında korelasyonlar kurmaktan ziyade toplumsal olguların inşa edildiği yapılaştırmacı etkinlikleri araştırırlar. Veriler tekrar tekrar incelenip kapsamlı olarak ele alınır. Grup üyelerine yönelik sosyolojik şeyleştirmeden ve psikolojik indirgemedten kaçınılır. Grup fenomeninin bağlamsal karaktere sahip olduğı kabulünden hareketle gözlem yapılır (Coulon, 2015, ss. 61-62).

Araştırmada siber etnografi de denilen netnografi yöntemine de başvurulmuştur. Aslında bu yöntem, araştırma sürecinin birtakım zorunluluklardan doğan bir ihtiyaçtır. Öncelikle incelenen grubun internette topluluk kurma özelliğı bulunmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcısı olarak bu topluluğun deneyimlerine ortak olunmuştur. Diğer yandan saha araştırmasının hemen başlangıcında 2020 Covid-19 pandemisi kısıtlamalarına denk gelinmiş, mecburen grubun dijital takipçileri ile yazılı iletişim kurmak durumu hasıl olmuştur. Yöntemin kuramcısı Kozinets'e göre netnografinin odak noktası dijital topluluktur ve bu topluluğa dahil olunmaya çalışılır. Netnografik araştırmacılar kelimelerden başka resimler, çizimler, fotoğraflar, ses dosyaları, düzenlenmiş görsel-işitsel sunumlar, web sitesi yaratımları ve diğer dijital eserlerle de uğraşırlar (Kozinets, 2015, s. 5). Çalışmada odaktaki oluşumla ilgili sayılan bu materyallerin hemen hemen hepsinin örnekleri incelenmiş, arşivlenmiş ve kritik edilmiştir. Bazı temalar çıkarılırken ve modellemeler yapılırken anlam bütönlüğünü bozmadan sayısal verilerden de yararlanılmıştır.

Sahada kompleks yapıyı incelemek için veri toplama tekniklerinden çoklu teknik kullanımı (triangulation) (Kümbetoğlu, 2012, s. 78) yoluna gidilmiştir. Hayalhanem'in grup yapı ve işleyişinin ortaya çıkarılması için gözlem, görüşme, arşiv taraması ve doküman incelemesi tekniklerine başvurulmuştur. Temel veri kaynağı grup merkezinin ve faaliyetlerinin gözlemlenmesi ve katılımcılarla yapılan görüşmelerdir. Veri çeşitliliğini artırmak için heterojen bir katılımcı skalası oluşturulmuştur. Çevrim içi takiplerde *grup paylaşımlarının altına yorum yapmış ve kendi hesabında grup içeriklerini paylaşmış* kullanıcılar takibe alınarak yazılı iletişime geçilmiş dönüt ve onay alınan 19 grup takipçisinden amaçlı örneklem oluşturulmuştur. Grup paylaşımına olumsuz yorum yazan ve yorumları sayfa editörünce silinen grup muhalifi iki kullanıcı ile de aynı yöntemle iletişim kurulmuş yazışma yoluyla soru-cevap tekniğı

uygulanmıştır. Pandemi şartlarının hafiflemesinin ardından sahaya dönmüş ve -çoğu Mersin’den olmak üzere- 8 farklı şehirde 34 kişi ile yüz yüze görüşülmüştür. Bu görüşmelerde katılımcıların çoğunluğu, araştırmanın gelişim sürecinde ortaya çıkan teorik örneklem yoluyla oluşturulmuştur. Katılımcılar içinde benzer özellikler taşıyan -örneğin eski grup görevlileri gibi- kişilere kartopu tekniği ile ulaşılmıştır. “Görüşme rehber formu” kullanılmış ancak ucu açık sorular sorularak görüşmenin derinleşmesine ve sohbet formuna dönüşmesine çalışılmıştır. Katılımcıların çoğunun ses kaydı alınmasına izin verdiği görüşmeler 20 dk. ile 165 dk. zaman aralığında değişmektedir. Alınan ses kayıtlarının dikkate değer kısımlarının deşifreleri ve tutulan diğer notlarla beraber 180 sayfalık bir görüşme tutanağı elde edilmiştir.

Dernek başkanı Fatih Ünal’la iki kez, grup liderlerinden Mehmet Yıldız’la bir kez, grup görevlisi Ahmet’le ikisi telefonla olmak üzere beş kez görüşme yapılmıştır. Ayrıca grubun çekirdek kadrosu üyelerinin birçoğu ile grup faaliyetleri esnasında tanışılmış, kısa sohbetler gerçekleştirilmiştir. Bunun dışında Hayalhanem görevlisi olmamakla beraber grup faaliyetlerine düzenli katılan ve gruba destek sunan 2 üyeye ulaşılmıştır. Gruba dijital kanallar üzerinden destek sunan çok sayıda takipçi üyeye iletişim sağlanmış, direkt mesajlaşma yoluyla yazışmalar yapılmıştır. Grubun kuruluşunda bulunmuş ve grubun A kadrosunu yakından tanıyan eski üyeler ile kontak kurulmuş ve kritik görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Grup içerisinde görevli olarak kalmış, grubu içeriden tanıyan 6 eski üye ile görüşme yapılmıştır. Ayrıca gruba açıktan muhalif olan ve tam tersi grubu açıktan destekleyen çeşitli vakıf ve dernek yetkilileriyle de görüşülmüştür. Sahadaki bu çalışmalara ek olarak grubun fikirdaşı ve bir nevi benzeri olan Kayseri, Ankara, Eskişehir, Bursa’daki yeni Nurcu oluşumlar ziyaret edilmiştir. Hayalhanem grubu; 5 kez Mersin’de, 1 kez İstanbul’da kendi mekânlarında ve yanı sıra Osmaniye Kitap Fuarında gözlemlenmiştir. Biri hususi biri genel olmak üzere iki kez grubun sohbet faaliyetine katılım sağlanmıştır. Grup lideri M. Yıldız’ın yayımlanan tüm kitapları okunup incelenmiş, tek kurgu eseri “Arayış” romanı, grup yönetiminin talebi üzere redakte edilerek posta yoluyla kendilerine iletilmiştir.

Netnografik gözlemler kapsamında Youtube’dan canlı yayımlanan cumartesi sohbetleri ve üniversite konferansları çevrim içi takip edilmiştir. Grubun Facebook, Twitter, Instagram ve Telegram paylaşımları yaklaşık iki sene (Haziran 2020- Ekim 2022) takibe alınmıştır. Grubun merkezî sosyal medya platformu Youtube kanalının 2013-2022 yılları arasındaki yaklaşık 700 videosunun başlık taraması yapılmış, grup

yapısı ve işleyişine dair izlere rastlanan 15 video arşivlenerek incelenmiştir. Hayalhanem'in ve grup liderlerinin sosyal medya sayfa editörleri ile çevrim içi iletişim kurulmuş, bazı konularda sorular sorulmuş ve cevaplar alınmıştır. Saha gözlemlerinde ve rapor yazımı sırasında *dinî oluşumu tanıtmaya gibi lehte veya yanlış tanıtmaya gibi aleyhte bir tutum ve niyet içerisinde* olunmamıştır. Araştırma planlamasında yer almayan veya beklenmeyen, ancak araştırma sürecinde tesadüfi olarak karşılaşılmış birtakım durumlar ortaya çıkmış ve bunlar analiz ve tespitlere dahil edilmiştir. Araştırmanın kuşatıcı olması istenciyle dindar ve seküler algı kalıpları çalışmaya dahil edilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgular, eleştirel teorinin bir parçası olarak kabul edilen eleştirel söylem analizi (ESA) çerçevesinde analiz edilmiştir. Eleştirel söylem analizi, egemenlik ve iktidarın dil ile ilişkisini sorunsallaştıran disiplinler arası bir analiz tekniğidir (Şah, 2020, s. 211). Nitekim çalışmada iktidar, yalnız bir devlet aygıtı olarak değil toplumun tüm bileşenlerini kuşatan ve insan ilişkilerine yön veren *sosyal güç* şeklinde ele alınmaktadır. Nitekim dille ne yapılmaya çalışıldığı ve ne başarıldığı bu araştırmanın da asıl meselesidir. Diğer yandan dinin meşrulaştırıcı ve buyurgan gücünü elinde tuttuğunu düşünenler, aslında söylemin iktidarını sürdürmek için araçsallaştıklarının farkına varmayabilirler. İşte eleştirel yaklaşım sergileyen araştırmacı, öznenin ne yapmaya çalıştığını ortaya koyduğu kadar nihayetinde bu söylemle özne arasındaki boşluğu da deklare eden kişidir.

Söylemler boşlukta durmazlar, tarihî bir varoluştan geçerek düzen oluşturmuş ve bugünkü son hallerini almışlardır. Diğer söylem ve bağlamlarla da ilişkiler kurmuşlar toplumsal hafıza zincirinde yer edinmişlerdir. Söylemler dilin pragmatik boyutunda dışsallaşır, anlatı ve müzakerelerde kendini belli ederler. Bir söylemin içerdiği sözcüklerin maddî kapsamı, ancak bir bağlam içinde mübadele edilebilir, yorumlanabilir ve böylece dolaşıma sunulabilir (Sözen, 2017, s. 26-27) Araştırmanın sorunsallaştırdığı dinî söylem, dijital teknolojilerin kullanıldığı yeni çağda “Nurculuk” ekolünün iddialarıyla genç dindarlık ve örgütlenmeye ilişkin dilsel pratiklerdir. Burada grup üyelerinin söylem, eylem, tutum ve davranışları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Ayrıca grup içi-dışı ilişkiler, stratejiler, gençlik kültürü, farklılık-dijitalite gibi olgular vb. bağlamlar üzerine dinî söylemin kurduğu toplumsal yapı eleştirel açıdan ele alınmıştır. Öncelikle odadaki grubun stratejisinin bir parçası olan yazılı (kitap) ve görsel-işitsel (video) dokümanların kritiği yapılmıştır. Grup hakkında ön malumat olan

bu çalışmanın ardından katılımsız-katılımlı gözlem, yarı yapılandırılmış soru formları kullanılarak malumat genişletilmiş ve sosyolojik bağlamın keşfine çıkılmıştır. Gözlem ve mülakatlar, güç odaklı ilişkilerin mahiyetini anlamanın yanı sıra bu oluşumun dinî hizmetlerde uyguladığı farklı yöntemleri ve seküler toplumla ilişkilerini açıklığa kavuşturmak amacıyla kullanılmıştır.

V. Sınırlılıklar

Çalışılan konunun en büyük zorluğu Türkiye’de yeni ve disiplinler arası bir alan olan “dijital din çalışmaları” üzerine yeterli literatürün olmayışdır. Hele ki dinî gruplar ile dijital medyanın birlikte ele alındığı saha araştırmasına rastlanılmamıştır. Bu sebeple dinî gruplar, iletişim tarihi, toplumsal değişme, yakın tarih gibi çok sayıda alandan çeşitli okumalar yapılarak bunları sentezlemek durumunda kalınmıştır. Ayrıca dinî gruplar, özellikle de Nurculuk üzerine söz söylemek 15 Temmuz gibi Türkiye’nin yakın siyasi olayları düşünüldüğünde başlı başına çetrefilli bir meşgaledir. Dijital medyanın akışkan yapısı ve incelenen grubun halen oluşum sürecinde bulunması dolayısıyla sabit yorum ve analiz yapmak bir hayli zorlaşmıştır. Bu yapısal zorluklara tam da sahanın nabzının tutulacağı zaman patlak veren 2020 Covid-19 pandemisi de eklenmiştir. Bazı zamansal sınırlılıklar çalışma planının revize edilmesi ile aşılmaya çalışılmıştır. Netnografik gözlem, doküman incelemesi gibi birtakım teknikler araştırmaya dahil edilmiş katılımcılarla görüşmeler ise pandemi kısıtlamalarından sonra gerçekleştirilmiştir.

Saha araştırmalarında sıklıkla karşılaşılan enerji ve maliyet problemleri bu çalışma için de söz konusudur. Araştırmacı incelenen grubun merkezinin bulunduğu Mersin’e altı kez, şubesinin bulunduğu İstanbul’a bir kez gitmiştir. Grupla ilişkili olduğu düşünülen benzer gruplara yönelik bir haftalık araştırma gezisi düzenlenirken çalışmanın İstanbul ayağı hem tezin sınırlarını hem de araştırmanın ulaşım-konaklama gibi maliyetlerini zorlamıştır. Odaktaki grubun üyeleri ile görüşülürken kayıt cihazı kullanılmasına izin verilmemiş, bu sebeple not tutulmuştur. Her ne kadar grup yönetimi görüşme için yeterli zaman ayırmış, birçok grup faaliyetinin gözlenmesine izin vermiş olsa da bir anlamda güven probleminin aşamadığı izlenimi edinilmiştir. Nitekim grubun merkezinde belirli sayıda kişi ile görüşmeye izin verilmiştir. Bu durum, birtakım kişilerin grubun aleyhine bir sosyal medya propagandası başlatmasının hemen ertesine denk geldiğinden anlaşılır bir durumdur. Oysa grubun merkezi dışındaki üyeleri de dahil

diğer katılımcıların ekserisi kayıt cihazı kullanımına onay vermiş, samimi ve açık tutumları ile çalışmayı yönlendirici katkıda bulunmuştur.

VI. Kuramsal Açıklamalar ve İlgili Araştırmalar

Hiç şüphesiz bu çalışma, McLuhan'ın henüz 1964'te "Understanding Media: The Extensions of Man" adlı eseriyle öne sürdüğü "ortam (medya) mesajdır" düşüncesine çok şey borçludur. İnsan ilişkilerinin, eylemlerinin ölçeğini ve biçimini şekillendiren ve kontrol eden bir ortamdan bahsedilmektedir (McLuhan, 2016, s. 11). Her ne kadar Logan, "Understanding New Media" adlı eseriyle (2010) yeni medya bağlamında bunu güncellemek istemişse de halen McLuhan'ın felsefi ve sosyolojik öngörülleri geçerliliğini korumakta ve alanda tartışılmaya devam edilmektedir. Onun tipografi kültürünün gelişimine dair yazdığı "The Gutenberg Galaxy" (1968) adlı eseri de iletişim literatürüne önemli katkı yapmış bir eserdir. Çalışmanın yaslandığı diğer bir medya kuramcısı, "araç mesajdır" tezini daha ileri boyutlara taşıyan ve görüntülü medyanın bir gösterge olmaktan çıktığını ve göstereni yutarak kendi kendisinin göstereni olduğunu söyleyen Baudrillard'dır. Hipergerçekliği Disnayland dünyası ile açıklayan yazar, özetle gerçeğin bir öneminin kalmadığını "gerçekçi gösterge"nin onun yerini aldığını vurgulamaktadır (Baudrillard, 2010, s. 27). Bu iki düşünürün görüşlerini karşılaştırmalı ve eleştirel şekilde ele alan Altun'un doktora tezi de (2006) medyanın geleceğine dair iyimser ve kötümser fikirlerin açılmasında faydalı olmuştur. Debord'un "Gösteri Toplumu" (2021) ve Postman'ın "Televizyon; Öldüren Eğlence" (2010) adlı eserleri, her ne kadar McLuhan temel olmaya devam etse de çalışmanın Baudrillard'ın medya teorisine kaymasını kolaylaştıran etkiler doğurmuştur. Dindarlığın gösterişçi boyutunun nesnel ele alınışında Okumuş'un (2017) ve medyatik kültür değerlendirmeleriyle Atay'ın (2017) katkıları da zikredilmeğe değerdir.

Hayalhanem gibi çok boyutlu ve fonksiyonlu bir grubun kapsamlı bir analizinin ortaya konması için bir teoriye bağlı kalınmamış, uygunluğa dikkat etmek kaydıyla medya, toplumsal değişim ve dinî gruplar bağlamında birçok teori ve yaklaşım bir arada kullanılmak durumunda kalınmıştır. Bu minvalde nitel araştırma yolunda paradigmlar arası köprüler kurmanın imkanını araştıran Miller ve Fox; etnometodoloji, konuşma analizi ve Foucault'cu söylemin farklı sosyal gerçekleri açıklasa da tamamlayıcı vurgular taşıdığını iddia etmişlerdir. Onlara göre makro-mikro teoriler arasında ve sosyal gerçekliğin farklı yorumları arasında diyalog kurmak mümkündür (Miller & Fox,

1997, s. 51). Bu doğrultuda postmodern medya kuramından başka, onunla ilişkili sayılabilecek postyapısalcılık da dikkate alınan diğer bir teori olmuştur. Söylemin insanın zihinsel donanımını çepeçevre kuşatmasını sorunsallaştıran Foucault'un "Hapihanenin Doğuşu" (2017) adlı eserinde, arkeolojik çözümleme adıyla uyguladığı yöntem ve bulgular yapısalcılık modeline bambaşka boyutlar katmıştır. Buna göre bir sosyal organizasyonun yapısı, paydaşlarının rasyonel tutum ve öngörülerinden ziyade kendi geçmişi tarafından belirlenmektedir. Türkiye’de de geleneğin ve modernitenin din ve dinî gruplar üzerindeki etkilerinin bu söylemsel analiz çerçevesinde ele alınabileceği düşünülmüştür.

Bu çalışmada toplumsal değişimler; İbn Haldun, Spencer, Toynbee gibi *organizmacı modeller* ortaya koyan bilim insanlarından¹ etkililerek *evrilme, çözülme, uyum, oluşum, farklılaşma* gibi kavramlar kullanılarak izah edilmeye çalışılmıştır. Öncelikle dinî gruplar ve dindarlık sorunları, Türkiye’nin sosyopolitik bir meselesi olarak görülmüştür. Toplum bir sistemler bütünü şeklinde ele alınırsa her bir küçük grubun bağlı olduğu sistemin bir hücresi gibi işlediği düşünülebilir. Bu hücrel yapının sağlıklı ve bütün yararına işlemesi, yapısal düzenin oluşmasını ve devamını sağlarken tersine disfonksiyonel olması durumunda kendisi ile beraber bütünü de risk altına atabilmektedir. Topluluklar birçok iç-dış faktörün etkisi ile özgün kültürel yapılar kurabilmektedir. Ancak bu özgünlük, hedayinabit olduklarını göstermez. Küçük grup sosyal sistemin adeta özel bir kesitidir ve onu incelemek sistem hakkında düşünmenin etkili yollarından biri olabilir (Kaya, 2019). Dolayısıyla küçük grubun araştırılması bize büyük yapının tam bir fotoğrafını veremese de onun hakkında önemli fikirler verecektir.

Din Sosyolojisi saha araştırmalarında en çok ele alınan konular dinî hayat ve dinî gruplardır. Planlanan çalışmanın temel konusu da dinî gruplar² ve toplumsal değişim olmuştur. Değişim olgusu ise farklılaşma ve -sosyoloji disipliniinde nispeten yeni bir kavram olan- dijitalleşme perspektifinden ele alınacaktır. Sosyolojinin kurucu isimlerinden Comte, dinin dönüşümü olgusuna; Durkheim ise kilise bağlamında dinî grup konusuna erken tarihlerde değinmiştir. Weber ekonomik bir olgunun doğuşunu

¹ Organizmacı ve toplumsal evrimci teorisyenler için bkz. E. Kongar (2019), *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, Remzi Kitabevi, İstanbul, s. 63-85; G. Ritzer, J. Stepnisky (2014), *Sosyoloji Kuramları*, çev. Himmet Hülür, De Ki Basım Yayım, Ankara, s. 34-36

² Dinî gruplar ve dinî cemaat şekilleri hakkında öncü isimlerin çalışmaları için bkz. G. Mensching (2012), *Din Sosyolojisi: Din, Kültür ve Toplum İlişkileri*, Literatür Yayınları, Konya s.177-219; H. Frayer (2016), *Din Sosyolojisi*, Doğu-Batı Yayınları, çev. Turgut Kalpsüz, İstanbul, s. 64-97; J. Wach (1987), *Din Sosyolojisine Giriş*, çev. Battal İnandı, Ankara Ü. Basımevi, s. 17-30

(kapitalizm) dinî bir gruba (kalvinizm) dayandırarak tarihin özel bir anına dikkatleri çekmiştir. Türkiye’de akademik sahada ilk din sosyolojisi doktora tezini yazan M. Rami Ayas (1991), “Türkiye’de İlk Tarikat Zümreleşmeleri” ile Anadolu’da ortaya çıkan ilk dinî-tasavvufi grupları ele almıştır. Yakın zamanlara gelindiğinde “Ayet ve Slogan” (Çakır, 1990), “Cerrahiler” (Atacan, 1990) ve “Batıda bir Nakşi Cemaati, Şeyh Nazım Kırısî Örneği” (Atay, 2011) adlı çalışmalar gözlerin dinî gruplara çevrildiği bir dönemde yapılmış çalışmalardır.

“Süleymancılık” üzerine yapılan doktora tez çalışması (Kirman, 2000) da “yeni dinî cemaat” kavramı ile bu çalışmaya ilham veren araştırmalardan biridir. Yine aynı yazara ait “Yeni Dini Hareketler Sosyolojisi” (2010) adlı çalışmada geçen teorik yaklaşım ve modellerin bu araştırmanın sonuç çıktılarıyla ciddi oranda benzeşmesi dikkate değerdir. Sekülerleşme, kaynak mobilizasyonu, beyin yıkama ve özellikle de dinî piyasalar bağlamında rasyonel seçim kuramı bu araştırmanın bulguları ile uygunluk arz eden modellerdir. Sekülerleşme tartışmalarında karma model öngören teorisyenlere destek sunan Habermas’ın (2008) “postsekülerlik” kavramı da çalışmada yer bulmuştur. Dinî çoğulculaşmayı dinî piyasa ve rekabet temellinde açıklayan Iannaccone (1991, 1998, 2006) ve Dobbelaere (2018) gibi teorisyenlerin fikirlerinden de yararlanılmıştır.

Bu araştırmada ele alınan grubun kendini “Nurcu” olarak sayması nedeniyle bu ekol ve kurucusu Said Nursî hakkında da bir literatür taraması gerçekleştirilmiş ancak felsefe ve din bilimleri alanında çalışmanın bileşenlerinden “Nurculuk” ve “Said Nursî” konulu bir doktora tezine rastlanmamıştır. Bu dinî grup hakkında diğer alanlarda çok sayıda akademik tez ve münferit çalışma bulunmaktadır. Hakkında en çok sempozyum ve konferans düzenlenen dinî gruplardan biri Nurculardır. Nurcu grupların çok sayıda ve çeşitli olmasından dolayı bütün çalışmaların gözden geçirilmesi zor ve beyhude bir uğraş olacaktı. Bu nedenle taranan ve çalışmanın iki bileşeni, dinî grup veya değişim olgularına değinen başlıca eserler tespit edilmiştir: Mardin’in din ve ideoloji bağlamında kaleme aldığı eserlerinden “Religion and Social Change in Modern Turkey, The case of Bediüzzman Said Nursî” adındaki 1989 tarihli çalışması öncelikle dikkate değerdir. “Nuhun Gemisindekiler, Şehirleşme ve Dinî Cemaatleşme” (Tatar, 1999) adlı çalışma da araştırmanın konusuna dair merkezi öneme sahiptir. Değişim bağlamında ele alınan “Postmodern Kavşakta Din ve Sivil Toplum” (Aktay, 2015) ve “Postmodernite, Sivil Toplum ve İslam” (Sarıbay, 2014) teorik planda yararlanılan kaynaklar olmuştur. “Türkiye’de İslami STK’ların Kurumsal Yapı ve Faaliyetlerinin Değişimi” adlı rapor

(Sunar, 2018) belli başlı dinî grupların örgütsel yapılarını ele alsa da dijitalleşme sürecine değinmemiştir. Diğer alanlardaki tez ve çalışmalar ise bu çalışmanın iddiası olan “dijital Nurcu kolektivite” özelinde dinî grup ve dijitalleşme olgularını içermemektedir.

Araştırmanın M. Castel’ın “ağ toplumu” (2013) ve Rheingold’un “sanal cemaatler” (1993) olarak ifade ettiği toplumsallaşma şekli ile doğrudan alakası bulunmaktadır. İnsanların kutsala dair fikirlerini ve dinî grup oluşumlarını dönüştüren işlevi ile “kitle iletişim araçları”, Türkiye’de din sosyolojisi alanında henüz hak ettiği ilgiyi görememiştir. Bazı batılı ülkelerde “dijital din çalışmaları” olarak kurumsallaşan araştırma sahasında Veysel Bozkurt (2001) , Erkan Perşembe (2004), İlkey Şahin (2013) nispeten erken dönemde çalışmış sosyologlardır. Yakın dönemlerde ise doğrudan dinî gruplar ve medya konusunu ele alan çalışmalar artmaya başlamıştır. Bu çalışmalar, tespit edilebildiği kadarıyla şunlardır:

Vecdi Bilgin, Gizem Yakışır (2019), *Dini Gruplar, Medya ve Propaganda: Türkiye'deki Dört Dini Grup Üzerine Göstergebilimsel Bir Çözümleme [makale]*

Şeyma Düzcan (2020), *Popüler Kültür Bağlamında Sosyal Medya ve Din: Sözler Köşkü Örneği [yüksek lisans tezi]*

Zeynep Kayseri (2019), *Sosyal Medya Vaizliği: Amerika ve Türkiye Örneği [yüksek lisans tezi]*

İsmihan Şimşek (2020), *Popstar Vaizler [yayınlanmış yüksek lisans tezi]*

Dijital platformlarda kimliğin sunumu üzerine yürtülen ve “Sanala Veda” adıyla yayımlanan bir çalışmada, “Çevrimiçi Dini Topluluklar” başlığı altında “çok merkezli-çok katmanlı” şeklinde betimlenen (Dereli, 2020, ss. 281-294) dinî oluşumlar doğrudan bu araştırmanın kapsamında yer alan ağ tabanlı oluşumlardır. Farklı bir organizasyon özelliği gösteren bu oluşumların dernek isimlerine, yine “Cemaat Modernliği” adlı çalışmada Nurcuların kategorize edildiği bir tabloda (Ökten, 2021, s. 114) denk gelinmiştir. Bu oluşumlar, “diğer Nurcu gruplar” adıyla; Fetö, Tahşiyeciler ve Aczmendiler’in yanında “haricî gruplar” şeklinde pejoratif bir isimle anılmış başka da bir açıklama yapılmamıştır.

Ülkemizde özellikle yakın zamanlarda dijitalleşme ve sosyal medya konularına akademik ilgi katlanarak devam etmektedir. “Sosyoloji Divanı” dergisi, 2017’de 9. sayısını “Dijital Sosyoloji” özel dosyasına ayırmıştır. Dicle Üniversitesi 2019’da, İnönü Üniversitesi ise 2021’de dijitalleşme ve din temalı sempozyumlar düzenlemiştir. Ankara

Sosyal Bilimler Üniversitesi 2021’de “Din ve Medya” ve 2022’de daha spesifik bir temayla “Metaverse ve Din” sempozyumları düzenleyerek dijital din çalışmalarına katkı sunmuştur. Konuyla ilgili “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü” (Haberli, 2010), “Dijitalleşme ve Din” (Akgül, 2017) adlı makale çalışmaları kayda değerdir. Ayrıca “Sanal Din” (Haberli, 2014), “Dijitalleşen Din” (Çamdereli vd., 2015) ve “Çevrim İçi Dindarlık” (Eken, 2021) adlı kitap çalışmaları doğrudan tezin konusunu ilgilendirse de “dijital teknolojilerin kullanımı ile farklılaşan dinî grup” olgusu henüz araştırılmış değildir.

VII. Araştırmada Kullanılan Temel Kavramlar

a. Dinî dijitalleşme: Transistör adı verilen küçük elektriksel aletlerin geliştirilerek bilgi-işlem ve depolama özelliği kazanması ile dijital çipler icat edilmiştir. Analog cihazların bilgiyi depolamak için bir yüzeye ihtiyaç duymasına karşın dijital teknolojilerde tüm veriler 0 ve 1’lerin kombinasyonları şeklinde işaretlenerek depolanır. Depolamanın küçülmesi, bilgi-işlemin hızı ve kolaylığı çok sayıdaki analog cihazın dönüşümüne ve hayatı kolaylaştıran yeni cihazların üretilmesine yol açmıştır. Dijitalliğin özel bir şekli de iletişim teknolojileridir. 3-T olarak ifade edilen *telefon, tablet, televizyon* üzerinden dinî bilginin insanlar arasında dolaşıma girmesi bir “ağ toplumu” yaratmıştır. *Dinî dijitalleşme* fenomeni ise “dinin ve dinî grupların dijital ortamlarla karşılaşması sonrasında ortaya çıkan yeni olgu ve bu olguya konu olan süreç” (Karaarslan, 2015, s. 33) şeklinde tanımlanmıştır. Çalışmada *besmele çeken bardak, namaz öğreten seccade, Kuran okuyan kalem* gibi cihazları da içeren bu kavramla; “yeni medya”, “sosyal medya” şeklinde tabir olunan dijital platformlarla din içerikli materyallerin dolaşımının dindarlar tarafından yaygın kullanımı ve bu eğilimdeki artış süreci kastedilmektedir. Youtube adlı ve video paylaşma imkanı veren internet sitesi üzerinden, dinî amaçlar güderek paylaşımlar yapan “dindar youtuber’lar” dinî dijitalleşmenin artışına sebep olan tipik bir örnektir. Bu kapsamda “İslami Youtube kanalı”, “İslami youtuber” kavramları da karşımıza çıkacaktır.

b. Dinî kolektivite: Nurculuk özelinde yeni dinî oluşumların ortaklaşması için *kolektivite* kavramı çalışmada sıklıkla kullanılmıştır. “Çok merkezli-çok katmanlı” bu oluşumlar organizasyonel anlamda birliktelik göstermemektedir. Ancak yapısal ve anlamsal yönden benzerlikleri ile dikkat çekmektedir. Bu sebeple resmî derneklerden kurulmuş bu oluşum kümesi çalışmada *dijital Nurcu kolektivite* şeklinde

adlandırılmıştır. Köklü ve yaygın dinî gruplar için de *kolektivite* kavramı tercih edilir. Çeşitli kolları ile Nakşiler, fragmente yapıları ile Nurcular *kolektivite* kazanmışlardır. Oysaki bir dergi etrafında toplanan radikal dinî gruplar kolektivite değildir. Onlar için bir incelemede *grupçuk* ifadesine rastlanmıştır (Şaylan, 1995, s. 55-68). *Kolektif şuur*, klasikleşmiş bir çalışmada (Durkheim, 2011) kabileyi bir arada tutan ortak anlam şeklinde kullanılır. Kelimenin kolektif biçimindeki sıfat hali; toplu, ortak, birlikte anlamlarıyla bugün yaygın olarak kullanılmaktadır. Bir eserin birine değil birden çok kişinin ortaklaşması ile meydana getirildiğini belirtmek için isim olarak da kullanılmaktadır. Bazı kitapların üzerinde yazar yerine *kolektif* yazması bundandır. Örneğin ülkemizde bir makale başlığında (Özsel, 2014) muhafazakâr kesime atfen “aşkın kolektif” şeklinde ve sosyolojik terim olarak *kitlenin ruhu* anlamıyla kullanılmıştır. Orijinal adı “The Sociology Book” olan ve Türkçeye 2017’de Tufan Göbekçin tarafından çevrilen kitapta ise kolektif sözcüğü birden çok grubun dayanışması ile oluşan yapı anlamıyla çok kez kullanılmıştır. Yine başka bir çalışmada sözcük, bireye koştur *grup* anlamındadır (Bauer, 2021, s. 14-285-336). Bu dayanaklardan hareketle çalışmada birden çok *grupçuğun* çeşitli yönlerden *ortaklaşmasına* atfen kolektif ve kolektivite kavramlarına başvurulmuştur. Hatta bu kavramın Nurculuk ekolünde grup terminolojisi kapsamında “şahsımanevi” şeklinde net bir karşılığı da vardır. Ayrıca çalışmada ibadet dışında dinî saiklerle eğitim, ticaret, siyaset, boş zaman vb. birincil ya da ikincil amaçlarla bir örgütlenme içine giren Müslümanlar için “İslamcı” tabiri de kullanılmıştır.

c. Dinî otorite: Din sosyolojisinin en çok kullanılan kavramı şüphesiz “din”dir (religion). Bu kavram hakkında evrensel bir tanım yapılmasının zorluğu bilinmektedir³. Sosyoloji, bilimsel metodu kullanan bir disiplin olduğu için değer yüklü özcü tanımlardan kaçınsa da toplumun algısını da dikkate alarak bir dil kurması gerekmektedir. Bu sebeple bu çalışma için din mefhumundan kastedilenin Türkiye’de yaygın kullanıldığı haliyle *İslam* olduğunun altı çizilmelidir. Hatta din mefhumu, Nurculuk ekolü söz konusu olduğunda İslam’ın Sünni yorumuna işaretle kullanılmaktadır. Diğer yandan din, toplumsal ilişkileri düzenleyen bir güç odağı olarak meşruiyet ve otorite kaynağıdır. Modern devlet yönetimlerinde uygulamaya konan

³ Bu konudaki eski bir tartışma ve analiz için bkz. E. Özdalga (1989), *Din Din midir Yoksa Başka Bir Şey Midir? Dinsel Fenomenleri İndirgeyici (Redüksiyonist) Yaklaşımların Bir Ön Eleştirisi*, İslami Araştırmalar Dergisi, Cilt 3 Sayı 2

laiklik ilkesi, otorite konusu ile yakından ilişkili olup dinî otorite ile dünyevî otoritenin ayrılığına işaret eder. Bilindiği gibi iktidar denince akla, özel anlamıyla siyasi iktidar gelmektedir. Ancak bu kavramın toplumsal boyutları çok daha baskındır. Örneğin teknolojik iktidar, kültürel iktidar gibi çok boyutlu bir şema çizilebilir. İslam dininde dinî iktidarı tekelinde tutan bir kilise yapılanması yoktur. Yine de dinî kaynakları aktaran belirli kişi ve gruplara toplumun itibar ettiği görülür. İşte dinî meşruiyeti elinde tutan ve belirli bir yönlendiriciliğe sahip güç odakları, dinî otorite olarak tanımlanabilir. Ayrıca çalışmada; zaman zaman kullanılan “eşik bekçisi” (gatekeeper) metaforuyla dinî bilginin yayılması sırasında onu filtreleyen (Campbell, 2020, s. 11), modern ve geleneksel toplumlarda farklı sınırlılıklara tabi, toplumsal iktidar/güç sahibi *din adamları* kastedilmektedir.

d. Kuşaklar arası farklılaşma: Kuşak kavramı, bir toplumda aynı zaman diliminde doğmuş ve benzer sosyokültürel olaylara maruz kalmış yaş grupları için kullanılır. Örneğin İbn Haldun ünlü “tavırlar nazariyesi”ni kuşak farkı üzerine temellendirmiştir. Kuşakla beraber düşünüldüğünde farklılaşma ise fonksiyonel ve yatay olmaktan ziyade dünyayı anlama ve değerlendirme pratikleri şeklinde yaşa dayalı dikey bir değişime işaret eder. Hegel’in “zamanın ruhu” (zeitgeist) tanımlaması ise özellikle medya bağlamında kuşak farkının anlaşılmasında kolaylık sağlamaktadır (Kortti, 2011, 73).

e. Mimesis/Mem: “Mimesis”, dinî hayata güç veren söylemin kendi varlığını garanti altına alma ve sürekliliğini sağlama biçimidir. Antikitede Platon tarafından “taklit” anlamıyla kullanılan kavram bir sosyal antropolog olan Girard (2010) tarafından sosyal bilimlerin gündemine tekrar getirilmiştir. Dinî motifler bir kültür ögesi olduğu için doğuştan elde edilemez. Önceki kuşakların aktardıkları; semboller, anlatılar, eşyalar yolu ile yeni kuşaklarca kopyalanarak ve özümşenerek yeniden üretilirler. Mimesis, işte bu öykünme ve yeniden üretim ameliyesidir. İşte bu aktarımda kullanılan her tür soyut-somut vasıta unsuruna “mem” denmiştir. Bu kavram ise ırsî özelliklerin aktarıldığı “biyolojik gen” kavramına analogi yoluyla “toplumsal mem” şeklinde üretilmiştir (Dawkins, 2007, s. 307). “Akıl Virüsü” adlı eserde benzer şekilde belli davranış ve tutumlara yol açan fikirlerin bulaşıcı olduğu anlatılmaktadır (Brodei, 2014). Bu çalışmada da dinî söylemin kuşaklar arasında aktarımı bağlamında mimesis/mem kavramlarına başvurulmuştur.

f. M-nesli: Bu kavram yeni Müslüman gençlik ya da Müslümanların “dijital kuşağı” yerine kullanılmaktadır. Bu pratik kısaltma, yeni yüzyılla beraber farklılığını ortaya koyan, Batılı değerlerle barışık ve kendini ispat çabasındaki Müslüman gençlerin anlatıldığı Janmohamed’in (2018) aynı isimli kitabından mülhem kullanılmaktadır. Bu kavramla 30 yaş civarına kadar gençlerin önceki kuşaklardan farklılaşmasına, kendi zamanından önceki hayat standartlarını deneyimleyemeden bambaşka bir dünyada yaşıyor oluşuna işaret edilmektedir. Ayrıca Nurcularda kuşak farklılaşmasının tipik anlatımı için 40 senelik periyotlardan oluşan “tipografik, analog ve dijital kuşaklar” tasnifi yapılmıştır. Çalışmada dijitalleşme bağlamında daha önce kullanımına rastlanmamış özgün bir tabir olarak “dijital Nurcu” kavramı da kullanılmaktadır. Bununla, Nurcu ekolün “dijital kuşağı” içerisinde çıkmış, youtuber’lık yapan ve hususi bir örgütlenmeye imza atan gençlere ve onların sadık takipçilerine işaret edilmektedir.

g. Yeni dinî oluşumlar: Modernitenin günlük hayata dahil olması ile geleneksel dinî-mistik yapılardan farklılaşan ve birtakım yeni sosyal, kültürel, ekonomik fonksiyonlar kazanan gruplar için çalışmada yer yer bu tabir kullanılmıştır. Yeni dinî hareketlerin Türkiye şartlarında İslam dininin karakteristik yapısı nedeniyle yumuşatılarak kullanılmış şekli olan “yeni dinî cemaatler” (Kirman, 2004) kavramından esinlenilmiştir. Halen kurumsal yapısını ve toplumsal meşruiyetini oluşturma sürecini tamamlamadığından “oluşum” tabiri tercih edilmiştir.

BÖLÜM I

NURCULUĞUN KISA TARİHİ ve “HAYALHANEM” OLUŞUMU

1.1. Dinî Organizasyon Tipleri ve Nurculuk

Aristo'nun tabiri ile insan doğası gereği “politik bir varlık”tır (zoon politikon). Bir proje üstünde çalışan öğrencilerde bile zaman içinde rol farklılaşması, statü, yapısal haritalar görülmeye başlanacak ve kişiler arası ‘zihni sirayet’ gerçekleşecektir. Ölçek olarak birkaç kişiden milyonlara varan sayıdaki insan topluluklarının aldığı biçim, ilişki ağları, nitelikleri, etki biçimleri ve zihniyetleri toplumsal yapıyı oluşturmaktadır. Birey-toplum diyalektiği sonucu bireyde doğan ama onu aşan bir gerçeklik olarak ele alınması gereken yapı, bireyler ve gruplar arası etkileşimin bütün boyutlarını içerir ve süreklilik arz eder. Sosyalleşme, gruplaşma gibi söylemsel süreçler de Foucaultcu tabirle dispoitif⁴ oluşan toplumsal bütünlükte gerçekleşir (Keskin, 2021, s. 18). Bireyin ya da grubun özellikleri, başarıları, hüsrancıları, umutları; içinde bulunduğu toplumun yapısı ile doğrudan ilintilidir. Farklı kültürler farklı yapı unsurları üretecek, bunun sonucunda bireylerin öyküleri de farklılaşacaktır. Mekâna göre farklılaşan toplumsal yapı aynı zaman diliminde -her ikisi de din adamı olmasına karşın- Batıda Aquinolu Thomas’ı, Doğuda Mevlâna Celaleddin Rumi’yi topluma kazandırmıştır. Zamana göre değişen yapı farklılaşması ile -her ikisi de siyaset adamı olmasına karşın- aynı toprak parçasında önce Fatih Sultan Mehmet sonra Mustafa Kemal Atatürk tarih sahnesine çıkmıştır.

Bir kültür bileşeni olarak din de yapı unsurudur ve hatta yapı kurucusu olarak iki önemli işleve sahiptir. Biriyle bireyin ahlaki ve manevi dünyasını kurarken diğeriyle toplumdaki siyasi, kültürel, ideolojik yapıya tesir eder. Sosyalleştirilen dinin, bir nevi biçimlendirilmiş din olduğunu söylemek mümkündür (Wach, 1987, s. 14). Dinin toplumsal yapı içinde bulunuşu ve yeni kuşaklara taşınması için çoğunlukla ‘gruplaşmalara’ ihtiyaç duyulmuştur. Bu gruplar, sosyal kurumlarla bütünleşik bir görünüm arz edebileceği gibi toplumsal yapının dışında özerk şekilde de biçimlenebilir. Nitekim Müslümanlarda belirli bir ruhban sınıfı oluşmazken bazı Hristiyan toplumlarda halk ile din adamları sınıfı kesin hatlarla ayrılmıştır. Yine de Müslüman toplumlarda

⁴ Foucault’un kendi icadı olan dispoitif sözcüğü, toplumu çepeçevre kuşatan, gücünü tarihî süreçlerden alan ve görülmeyen toplumsal kurallar bütünü olarak zorlayıcı güce sahiptir ve söyleme sirayet etmiştir.

değişen şartlara göre din adamlarının ve dinî grupların otoritesinde yükseliş ve gerileyişlere şahitlik edilmiştir. Her hâlükârda dinî gruplar, tarih boyunca dinî sosyalleşmenin etkili ve göz ardı edilemez bir parçası olmuşlardır.

Din, psikolojik işleviyle fertlerin şahsiyetlerini parçalanmışlıktan korurken tutarlı ve bütünlük bir kültür durumuyla inananlarının sosyal hayatta varlığına güç katar. Zor zamanda paylaşılan bir sığınığın olduğunu bilmek bireyler arasındaki mesafeyi de azaltır. Belli yaşamsal amaçları gerçekleştirebilmek için bir araya gelen, fizyolojik-biyolojik bir determinizmin işlediği; İbn Halduncu tabirle *nesep asabiyetine* dayalı aile, klan, soy gibi yapılar; evrene ve kendi varoluşlarına dair söylenceleri kuşaktan kuşağa aktarmakla, manevi yönden tatmin edici ritüelleri aralarında paylaşmakla dinî grup vasfını ‘doğal olarak’ kazanmış olurlar. Bunun yanı sıra insanoğlu doğal grupları aşır farklı bağlantılar kurarak din duygusunu paylaşabileceği, *sebepe asabiyetine* dayalı özel yapılar da oluşturmuşlardır. Bunlar ise “sırf dinî örgütlerdir” (Wach, 1987, ss. 17-23). Nitekim insanların birçoğu doğal dinî gruplarda kazandığı *kolektif şuuru* bu ikincil yapılara girerek pekiştirme yoluna gitmektedir.

Sosyoloji literatürünün erken döneminde kabul görmüş bir başka ikili tasnif, Tönnies’in cemaat (*gemeinschaft*) ve cemiyet (*gesellschaft*) ayrımına dayanır. Tönnies “cemaat”i; daha özel, büyük ölçüde kişisel, yakın ve süreklilik arz eden insan ilişkilerini anlatmakta kullanmıştır. Modern şehirlerin olmadığı pre-modern dönemde, yüz yüze samimi ilişkilerle biz duygusunun görüldüğü gruplar (cemaatler) bulunmaktaydı. Cemaat; içtenlikle benimsenmiş bir mekânda, ortak duygu ve düşüncelerin doğal bir şekilde ifadesine dayandığından dinî sosyalleşmeyi de kolaylaştırıyordu. “Cemiyet” ise toplum, örgütlenme, birlik vs. çağrıştıracak şekilde kullanılmış; modern kent hayatının kişisellikten uzak, yapay ve geçici ilişkileri tasvir edilmiştir (Slattery, 2018, ss. 59-60). Batı toplumlarının sanayi devriminin etkileriyle hızla modernleşmesi; birincil toplumsal ilişkileri aşınmaya uğratmış, cemaat hayatı gerilerken biçimsel rasyonalizmin soğuk ama sistemli bir yansıması olarak cemiyet hayatı ön plana çıkmıştır. Comte pozitif “düzen ve ilerleme” paradigması ile toplumsal dönüşümünü analiz ederken *kaybedilen cemaati* sosyal statikte, *yeniden üretilecek olan cemaati* ise sosyal dinamikte tasavvur etmiştir (Günerigök, 2019, s. 290). Bugün kentleşme ve farklılaşma etkisi altında Tönnies’in cemaati ortadan kalkmamış, eylemsellik ve amaçlılık motivasyonunun baskın hale gelmesiyle modern örgüt ve organizasyon tipine meyletmıştır. Farklılaşmanın etkisiyle cemaatler vasıflarına göre iktisadi, siyasi, entelektüel, dinî vb.

temellerle ayrılmış olsa da modern paradigma dine biçtiği kısıtlı rolü, kamusal alandan dışlayıp belli mekânlara hasretmek suretiyle dinî gruplar için de uygulamıştır. Tönnies cemaati ayrıca “kan cemaati” ve “fikir cemaati” şeklinde de kategorize etmişti. Bundan sonra kavramın muhteviyatını birçok sınıflama girişimi olmuştur. Bunlardan dikkate değer olanlarından biri de cemaatin meydana geliş şekline göre yapılan beşli tasniftir: *a) Bilgin-talebe ilişkisi üzerine kurulan cemaatler, b) Şeyh-mürîr ilişkisi üzerine kurulan cemaatler, c) Müminler topluluğu üzerine kurulan cemaatler, d) Mezhep birliği üzerine kurulan cemaatler, e) Tarikat birliği üzerine kurulan cemaatler* (Menshing, 2012, s. 23)

Bilindiği gibi klasik sekülerleşme teorisine göre modern kentlerin ve bilimin yükselişi ile dinî düşünce ve dinî gruplar işlevsiz kalacaktı. Oysaki insanın anlam arayışının farklı formlar kazanarak devam ettiği görülmüştür. Kendini eksik hisseden modern özne, manevi boşluğunu doldurmak için yeni arayışlara çıkarken yeni dinî hareketlerin beslendiği kaynak haline de gelmiştir. Rasyonelleşme, farklılaşma, kent hayatı, tüketim ve boş zaman alışkanlıkları ile değişimler yaşayan toplumlarda “itiraf edilemeyen cemaat” olgusu yetersizlik hissi ile açıklanabilir (Blanchot, 1997, ss. 18). Nitekim cemaat tarzı birliktelik, sahip olduğu bu deşarj imkânı ile modern dönemin cemiyeti içerisinde de varlığını devam ettirmiştir. Sosyal kimliği ele alan bilim insanlarına göre “bir kişi eğer kendisini bir gruba ait hissediyor ve bu aidiyetinden memnuniyet duyuyorsa sağlam bir sosyal kimliğe sahip” demektir (Yapıcı & Albayrak, 2002). Ne var ki pre-modern ve modern dönemin cemaatine kıyasla cemaat olgusunda dil ve kültür planında bariz yapısal farklar meydana gelmiştir. Postmodern dönemde cemaat nostaljisi adeta yeniden keşfedilmiş; yarı-cemaat (MacIver), sembolik cemaat (Hunter), sınırlı sorumluluk cemaati (Janowits ve Greer) gibi kavramlaştırmalarla kavram, sosyal bilimlerin gündemine tekrar oturmuştur (Yelken, 2015, ss. 234-235).

Cemaat; aynı inanç, duygu, düşünce, öğretî ve ideoloji etrafında bir araya gelen insanların oluşturduğu, zor dağılan topluluk şeklinde de tanımlanabilir (Efe, 2017, s. 298). Sosyoloji literatüründe bu şekilde geniş anlamı ile kullanılsa da Türkçenin günlük kullanımında cemaat sözcüğünün dinî gruba hasredildiği belirtilmelidir. Öyle ki *cemaat*, bir takım sosyopolitik endişelerle beraber geleneksel çağrışımından dolayı geçmişi ve dini imlediğinden seküler kamuda kaçınılan bir sözcük haline gelmiştir. Bu çalışmada ise Türkiye’de yaygın kabul gördüğü haliyle kavram, bu dinî ıstılah ile kullanılacaktır.

Bireylerin sığınabilecekleri dinî-manevi adalar olarak kabul edilebilecek sırf dinî grupların kendiliğinden oluşması beklenemez. Bunun için genellikle kurucu bir liderin

ve onun karizması çevresinde halkalanan takipçilerinin teşekkül etmesi gerekir. Cemaat oluşumuna yol açacak zeminde ortak amaç fikri, yardımlaşma ihtiyacı, sorumluluk paylaşımı, kimlik direnci, iktisadi kaygılar vb. durumlar önemli roller oynar. Bu etkileşimlerin meydana gelmesi için bir süreye ihtiyaç vardır. Zamanı anlamlı şekilde paylaşan insanlarda, coşku ve heyecanı ortaklaşa yaşama (duygudaşlık) tecrübesini kolaylaştıran *etkin ve soyut bir enerji*, grup kavramını yığından ayırmaktadır.

Modern ‘örgüt’ (organizasyon) kavramına gelinecek olursa ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kişilerin veya kurumların oluşturduğu hiyerarşik yapı ya da teşkilat karşımıza çıkar. Görüldüğü üzere örgüt, cemaat kavramına oldukça yakın bir anlam çağrıştırmaktadır. Ancak sözcüğün modern dönemin çalışma koşullarına ve üretim ilişkilerine yönelik kullanıldığı ve belli mesleki yapılarda tercih edildiği görülmektedir. Nitekim örgüt olmanın gerekçelerinden biri de önemli bir bilginin hızlıca yayılmasını sağlamaktır. Bu sebeple cemaatin oluşumunda öncelikli olmayan medya teknikleri, örgüt dendiğinde hayati önemi haizdir. Bu durumda örgüt içi spesifik haberleşme teknikleriyle Milli Eğitim Bakanlığında çalışan öğretmenler bir eğitim örgütü oluştururlar. Benzer şekilde Türkiye’de DİB çatısı altında faaliyet yürüten din görevlileri de dinî örgüte örnektir. Aynı zamanda pre-modern dönemden köklerini alan geleneksel dinî grupların bazılarını da bugünkü modern hayata ve medya sistematğine sağladıkları uyum dolayımında örgütten saymak mümkündür. Günümüzün karakteristik özelliği küreselleşmeye ve bireyin özerkleşmesine koşut olarak oluşan üretim-tüketim pratikleridir. Örneğin sonuç odaklı toplumsallıkla “toplam kalite yönetimi”, tüm örgütsel yapılar için referans gösterilmiştir. Eğitim politikalarında bile müşteri memnuniyeti odaklı bu tarz piyasa anlayışı geçerli görünmektedir. Nitekim öğretmenler için de kalite yönetimi seminerleri düzenlenmiştir (Güçlü & Gülbahar, 2010). “Yeni dinî cemaatler” olarak anılan (Kirman, 2004) yapılar ise siyasi-ekonomik işlevlerini öne çıkararak piyasa modeline uyum sağlamakla yüzleşmek zorunda kalırlar. Bugün için birçok dinî grubun rasyonel çıktılar hedefleyen şirketler gibi yönetildiği söylenebilir. Tüketim kültürünün hayat tarzları ve kimlik inşasında vücut bulması, dinî örgütlerin de “kapitalizme eklemlenmesi”ne yol açmıştır. Üstelik dindar bireylerin tüketim kültürüne adaptasyonu, dindar ve seküler kesimleri birbirine yaklaştırmıştır (Özbolat, 2015, ss. 10-15).

“Dinî hareket” kavramına gelinecek olunursa tek tek bireyleri hedef almakla beraber grupları aşan bir “kendiliğindenlik” öncelikle belirtilmelidir. Hareketi; bir

bireyde grup bağlayıcılığı olmayan düşünce, anlayış ve ideolojiler olarak tanımlamak mümkündür. Buna göre tasavvuf, örneğin Nakşibendilik dinî harekettir. Somut tarikat yapılanmaları, örneğin Erenköy cemaati ise bir dinî grup olarak ifade edilmelidir (Bilgin, 2021, s. 117). Örgüt ise hareketin eylemli bileşenidir; bir hareket, birçok örgüt ve derneği içerebilir (Erkilet, 2017, s. 42). Toplumsal hareketler; 18. yüzyılda elit kitlenin 19. yüzyıldan itibaren ise köylü, esnaf, işçi gibi alt sınıf olarak görülenlerin eylemleri ve örgütlenme biçimleri süreklilik arz etmeye başlayınca konuşulmaya başlanmıştır (Aydemir, 2020, s. 6). 20. yüzyılın ikinci yarısında bireyselliğin sosyal ve ekonomik liberalleşme eşliğinde genel geçer bir değer kazanmasıyla toplumsal hareketler kavramına yeni bir paradigmadan bakılmaya başlanmış, politik bagaj bir anlamda paranteze alınarak hareketler küresel ve kitlesel planda konuşulmaya başlanmıştır.

Kritik bir soru olarak literatürde yer etmiş bir başka kavram olan sivil toplum zaviyesinden dinî gruplara yaklaşılabılır mı? Özetle dinî gruplar “sivil toplum örgütü” müdür? Bu soruya yönelik ülkemizde iki yaklaşım geliştirilmiştir. İlk yaklaşıma göre, İslamiyet toplum içinde Durkheim’ın ikincil yapı dediği örgütlenme biçimini kabul etmez (Mardin, 2018, s. 71). Dolayısıyla dinî alan dahil sivil toplum, Müslüman toplumlarda gelişmemektedir. Sivil toplumun temelindeki “bölünmenin İslam’da toplumsal bir veri olarak değil günah olarak algılandığı” belirtilir (Sarıbay, 2014, s. 259). Bu sebeple dinî gruplardan da modern STK performansı beklenmemelidir. Öyle ki bazı dinî gruplar belki de modern devlet mantığını kavrayamamaktan, bilinçli ya da bilinçsiz olarak devlet yerine kendilerini ikame etmeye çalışırlar. Diğer yandan devlet ile birey arasında aracı kurumlar niteliğini haiz dinî görünümlü sivil toplum kuruluşlar olabileceğini söyleyenler de vardır (Aktay, 2015, s. 399; S. Kaya, 2020, s. 121; Talas, 2011, s. 390). Buna göre devlet aygıtı karşısında dayanışma sağlayan yeni dinî dernekler kurulabileceği gibi geleneksel dinî grupların dernekleşmesi ile de sivil topluma dahil olunması mümkündür.

Geleneksel Türk toplumunda dinî gruplar düzenleyici ve kontrol edici işlevi ile ön plana çıkarken çeşitli politik iddialarla düzen bozucu, disfonksiyonel durumlara da rastlanmaktadır. Modern STK’ların üstlendiği birey ile devlet arasındaki “tampon konum” burada söz konusu değildir. Zira tarihsel bir varoluş biçimi olarak birey ve ulus-devlet anlatıları, geleneksel dinî söylemde mevcut değildir. “Polis”, modern devlet olarak Machiavelli’nin Prens’te anlattığı şekliyle 16. yüzyıldan itibaren Batı Avrupa’da

nüfus üzerinden toplumsallaşmaya başlamıştır (Foucault, 2021a, ss. 107-113) Bugün halen modern devletin ulaşamadığı yerlerde kökleri eskilere dayanan dinî yapılar varlığını sürdürmekte ve seküler kesimde bir gerilime yol açmaktadır. Sivil toplum ve demokrasi etrafında yaşanan tartışmaların sadece seküler ve dindar kesim arasında değil dindarların kendi aralarında da sürdüğü iddia edilebilir (Özdalga, 2015, s. 88). Modernite hiç şüphesiz toplumun geleneksel yapısına yönelik ciddi meydan okuma ve değişimler gerçekleştirmiştir. İnsanlar eskiden mezhep ve soyuna göre aidiyetini izhar etmekten sakınmazken bugün partiler, dernekler, kulüpler, futbol takımları ve internet grupları gibi yeni aidiyet bağları geliştirmiştir. Türkiye'nin modernleşme sürecinde de seküler elitler tarafından "bahçedeki ayrık ot" olarak görülen dinî gruplar, sosyal bilimcilerin gündemini uzun süre meşgul etmeye devam edeceğe benzetilmektedir.

1.1.1. Türkiye’de Cemaat ve Tarikat Yapıları

Dünya dinlerinin çoğunda olduğu gibi Türkiye’de yaygın olarak paylaşılan İslamiyet’e göre de dinî grupların varlığındaki temel motivasyon, “din kardeşlerinin birliği”, istenir bir durumdur. Sosyolojik sonuçlar doğuran bu yönelim; ümmet, millet, cemaat kavram seti ile ilmihal kitaplarında olumlu anlamlarla belirtilmiştir (Bilmen, 2015). Esasen cemaat kelimesi Kuran’da bugünkü anlamı ile geçmemektedir. “Cami, cuma, cem, mecma, mecmu, içtima” gibi kalıplar halinde isim olarak gelse de daha çok fiil kalıbında kullanıldığı görülür. Ayrıca topluluk anlamında, olumsuz çağrışımları olan “tefrika, fırka” kelimelerinin yanı sıra çeşitli anlamlara gelecek şekilde “hizip” ve “ahzap” da kullanılmıştır (Tuncer, 2012, ss. 3, 16).

“Hep birlikte Allah'ın ipine (İslam'a) sınıksız yapışın; parçalanmayın... Sizden, hayra çağıran, iyiliği emreden ve kötülükten meneden bir topluluk bulunsun. İşte kurtuluşa erenler onlardır. Kendilerine apaçık deliller geldikten sonra parçalanıp ayrılığa düşenler gibi olmayın.” (Âl-i İmran 3/103-104-105)

"Allah'ın yardımı cemaatle (toplulukla) beraberdir. " Tirmizî: Fiten 7 Hadis no: 2166

İslam'ın temel kaynaklarından alınan yukarıdaki ayet ve hadisten çıkarabileceğimiz önemli bir sonuç dinî birliği oluşturan toplumsal varlıktan ayrılmamak gerektiği; istenilen, beklenen Tanrısal yardımın toplu durmakla mümkün olacağıdır. Mahiyeti ne olursa olsun örgütlenmeler, bireylerin yalnız başlarına ulaşamayacakları bir güç potansiyeli taşır ve sosyalleşmeyi teşvik eder. Risaletin ilk

yıllarında Peygamber etrafında yaşanan toplumsal şekillenme de bir nevi yapısal ve işlevsel *birlik* halidir. Üstelik İslam'ın dizayn ettiği toplulukta içe dönük bir şahadet başlangıcı dışında -ki bunun için de başkasının teklifi gerekir- İslam'ın şartları olarak görülen namaz, oruç, hac vb. esaslar cemaat birlikteliğini tesis edecek ritüellerdir.

Arapça menşeli bir sözcük olan cemaat, Gökalp'ten beri Sosyoloji literatürümüzde “topluluk” anlamıyla kullanılmıştır. Batı dillerindeki karşılığı *community* (İngilizce) ve *communaute* (Fransızca) şeklindedir. ‘Cem olmak’ ve ‘cemaat’ sözcüklerinin Türkçedeki geçmişi, Türklerin İslam'ı kabulüne kadar götürülebilir ve topluluğa göre dine ilişkin önemli bir nüans farkı içerir.

İslam'da referans alınan en büyük ‘fikir cemaati’, diğer bir deyişle müminler topluluğu üzerine kurulu cemaat “ümme”tir. Ancak çok sesli ve çeşitli sosyal gerçekliğin yansıması olarak yakınsak ilişkiler neticesinde başka dinî gruplar da oluşmaktadır. Yine ümmet çatısı altında “fırka” adıyla kaydedilen grup farklılaşmalarından bahsedilebilir. İtikadi ve ameli mezhepler ve çeşitli i'tizal hareketleri sonucu oluşan dinî-siyasi gruplar bunlardandır. Taşıdıkları iddianın derecesine göre ana bünyeden farklılaşan ve çoğu zaman dinî bilgiye vukufiyetini ispat etmiş liderler etrafında oluşturulan inanç halkaları, tarih boyunca sosyal yapıda değişik görünümler arz etmiştir. Dindarlar; yaşananlardan memnuniyetsizlik ifadesi ya da dini daha iyi yaşama kaygısıyla diğer halk katmanlarından kendilerini ayırtmışlar, genel halk kitlesinden farklı bir kimlik kazanma yoluna gitmişlerdir. Her ne kadar Nakşibendilikte olduğu gibi “Halk içinde, Hak'la beraber” retoriği geliştirilmiş olsa da daha çok “Halktan uzak, Hakk'a yakın” bir tarz belirleyip sosyal hayattan tecrit anlamına gelecek biçimde dünya işlerinden (masivadan) uzaklaştıkları, hatta zaman zaman sosyal kapanma örneği sergiledikleri görülmüştür. Günlük hayat pratiklerinden uhrevi inançlara ve ritüellere değin birtakım farklılıklar barındıran ve daha çok kurucularının isimleri ile anılan bu yapılar Müslümanlar arasında *Allah'a ulaştırın yol* anlamında “tarikât” ismiyle anılmışlardır. Sırat-ı müstakim (doğru yol) derinliğinde bir tefekkür ile büyük bir azim ve çaba gerektiren “büyük cihad”ı (nefis terbiyesini) tatbik etmek, zamanla kurumsallaşarak bugünkü halini almıştır.

Tarikatlar da sosyolojik anlamda cemaattirler. Fakat cemaatin hususi bir şeklini haizdirler. Türk tarihi boyunca tasavvuf doktrini ile yoğrulan tarikatlar önemli fonksiyonlar üstlenmişlerdir. Bu fonksiyonlardan biri de kıtlık, afet, savaş gibi darlık zamanlarında insanların ihtiyaç duydukları dayanışmaya katkı sağlamış olmalarıdır.

Ayrıca Anadolu'nun Türkleştirilmesi ve İslamlaştırılması sürecinde *alperenlik* geleneği ile önemli bir motivasyon kaynağıydılar. Hızlı toplumsal değişimlerde toplumun statik yönü ağır basan denge sağlayıcısı olmuşlardır. Süreç içinde bazı disfonksiyonel özellikler edinip ayrışmalara ve isyanlara kaynaklık eden tarikatlar da görülmüştür. Ayaklanmaların çoğu, dinî değil siyasî boyutuyla ele alınabilecek ideoloji üretememiş hadiseler olarak görülebilir. Bugün ülkemizde yaygın olan Nakşibendilik, Süleymancılık ve Nurculuk ekolleri, doktrinel olarak İmam Rabbani ve Şeyh Halid'in din anlayışından beslenmektedir (Şentürk, 2019, s. 96; Atay, 2011, s. 56-62). Şeyh Halid el-Bağdadî (ö. 1827) adlı Nakşibendi şeyhi, Avrupa tehdidi karşısında Müslümanları birlik fikrine davet etmiştir. Ondan sonra tarikat karakteristiği olarak Nakşibendilik siyasal tepkiler vermeye yatkın hale gelmiştir. Onun “din için devlet” düşüncesi, Türkiye’de halen dindarların zihniyetini belirleyen ana temalardan biridir.

Tarikatlar, formel bir yapıya sahip medreselere oranla eğitim anlayışında da farklılık göstermişlerdir. Tekke mensupları pratik olan gündelik bilgiyi edinmekle yetinip “ledunnî ilim” denen Tanrı vergisi bilginin kalbe doğması ile yol alacaklarını düşünüyorlardı. Okumak, dinlemek ve tecrübe etmek şeklindeki “kesbi ilim” medreselerde olurdu. İlmi konulara bakıştaki bu tekke-medrese ikiliği biçim değiştirmiş bile olsa halen sürmektedir. Isparta ili örneğinde yapılan bir çalışmada tarikatların eğitim oranının düşük olduğu ve orta yaş üzerine hitap ettikleri gözlemlenmiştir. Dine ilişkin bilgilenmesini tasavvufi halk kitapları⁵ ve ilmiyelerden edinen tarikat müntesipleri; sosyo-kültürel, bilimsel ve teknolojik şartlara uyum sağlamakta zorlanan genellikle orta yaş ve üzeri insanlardan oluşmaktadır (Efe, 2017, s. 296).

Türkiye’de dinî grup yapılarını etkileyen bir diğer etken de Batı’daki siyasi ve toplumsal gelişmelerdir. Yakın Çağ düşüncesinde derin izler bırakan Reform hareketlerinin ardından Avrupa’da bir yandan mezhep, sekt tarzı gruplarla çeşitlilik ve nicelik artarken bir yandan da dinden özerkleşen laik bir yapılaşma başlamıştır. Dogmatik inançlara karşın akılcılığı savunan “aydınlanma düşüncesi” zamanla tüm kıta Avrupa’sına yayılmakla kalmamış en yakınındaki Osmanlı hinterlandının Selanik,

⁵ Din ve İdeoloji adlı eserde (Mardin, 2018, s. 90), 1969 yılında Beyazıt Cami avlusunda en çok satılan dört kitabın *Mızraklı İlmihal*, *Seyit Battal Gazi*, *Ebu Müslim El-Horasani* ve *Kan Kalesi* olduğu geçmektedir. Bugün de gözlemlere göre geleneksel yapılarda okutulan eserler pek değişmemiş, buna ek olarak özellikle *Mızraklı İlmihal*’in yanı sıra tarikat önderlerinin kerametlerini anlatan “Zuhuratlar”, “Menkıbeler” yaygınlaşmıştır. Yayın imkânlarının gelişmesi ile bazı tarikat şeyhleri yine geleneğe dayanan menkıbelerden oluşan kendi sohbetlerini kitaplaştırmışlardır. Örnek için bkz. Hacı M. Hilmi Kutlubay (2018), *Zuhurat-ı Bilal-i Nadirî*, Nadir Yayıncılık, Adana.

İstanbul gibi kültür merkezlerine de ulaşmıştır. Bir düşünsel değişim ajanı olarak ‘Batı aydınlanması’ Osmanlı ülkesinde de başta dindar çevreler olmak üzere, kolaylıkla muarızlarını bulmuştur. Dışsal örtüsünden yoksun bırakılmış ancak hayatiyetini devam ettiren din (Simmel, 2017, s. 78), Türk modernleşmesinin bugün dahi başat gündemi olarak görülebilir. Bu minvalde *sol* ve *sağ* olmak üzere iki tip yaklaşımdan söz edilebilir. Dinî gruplar konusundaki bu yaklaşımları siyasi arenada da teyit eden bir çalışmaya göre (Demir, 2022), Türkiye’de sol iktidarlar ‘onları gözümüz görmesin, ne yaparsanız yapın’ derken, sağ iktidarlar ‘bizim çocuklar’ diye bağrına basmaktadır. Saha araştırmasına başlanıldığı günlerde Türk toplumunda köklerini Tanzimat ve Meşrutiyet dönemlerine kadar indirebileceğimiz, dine ve dinî gruplara ilişkin bu ikili yaklaşımı örnekleyen bir olay yaşanmıştır. İstanbul’daki Uşşakî Tarikatı şeyhlerinden Fatih Eyüp Sağban’la ilgili çocuk istismarı haberleri medya gündeminde yer almaktaydı. Sol Kemalist tandanslı Cumhuriyet gazetesi, haberi “İşte Tarikat Gerçekleri” şeklinde manşete taşımış ve tüm tarikat, dergah, dinî yurt ve Kuran kurslarını içine alarak çoğul ifadeyle “*sapkınlığın temsilcileri*”ni hedefe koymuştu (Özdilek, 2020, s. 5). Buna karşın sağ muhafazakâr çizgideki Yeni Şafak gazetesi aynı haberi aynı gün manşetten “Bu Sapık Kimin Adamı” diyerek duyurmuştur. Manşetin dili, suçluyu İslami camianın dışına atmakta ve şahsın Almanya bağlantılarını sorgulayarak dindarları töhmet altına alacak bir proje olduğu imasını öne çıkarmaktadır (Duran, 2020, s. 9). Yeni Şafak gazetesinin verdiği tepkinin altında yatan amil, tüm İslami motiflere hamiyetle yaklaşan İslamcılık ideolojisi olduğu söylenebilir.

Esasen birer din ekolü olan Nurculuğu ve Nakşibendiliği de dinin yalnız ahlaki ve mistik alanında kalmadıkları için İslamcılık içinde değerlendirebiliriz. İttihad-ı İslam (İslam Birliği) en büyük mefkûre, adeta “sin qua non” (olmazsa olmaz) şeklinde gerekli görüldüğünden bu düşünceyi sosyolojik temelde işleyebilmek için indirgemek pahasına bir dinî ideoloji saymalıdır. Zira bu düşünüş şekli bireyin iç yaşantısını düzenlemekle kalmamakta, tüm Müslümanların düzenine dair öneriler taşımaktadır. Bu sebepten olmalı, İslamcılık “ideolojik davranışlar kümesi” olarak tanımlanmıştır (Mardin, 2011, s. 9). İslamizm (İslamcılık) terimi, 18. yüzyılda Voltaire tarafından İslam dini yerine kullanılmıştır. Daha öncesinde kullanılan “Muhammedcilik”, Müslümanlar tarafından hoş karşılanmayınca bu terim gündeme getirilmiştir (Janmohamed, 2018, s. 155).

İnsan doğasının işleyişi gereği her tür söylemin karşı tezini üretme imkânıyla modernliğe tepki olan İslamcılığı “dernek karşıtları derneği kurmak” (Simmel, 2017)

gibi bir hareket içerisinde görmek mümkündür. XIX. yüzyılın ortalarından itibaren Batı üstünlüğüne karşı koyma arayışları, önce entelektüel sahada başlayan İslamcılık akımını bu temel üzere oturtmuştu. Mısır merkezli “İhvanı Müslimin” ve Hint üst kıtasındaki “Cemaati İslamiye” bu arayışların neticesi olan modern İslami cemaat oluşumlarıydı. 20. yüzyıla gelindiğinde tarikatların yapısı da modern toplum arayışları ile değişmeye başlar. Genellikle kapalı havzalarda klasik örgütlenmelerini sürdüren tarikatların yanında bazı tarikatlar bünyelerine yeni fonksiyonlar katmışlardır. Tarikat tipi örgütlenmelerin yanı sıra yeni yapılar da görülmeye başlanmıştır. Tarikatlarda olduğu gibi yalnız ferdi ahlak üstünde yükselmektense ortak çıkarları önceleyip seküler sahada mevzi kazanma gayretinde olan dinî hareketler, yeni bir grup dinamizmi oluşturmuşlardır. Yeni dinî hareketler paralelinde İslam coğrafyasında görülen bu oluşumlar, “yeni dinî cemaatler” şeklinde ifade edilmiştir (Kirman, 2004). Bir iki istisna dışında tüm bileşenleriyle Nurculuğu bu kavrama yerleştirmek mümkündür.

Eski bir cemaatleşme tipi olan tarikat ile yeni dinî cemaat karşılaştırılacak olursa her şeyden önce bir dikotomiden bahsedilmediği anlaşılmalıdır. Tarikat-cemaat kavramları sosyal bilimlerde de iç içe kullanılmaktadır. Yine de genel hatları ile bir çerçeve çizilecek olursa tarikat içe dönük, cemaat ise dışa dönük bir dinî anlayışı temsil eder. Tarikatlar genellikle meşruiyetini bir silsileye bağlı olmakla dinî köken ibraz eden mistik oluşumlardır ⁶. Cemaatler ise genelde dinî önderlerinin karizması ile yetindiklerinden ilk yola çıktıklarında batılı terminoloji ile kült görünümündedirler. Tarikatlar şeyhleri öldükten sonra da yapısal bütünlüklerini korurlar. Bölünme olsa bile bu, “halifelik” bağlamında belli icazetlere bağlı bir çerçevede gerçekleşir. Cemaatlerde liderin ölümü ile genellikle yeni liderin kim olacağına dair tartışma başlar ve yapı, paralel doğrultuda rakip gruplar üretebilir. Tarikatlar bireyin hallerine dönük sıkı bir disiplin içermekle beraber seküler hayatlarına doğrudan müdahil olmazlar. Cemaatler ise hiyerarşik ve homojen görünümünün ardında daha gevşek ve farklılaşmış bir durum arz eder, böylelikle bireyin seküler hayatlarına da sızma imkânı elde ederler. Bu kavramların birbirine yakın olduğu ve hem tarikatların cemaat şeklini alabileceği hem de cemaatlerin tarikatvari görünümüne kazanabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Diğer yandan tarikatlar içinden yeni cemaatlerin de çıktığı vakidir. Örneğin eskiden

⁶ Osmanlı Devleti’nde bu grupların geçmişleri kayıt altına alınırdı. Daha detaylı bilgi için bkz. İ. Kara, (2018), *Din ile Modernleşme Arasında; Çağdaş Türk Düşüncesinin Meseleleri*, Dergah Yayınları, İstanbul, s. 311-389

Kâdirî ve Nakşî tarikatında bulunmuş olduğunu, fakat onlarla artık hiçbir bağının kalmadığını söyleyen Said Nursî'nin 'Nur cemaati' buna örnektir (Hub, 2019, s. 455).

Cemaatleri zihniyet temelinde kategorileştirmek de mümkündür. İslam ülkelerinde bugün üç tür zihniyet, gruplar üzerinden varlık bulmaktadır. Modern, Selefi ve Tasavvufi İslam anlayışı olarak tasnif edilebilecek bu zihniyet farklılaşması hem akademik hem de siyasi kamuoyunu meşgul etmektedir. Türkiye'deki tarikat ve cemaat çevrelerinin çoğunlukla tasavvufi/geleneksel İslam'ı temsil ettiği söylenebilir. İslam'ın modern yorumu da Batılılaşma ile yüz yüze gelen Müslüman toplumlar için bir tercih olarak gün yüzüne çıkmıştır. Bazı cemaatler çift taraflı bir reaksiyonla modern hayat tarzının yanı sıra geleneksel dindarlığa da karşı konumlanmıştır. Siyasi ve ekonomik sarsıntılara muhalefetle güç kazanan ve otantikliği temsil iddiasındaki Selefi akımlar, böyle değerlendirilebilir. Selefiler, tarikatlarla oluşan tasavvuf ekolünü dinin asliyetine halel getirdiği iddiasıyla eleştirirler. Bu yüzden tarikat çevrelerinin çoğunda geliştirilen bir retorikle "Vahhabî" projesi olmakla suçlanırlar (Atay, 2011, s. 271). Otokratik örgütlenme ve sıkı hiyerarşik düzenleniş, selefi ve modern cemaat yapılarının birçoğunda tespit edilebilecek bir özelliktir. Bu grupların bazılarında radikalleşme ciddi bir sorun olarak görülmektedir. Radikal cemaatler hücre yapılanması şeklinde illegal gizli örgütlenmeye kadar gidebilirler ki bunların hedefi görünenin çok ötesinde toplumu kuşatmaktır. İster cemaat ister tarikat tipi gruplar olsun radikalleştikleri ölçüde müdahaleci ve partikülerist olmaktadır ve dinin ruhundaki birliğe zarar vermektedir (Kirman, 2019).

Yukarıdaki kritiklerden yola çıkarak Türkiye'de 'sırf dinî grup' olarak tanımlanan dinî örgütler; zihniyet, köken ve yöntem bakımından değerlendirip üç grupta tasnif edilebilir:

Geleneksel dinî-kültürel gruplar: Tarikatlar tasavvufun sistemleşmiş ve kalıplaşmış ritüellere dönüştüğü, köklerini Osmanlı-Selçuklu geleneğinden alan gruplardır. Cumhuriyet öncesinde tekkeler şeyh etrafında örgütlenirlerdi. Artık geleneksel tekkeler olmasa da halen geleneği devam ettiren şeyhler vardır. Nakşibendilik, Kadirilik, Rûfailik gibi ekolleri temsil eden irili ufaklı çok sayıda tarikat ülkemizde varlığını devam ettirmektedir. 1924'te çıkarılan kanunla yasaklanmış olsalar da -iddialarına göre- *şeyh-mürît ilişkisi* çerçevesinde, nefsî arzulardan arınmaya dönük bir eğitim sürdürmektedirler. Son yıllarda sahip oldukları servet ve imkânların artması ile asli fonksiyonları olan dinî-manevi özellikleri haricindeki sahalarda da etkin

oldukları görülmektedir. Kırsalda gelişip zamanla şehirlerde kendine yer bulan bu gruplarda evliya kültürünün üstlendiği rol, yerel olanı ümmetin daha geniş toplumuna demirlemek şeklinde olmuştur (Gellner, 2012, s. 223). Özellikle yurt dışında da uzantıları olan Nakşi ekolün kolektivite oluşturabilme açısından diğerlerinden daha etkin olduğu gözlerden kaçmaz. Merkez olarak seçtikleri muhitin adıyla popüler medyaya yansıyan Nakşi tarikatlarının bazıları ve kurucu liderleri şu şekildedir: Erenköy-Mahmut Sami Ramazanoğlu (ö. 1984), Menzil-Abdülhakim Erol (ö.1972), İskenderpaşa-Mehmet Zahit Kotku (ö. 1980), İsmailağa-Mahmut Ustaosmanoğlu (ö. 2022).

Yeni dinî cemaatler: Modern şehir kültürüne adapte olmakla ortaya çıkan, belirli dinî metinler etrafında örgütlenen, tarikatlara göre daha sıkı hiyerarşiler üreten yapılardır. Kullanılan din dili de farklılaşmıştır. Şeyh, derviş ya da mürit kavramlarının yerini üstat, hocaefendi, talebe, şakirt gibi kavramlar almaya başlamıştır. Batı’da görülen yeni dinî hareketlerin ülkemizdeki muadilleridir. Batıdaki grupların aksine İslam inancındaki tevhit ilkesinin bir yansıması olarak itikadi açıdan ana dinî bünyeyle bütünleşme prensibi güderler. Yine de lider kültü etrafında ezoterik inançlar geliştirebilirler. Modern imkânlardan faydalanarak hususi bir örgütlenme içine girmişlerdir. Dinin ekonomik ve siyasi işlevlerini yürüterek güç kazandıkları görülmüştür. Siyasi ve ticari sahada etkin olacak takipçi kazanma stratejisi ile dışa açılmak isterler. Tarikat değil daha çok cemaat olarak adlandırılan Nurcu ve Süleymanî gruplar, ülkemizde bilinen örnekleridir. Daha çok kır yaşamından güç alan muhafazakâr kesimlerin kentlerde modernliği tecrübe etmesiyle ortaya çıkmışlardır. 2013 yılına kadar Fethullahçî⁷ grup da yeni dinî cemaat özellikleri sergilemekteydi.

Dinî-siyasi oluşumlar: Toplumsal muhalefet ihtiyacını ideolojik söylemi öne çıkararak karşılarlar. Müslüman kimlik onlar için alternatifi olmayan kendini tanımlama biçimidir. Devlet yönetiminin İslamlaşması öncelikli gündemleridir. İslam’ın Hz. Muhammed dönemindeki yayılışını da siyasi okumaya tabi tutan bu gruplara göre

⁷ Türkiye’de bir darbe teşebbüsüyle adı anılan ve büyük ölçüde eski mevzilerinden tasfiye edilen ve marjinalleşen bir grup olarak Fethullahçılık, bugün gelinen nokta itibarıyla batıda “modern cult” tabir olunan yeni dini hareketler dahilinde incelenilebilecek bir yapıdır. Terör iltisakı nedeniyle “cemaat” kavramı dahilinde incelenip incelenmemesi konusu tartışmalıdır. Ayrıntılı bilgi için bkz. M. Öztürk, (2015), *Din Sermayesinden İktidar Devşirmek: FETÖ*, Ankara Okulu Yayınları; Diyanet İşleri Başkanlığının raporu için bkz. (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2017), “*Kendi Dilinden FETÖ, Örgütlü Din İstismarı*”; Polis Akademisi Başkanlığının “*Yeni Nesil Terör: Fetö’nün Analizi*” raporu için bkz. www.pa.edu.tr

İslam'ın bugünkü mücadelesi mecburen ideolojik ve politik olacaktır (Çakır, 2017, s. 287). Fakat dinler günlük hayata karışabilen bir kültür üretebilirken ideolojiler Sezai Karakoç'un (ö. 2021) Diriliş Partisi örneğinde olduğu gibi yalnız fikir sahasında kalabilmektedir ve bu yüzden dinî-siyasi oluşumların Türk toplumunda genellikle kitleselleşemedikleri gözlemlenir. 1980'den sonra Türkiye'nin dışa açılmasının İslamcılık akımını hızlandırdığı düşünülürse "İran İslam devrimi"nden ilham alan ideolojik gruplar, gelenek eleştirisinden neşet eden Selefi gruplar ve nispeten Türkiye'nin iç dinamiklerinden beslenen "Millî Görüş" hareketi dinî-siyasi oluşumlara örneklik teşkil edebilir. Basın yayın faaliyetlerine son derece önem veren bu yapıların özgül kristalleşmesi ve etkileri siyasi olaylara angajedir.

Postmodern zamanlara geldikçe özellikle geleneksel cemaat ve tarikatlarda bir hareketlenme olmuştur. Bilim ve tekniğin insan ufkunu aşan boyutlara ulaşması ile cemaatlerin yapısında da bir "akışkanlık" başlamıştır. Nitekim toplumun bir parçasındaki değişme diğer parçalarında da değişmeyi zorlayacaktır. Son hadde karşı çıkılan ve gavur icadı denen teknolojik aletler bile bugün itibariyle cemaat duvarını aşabilmiştir. Küreselleşme ve sosyoekonomik liberalleşme birçok dinî grubu zihniyet ve yapı yönüyle zorlamış, cep telefonu gibi araçların yaygınlaşması ise medyalaşmaya maruz bırakmıştır.

1.1.2. Nurculuk ve Grup İçi Çoğullaşma

Nurculuğun ortaya çıkışı büyük oranda tarihsel bağlamla anlaşılabilir. Nitekim kurucu isim Said Nursî (ö. 1960), II. Meşrutiyet döneminde siyasi bir figür olarak dikkat çeker (Kutlu, 2004). Nursî, milli mücadelenin zor günlerinde işgalci kuvvetlerin baskısıyla Ankara aleyhine Şeyhülislam Dürriyade'nin verdiği fetvayı reddedenlerden olmuş ve bir karşı fetva yayımlamıştır. Bu olayın yankısıyla Ankara'ya davet edilmiş, orada bir meclis konuşması yapmış ve Mustafa Kemal'le de görüşmüştür (Çancı, 1998, s. 178). Ankara günlerinden sonra 1923 yılında Van'a seyahat ederken din hizmetinin siyasetle olabileceği inancını kaybetmiştir (Nursi, 2006, s. 133). Nursî, bu süreçte iç dünyasında bir inkıza (çöküşe) uğramış olmalıdır ki bu yolculuğu "Eski Said"den "Yeni Said"e *geçiş yolculuğu* kabul eder. İki yıl Van'da yaşadıktan sonra 1925 yılında çıkan Şeyh Said ayaklanması ile alakalı olabileceği gerekçesiyle tutuklanır ve Barla'ya sürgün edilir. Orada iskân edildiği yıllarda ondan etkilenen birkaç kişinin yardımıyla Risale (kitapçık/mektup) adını verdiği metnin telifine başlar. Aslında Nursî'nin kendi

nefsine mektuplar⁸ yazdığı söylenir, ancak yer yer hikâye tekniğinin kullanıldığı bu metinleri okuyanlar bir çeşit dinî neşve duymaktadır. 1934 yılında Barla'dan Isparta'ya gönderilmesiyle hem çevresindeki topluluk cemaate dönüşmeye yüz tutmuş, yazılan eserlerin çoğaltılma imkânı artmıştır. Başlarda Risaleler elle yazılmıştır. Müntesiplerin inançlarına ve günlük hayatlarına *moral takviye* olarak yansıyan ve her geçen gün onların çabaları ile yaygınlaşan metin, klasik anlamda bir “medya” örneğidir. Nurcu gelenek, kitabın dinî hayatta hangi mertebeye çıkabileceğini gösteren önemli bir örnektir. Risale-i Nur adı verilen bu kitaplar her namaz sonrası düzenli şekilde okunur. Geleneksel vaaz, burada Risale-i Nur'un okunup açıklanmasına dönmüştür. Tarikatlarda olduğu gibi bir önceki liderin konumunu devam ettiren bir lider söz konusu olmadığı için kitaplar gruba adeta liderlik eder (Bilgin, 2021, s. 128). Nitekim Said Nursî, takipçileri tarafından yayımlanan ve mesajını yayan Risale kümesini işaret ederek “gazidirler...” demiştir (Mardin, 2017, s. 16). Telif bir kitabın “küfür cephesi” ile savaştığını ima etmek, geleneksel dindarlar için alışık olmadıkları bir söyleme işaret etmektedir. 1944 yılında Denizli mahkemesinin beraat kararıyla yayın engeli kaldırılan Risaleler, daktilo ve teksir makinesi ile çoğaltılmaya başlanır. Önce elle yazılan, kulaktan kulağa aktarılan, bunca emekten sonra muhiplerinin gözünde kutsallık halesi kazanan bu metin; bulunabilen tüm teknik imkânlar kullanılarak yayılmak istenmiştir. İlk dönemler Arap alfabesi esaslı Osmanlı yazı Türkçesi kullanılırken harf inkılabının (1 Kasım 1928) yaygınlaşması ile bunda ısrar edilmeyip Latin alfabesinin de yayın ağına eklenmesi, grubun stratejisinin esnekliğine işaretir.

Nurculuk özel eğitim ortamlarıyla müntesiplerine *dar ancak samimi* yaşam alanları sunarken bir mitoz bölünme üretkenliği yaratarak cemaatin yayılmasını kolaylaştırmıştır (Aytepe 2016, s. 182). Türkiye’de en çok tanınan dinî ekollerden olan Nurculuk; bu sayede en çok parçalanan, fakat parçalandıkça çoğalan ve etki alanını genişleten bir yapı arz etmektedir. Said Nursî’den sonra cemaat içinde, her dinî grupta görülen karizmatik liderin ölümünden sonra yaşanan sorunlarla karşılaşılır. Grup içi farklılıklar gün yüzüne çıktıkça tekçi bir yorum anlayışı dayatılmaya başlanmış ve buna

⁸ Belki her Ramazan ayında Türk televizyonlarında gösterilen Anthony Quinn imzalı “Çağrı” (The Message) filminin Mustafa Akad tarafından çekilen Arapça versiyonunun adı “Er-Risâle”dir. Her iki versiyonda da filmin giriş kısmı, Hz. Muhammed’in dönemin devlet başkentlerine gönderdiği davet mektuplarını taşıyan üç atlının çöllerdeki görüntüsü ile başlaması risalenin mektup anlamını kuvvetlendirmektedir. Ancak Osmanlı yazı geleneğinde kelime “kitapçık” anlamı ile daha yaygın bir anlam bulmuştur. Nurcularla yapılan görüşmelerde, kitabın asıl adının “Sözler” (The Words) olduğu ve müstemilatıyla beraber kitapçıklardan oluştuğu için “Risale-i Nur Külliyyatı” dendiği aktarılmıştır.

karşı yeni yorumlar geliştirilmiştir. Neticede yeni bölünmeler yaşanmıştır. Bu durumu “çoklu Nurculuk” olarak tarif etmek mümkündür (Ökten, 2021, s. 103). Bir *metin cemaati* olsa da Nurcularda liderlik en ciddi ayrışma gerekçesi görünmektedir. Ancak burada, öncü isimlerin temsilini yaptığı ‘anlayış ve zihniyet’ temelli kültürel farklılaşmalar üzerinde durulacaktır. Nitekim ilk ayrılık, Risalelerin Latin alfabesi ile basılıp basılmaması tartışmalarında yaşanır. İkinci ayrılığa tebliğ/hizmet metodu ve muhtemelen amaçlardaki farklı anlayışlar sebep olur. Üçüncü ve dördüncü ayrılıklar siyasetle ilişkilerden kaynaklı liderlik tartışmalarıdır. Nitekim 1982’de ve 1989’da bu yönde iki büyük ayrılık yaşanmıştır (Karabaşoğlu, 2017). Ayrıca kendini yetiştirip adını duyuran bazı “talebeler”, memleketlerinde dinî anlamda saygın birer isim haline gelerek kendi cemaatlerini oluşturmuşlardır. Etnisite etrafında oluşan hassasiyet ve kuşak farklılığı da grup içi ayrılıkların diğer sebebi olarak sayılabilir. Son tahlilde yapısal nitelikleri ile farklılaşan cemaatlerin toplumun farklı kesimlerine hitap etmelerini, olağan sosyalleşme göstergesi kabul etmek yerinde olacaktır.

Bruinessen’e göre Nursî’yi kendi siyasi pozisyonlarına göre tanımlayan bu gruplar onu farklı kimliklere büründürmüşlerdir. Said Nursî, tasavvufla ilgilenenler için bir sufi lider; Kürt milliyetçiler için bir Kürt molla; sağ politikacılar için katı bir anti-komünist; Müslüman entelektüeller için modern bilimlere olumlu yaklaşan bir İslam reformcusu olarak kabul edilmiştir (Azak, 2019, s. 239). Öyle anlaşıyor ki Risale-i Nur’un cemaatleşme anlayışı farklı karakterde insanlara alan açmıştır. Öze yakınlığa göre “talebe-dost-kardeş” olarak sınıflandırılan bu topluluğun yelpazesinde sosyal hayatın farklı, yaygın ve değişken mahallerine mesajı ulaştırmayı amaçlayan gruplar ve insanlar var olmuştur (Dilek, 1992, s. 145). Nurcu gruplarda bu farklılığı “güzel, daha güzel, en güzel” olarak nitelendirmenin serbest bırakıldığı söylenmekte, bununla beraber “hepsini güzel olarak görmek” prensibi vurgulanmaktadır. Ancak işin aslının öyle olmadığı grup içi tartışmalardan ortaya çıkmaktadır. Grup içi yorumlar arttıkça ihtilaflar da keskinleşmiştir. Bu yorumlamaları şahsi çıkarlardan ve dini hayata dair önceki tecrübe ve bilgilerden ayırmak zordur. Birbirine eşlik eden grupların değişik ilgileri de Risale metinlerinin farklı şekillerde anlaşılmasına yol açmış, bu da çoğullaşmaya sebep olmuştur (Yavuz, 1995, s. 310).

Türkiye’de çok sayıda Nurcu grup bulunmaktadır. Hatay’da dindar çevrelerce saygın biri olarak işaret edilen bir Nurcu ile yapılan görüşmede bu sayının 50 civarında olduğu belirtilmiştir. İbadet ve itikat boyutlarında farklılaşmanın olmadığı iddiası doğru

kabul edilirse⁹ bu ayrışmalar neden kaynaklanmaktadır? Bu grupların başlarda politik gelişmeleri takip eden liderlik tartışmaları neticesinde oluştuğu söylenmiştir. Ancak ayrışmaların sebepleri analiz edildiğinde kültürel farklılaşma boyutunun es geçilemeyecek anlamlı çıktılar verdiği söylenebilir. O halde farklı kültürel evrenlere hitap eden ve her biri kendi eşik bekçisiince temsil edilen Nurcu grupları, farklılaşma planında şu şekilde kategorize etmek mümkündür:

1. Osmanlı Türkçesi Yazı Dilinde Israr Eden Yazıcılar: Hüsrev Altınbaşak, daha Said Nursî hayattayken Risalelerin yazı usulü hakkında değişime kapalı olduğunu bildirmişti (H. Arslan, 2012, s. 14). Kuran-ı Kerim’in Arapça olması gerekçesiyle Latin alfabesinin kullanımını Müslümanlıkta bir gerileme olarak görmüştü. Yazıcılar halen “Hayrat Vakfı” bünyesinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Risaleler, yasaklı olduğu dönemlerde “kibrit kutuları dahil bulunan her kâğıt parçasına” yazılarak çoğaltılmış bunu itiyat haline getiren “talebeler” yazarak öğrenmenin ve hıfzetmenin öneminden bahisle kendilerine has bir eğitim ve hayat tarzı edinmişlerdir. Said Nursî bu usulü benimseyenlere en zor zamanlarda destek sundukları için minnettardır, ancak Cumhuriyet’in en önemli devrimlerinden harf inkılabının yaygınlaşması sebebiyle Latin alfabesi ile matbaada basılan Risaleleri de sevinçle karşılar: “Sizin bu defa neş’eli, güzel mektuplarınız, Risale-i Nur’un serbestiyeti ve matbaa kapısıyla intişarı hakkında beni çok mesrur eyledi...” (Nursi, 2016b, s. 73)

2. Özerk Bir Yaşam Alanı İnşa Eden Okuyucu Gruplar: Nurculuk ekolünün ana bünyesini ve ortalamasını temsil ederler. Said Nursî’nin ölümünden sonra cemaatin dağılmasını önlemek için bir meşveret heyeti oluşturulmuş ve Zübeyir Gündüzalp’in ismi öne çıkarılmıştır. Yazıcı grubun ayrılmasından sonra bu grup Okuyucu olarak anılmaya başlanmıştır. Zira Risalelerin yazılmasından çok okunup anlatılması esas alınmakta ve bu amaçla matbaa, teksir gibi tekniklerden istifade edilmektedir. “Okuyucular” bazı liderlik tartışmaları ve konjonktürel sebeplerden dolayı kendi içlerinde farklı gruplar üretmişlerdir. Ortak özellikleri ise şehirli bir hayata dayanırken “Lahika” denen kitaplarla belirlenen prensiplerden taviz vermemeleri olmuştur. “Lahikalar” ile Nursî’nin Yeni Said dediği dönem referans alınır ve bir nevi sükûnet ve dinginlik adaları olan *özerk alanlar* inşa edilir. “Risale-i Nur Dershaneleri” denen bu

⁹ Eğer Gülenistleri Nurculuk ekolünden sayacak olursak bu iddianın bu grup için doğru olmadığını söyleyebiliriz. Zira Gülenistler “new age” olarak adlandırılan ve bir kurtuluş günü bekleyen Batı tandanslı ezoterik yapıları andırmaktadır. Bu tarz “new age” örnekleri için bkz. Ali Köse (2011), *Milenyum Tarikatları: Batıda Yeni Dini Akımlar*, Timaş Yayınları, 2011

mekânlar üzerinden Okuyucu gruplar faaliyetlerini sürdürürler ve dışardan bakıldığında diğer sosyal-siyasi alanlara müdahil olmaktan imtina ederler. Bünyesinden Kırkincılar, Kurdoğlu Grubu, Sakarya Grubu, Nesil Grubu, Meşveret vs. çok sayıda fraksiyon çıkarmış olan Okuyucular nüans farkları olsa da kültürel yapı olarak birbirlerine yakındırlar.

3. Siyasal Bir Kültürün Takipçisi Olan Yeni Asya Grubu: Said Nursî'nin hayatında üçüncü Said olarak da adlandırılabilen bir dönem daha vardır (H. Arslan 2012, s. 130). Demokrat Parti'nin iktidar olduğu yıllarda Said Nursî, sivil toplum sözcüsü gibi hareket etmiş ve Müslümanların bazı taleplerini yüksek sesle aktarmak istemiştir. Bunlar; ezanın Arapça aslından okutulması, Ayasofya'nın yeniden cami statüsüne kazandırılması ve Risalelerin devlet eliyle bastırılmasıdır. Ayrıca dindarlar lehine birtakım politikalar üreten Adnan Menderes'e açıktan destek verilmiş, mektup yazılmıştır. Bu gerekçelerle Nurcuların ana kolu olduğunu iddia eden ve Okuyuculardan ayrılan Yeni Asya gazetesi çevresi, Demokrat Partinin ardından onun varisi sayılan Adalet Partisi ve Doğru Yol Partisine açıktan destek vermiş, gazete sayfalarına bu desteğin yazılı ve görsel ifadelerini taşımıştır. Diğer Nurcuların güncel politik atmosferden uzak bir hayat benimsemelerine rağmen bu oluşum, *demokrat misyon* adını verdikleri siyasi çizgiyi içselleştirmişlerdir.

4. Etnisite Özelinden Hareketle Oluşan Nurcu Gruplar: Said Nursî'nin etnik kökenini öne çıkaran ve bu bağlamda Risale-i Nurlardan bazı kelimelerin bilerek çıkarıldığını ve kitapların tahrif edildiğini ileri süren Zehra ve Med-Zehra Gruplarıdır. İsimleri, üstatları Said Nursî'nin “Eski Said” olduğu dönemde Padişah II. Abdülhamit'e sunduğu ve Van'da yapılmasını istediği Medreset'üz-Zehra adlı üniversite projesinden gelmektedir. Said Nursî topluma ilişkin önerilerinde etnisiteyle ilgili meselelere de yer vermiştir (Ertaş, 2012, s. 103). Bu gruplar, Said Nursî'nin Isparta'ya sürgün olmadan önceki ilk dönemine sıklıkla referans vererek Kürtlerin de asli unsur olarak yer alacağı ittihat-ı İslam'ı bir siyasi dava olarak öne çıkarırlar. Bu oluşumlarda coğrafi ve demografik şartlara eklenen politik bir söylemin Nurculuğu bölgesel olarak farklılaştırdığı -hatta kimlik temelinde ayırtırdığı- düşünülebilir.

5. Tarikat Geleneğine Yakınlaşan Nurcu Oluşum/Aczmendilik: Risale-i Nurlarda Peygamber'e uyanların sünnet yolu anlamındaki “tarikat-ı Ahmediye” olarak geçen tabirden mülhem Aczmendiler, tarikatvari bir oluşum kurmuşlardır. Aczmendiler, Said

Nursî'nin Nakşibendilerin bir sözüne nazire olarak söylediği “tarik-i aczmendi” tabirine sıklıkla referans verirler:

Tarik-i Nakşi hakkında denilen '*Der tarik-i Nakşibendî lâzım âmed çâr terk / Terk-i dünya, terk-i ukbâ, terk-i hestî, terk-i terk.*' olan fıkra-i rânâ birden hatıra geldi. O hatıra ile beraber, birden şu fıkra tulû etti: '*Der tarik-i aczmendî lâzım âmed çâr çiz / Fakr-ı mutlak, acz-i mutlak, şükr-ü mutlak, şevk-i mutlak ey aziz.*' (S. Nursî, 2016d, s. 473).

Burada “Risale-i Nur mesleği”nin acz, fakr, şükür ve şevkten geçtiği anlatılır. Aczmendiler sıra dışı kıyafetleri, ellerinde değnekleri, liderlerinin söz ve eylemleri ile 28 Şubat adı verilen dönemin arifesinde medya gündemine oturmuştur (Cevizoğlu, 1998, s. 340). Nurcuların çoğu bu tarzı kabul etmediğinden Aczmendiler grup içinde heterodoksi olarak görülmüştür. Elazığ ve Malatya yörelerinde halk kültürü içinde güçlü bir yer edinen Kadirilik ve Nakşilik gibi tarikat anlayışları (Aydoğmuş, 2008, s. 6), Nurculuğu bir şekilde yerelleştirmiş ve dönüşüme uğratmış olmalıdır.

6. Post-Nurcu Bir Kült Oluşum Olarak Gülenistler: Nurcu ekol içindeki bu farklılaşmalardan başka Türkiye’de devlet içerisinde paralel bir bürokratik yapılanma kuran, elde ettiği ekonomik ve siyasi gücü ülke idaresinde söz sahibi olmak için kullanan ve 15 Temmuz’daki darbe girişimiyle anılan Gülenist yapıyı Nurculuk ekolü içerisinde değerlendirenler bulunmaktadır. Onları, “neo-Nurcu” (Yavuz, 1999) olarak adlandıranların yanı sıra bu yapıyı “post-Nurcu” (Çelik, 2017) görenler de vardır. Gülenistler, Nurcu köklere sahip olmakla birlikte tipik Nurculuktan ayrılmış ve başkalaşmış bir oluşumdur. Sonu darbe girişimine varacak denli bir dönüşümden bahsedilmesi, en iyi ihtimalle oluşumun merkezinin yurt dışına kaydıkça batı kökenli ezoterik yeni dinî hareketlere benzemesi ile açıklanabilir.

7. Yeni Nurcu Oluşumlar: Her bir kuşağın hüküm süresi kırk sene olarak düşünülebilir (İbn Haldun, 2018, s. 394). Buna göre bir gençlik örgütü olma potansiyeli taşıyan yeni Nurcuları, Türkiye’de Nurcu ekolün üçüncü kuşağı saymak mümkündür. 1930’lardan itibaren ilk kuşak, Said Nursî ve yakın çevresi, mektup (risale) kardeşliği üzerinden *tipografik kuşak* sayılacak olursa 1970’lerden sonra beliren ikinci kuşak, radyo ve televizyonun analog dünyasına denk gelir ve *analog kuşak* olarak adlandırılabilir. 2010’larla beraber belirmeye başlayan *dijital kuşak* ise bu çalışmada yeni tip bir örgütlenmeyi gerçekleştirdiği öne sürülen *yeni Nurcu oluşumlarıdır*. Bu ekol içerisinde ilk kez yaş faktörüne bağlı, böylesine bir dikey ayrışma yaşanmaktadır. Bu

kuşaktaki youtuber'lar "keşfet" algoritması gibi *sosyal medya* fırsatlarını kullanmak suretiyle *proliferasyon* (hızlı yayılma) özelliği göstermekte ve böylelikle parçalı yapıda sosyolojik oluşumlara dönüşmektedir. Bunlardan birisi de "Hayalhanem" oluşumudur.

1.2. Yeni Görünümlü Bir Nurcu Oluşum: "Hayalhanem"

Hayalhanem oluşumu, adını sosyal medya platformlarında ürettiği içeriklerle duyurmuştur. 2022 sonu itibariyle 3,1 milyon abone sayısı ile en iddialı olduğu medya platformu Youtube'dur. @hayalhanem kullanıcı adını taşıyan kanal, 827 video ile 470 milyon *tıklanma* elde etmiştir. Instagram'da 1,7 milyon, Facebook'ta 2 milyon, Twitter'da 373 bin takipçisi bulunmaktadır. Grubun en popüler ismi Mehmet Yıldız "youtuber" kavramı ile karşılanabilecek bir *içerik üreticisidir*. Mehmet Yıldız, videolarında dinî konuşmalar yaptığından onu, literatürde halihazırda kullanılan medya vaizi¹⁰ olarak adlandırmak da mümkündür. Grubun sıklıkla bahsettiği dinî eğitim, çoğunlukla bu ismin Risale-i Nur kitaplarına dayanan dinî sohbetleri için kayda alınan Youtube videolarından ibarettir. Mehmet Yıldız'ın 2022 sonu itibariyle muhtelif yayınevlerinden yayımlanmış, genellikle bu sohbetlerin deşifresinden oluşan on dokuz kitabı bulunmaktadır. *Hayalhanem* markasıyla grup, kendini "İslami bir kanal" olarak konumlandırmıştır. Kullandıkları motto "İslami, bilimsel ve felsefi" şeklindedir. İslami sözcüğü, bilimsel ve felsefi olandan ayrı telaffuz edilse de grubun genel metodolojisi indirgemeciliktir. Bilimsel ve felsefi konularda iddia sahibi olunmamakla beraber bu konular dine indirgenerek açıklanmaktadır. Nitekim web sayfalarında gençlerin felsefi sorularıyla ilgilendikleri ve bilimsel veriler ışığında İslami hakikatleri inceledikleri gibi iddialar taşıyan bir misyon atfına yer verilmiştir.¹¹ Bu kanalda ayrıca sokak röportajları, sosyal deneyler, dinî skeçler, vlog videoları, meslek röportajları, gezi videoları ve İslami rap müzikler de yer almaktadır. Oluşum, "bir insanın hayatı iyi bir eğitimle değişebilir" sloganıyla kendilerine eğitim merkezli bir konum atfetmektedir.

¹⁰ Medya vaizi, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve dolayısıyla etkinliklerinin artması ile birlikte halkı dinî konularda aydınlatmak iddiasıyla yapılan bazı programların ilgi çekmesi üzerine belli yayın kuruluşlarından aralıklarla dinî sohbet konuşmaları yapan ve yazılar yazan kişiler için kullanılan bir kavramdır (Kirman, 2016, s. 200). Programların reytingi hedefleyen bir yönü olmasından ötürü kavram eleştirel bir içeriğe de sahiptir. Konuyla ilgili çeşitli röportajları içeren bir kitap çalışması için bkz. İ. Şimşek (2020) *Popstar Vaizler*, Motto Yayınları, İstanbul.

¹¹ Daha geniş bilgi için "hayalhanem.com.tr" adlı adresten grubun misyon ve vizyonu ile ilgili çeşitli açıklama ve görsellere ulaşılabilir.

Hayalhanem'in dijital medya alt yapısı; kurumsal site, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok platformlarının yanı sıra Whatsapp, Telegram gibi mesajlaşma uygulamalarını içermektedir. Ayrıca üretilen videolar için Google Play Store ve App Store'dan akıllı telefon ve tabletlere indirilebilen kendilerine ait uygulamaları da vardır. Stratejik taktik seviyesinde yeni çıkan dijital araçların hepsinin takibi yapılmaktadır. Anlaşıldığı kadarıyla gençlerin teknoloji düşkünlüğü grubun sosyal ve simgesel sermayesine dönüştürülmüştür. Örneğin Tumblr ve Clubhouse gibi yeni dijital platformlarda dahi hesap açtıkları, muhtemeldir ki dinî kamuoyunda kitlesel bir karşılığının olmadığı anlaşılınca bu hesapların askıda kaldığı görülmüştür. Bu takip becerisi, grubun kurumsal ve kolektif bir boyut kazanmasını sağlamaktadır.

Derneğin kurulduğu 2013 yılından bu yana Türkiye'nin sosyopolitik ortamında etkisi derinden hissedilen, özellikle dinî grupların faaliyetlerini zorlaştıran önemli değişimler yaşanmıştır. *15 Temmuz darbe girişimi* başta olmak üzere yaşanan siyasi gelişmeler, Türkiye'de dinî grupların meşruiyetinin bir kez daha tartışılmasına yol açmıştır. Gerek sosyal medyada popüler olmaları gerekse de dindar gençliği yönlendirme kabiliyet ve etkinliklerinden dolayı Hayalhanem vb. ağ tabanlı oluşumlar son yıllarda tartışılmaktadır. Başka bir *yapı ve oluşumla* ilişkilendirilmekten dikkatle kaçınırsalar bile kendilerini “ehli sünnet” olarak göstermeye çalışan gruplara yakınsak durmaları ve Said Nursî'nin eserlerini referans almaları, kendilerini belli bir dinî yapı içerisinde yansıttıklarını gösterir. Nitekim dernek görevlisi Ahmet'in (26, lise m.) “Diğer Nurcu cemaatler gibi biz de Nurculuğun kollarından biriyiz.” ifadesi oluşumun kimliği hakkında net bir açıklamadır. Hayalhanem İKD, gençliğin sosyalleşmesinde bugün yadsınamayacak bir yer kaplayan ağ tabanlı iletişim üzerine uzmanlaşmış yeni bir Nurcu oluşum izlenimi vermektedir. Oluşum, kendisini şu şekilde tanımlamaktadır:

Hayalhanem'e gelen yüzlerce sorulardan en yoğun şekilde sorulan; “Kimlerdensiniz?” “Hangi cemaate bağlısınız?” “Filanca dernekler ile ilişkiniz var mı?” tarzında sorular olduğundan sizlerle bundan 5 ay kadar önce paylaştığımız gönderiyi tekrar paylaşarak İLAN EDİYORUZ ki; Hayalhanem İlim ve Kültür Derneği, işleyişi TAMAMEN kendi bünyesindeki GENÇ ve DİNAMİK Kadrosundan olup, HİÇBİR şahıs, cemaat, meşrep, dernek ya da tarıkata Sosyo-Ekonomik ve İŞLEYİŞ açısından TABİ DEĞİLDİR! Bununla birlikte her Ehl-i Sünnet çizgisindeki cemaat, meşrep ile Ehl-i Sünnet tarikatlara karşı GÖNÜL MUHABBETİ içerisinde yoluna devam etmektedir. Tüm bunlarla beraber, kendilerine SADECE ve SADECE Risale-i Nurlar'ın ve Bediüzzaman Said Nursî'nin daha iyi anlaşılması ve anlatılmasını görev addedmiş olan bu GENÇLİK HAREKETİ'nin bugüne kadar süregelen HİÇBİR YAPI ve OLUŞUM ile bağdaştırılmaması; bugüne kadar TAKİP ETTİKLERİ ÇİZGİNİN de bir gereğidir. (Hayalhanem, 2014)

Bu metindeki ifadelerin bazıları “kaynağı belirsiz, başkaları yönetiyor, yurt dışından idare ediliyor” ithamlarına cevap verilmek istenircesine büyük puntolarla vurgulanmıştır. *Bediüzzaman Said Nursî’nin daha iyi anlaşılması ve anlatılmasını görev addetmiş* olmak ise Nurcu olduğunu söylemenin başka bir yoludur. *Sosyoekonomik ve işleyiş açısından bağımsızlığı vurgulamak*, diğer Nurcularla grup içinde ayrıştıklarını ancak söylem bazında aynı oldukları anlamına gelir. Grubun formel kalıplarına başka bir örnek, web sayfasında yer alan sık sorulan sorular (SSS) kısmındaki “Ziyaret edebilirsiniz ancak bunun için önceden Hayalhanem ile iletişime geçip bilgi almalısınız.” açıklamasında yer almaktadır. Bu söz, alt metinde özellikle “ancak” bağlacı dolayımında ‘*izin almalısınız*’ anlamını ihtiva etmektedir. Buradan grubun plansız ve hazırlıksız gelişen durumları, -muhtemelen sunum kapasitesini düşürmesi nedeniyle- istemediği anlamı çıkarılabilir.

Oluşumun dinî örgüt bağlamında ele alınabilmesi için teorik dayanaklar mevcuttur. Gurwich’in toplum incelemesine göre kısmi grup tipinde tarikatlar da yer alır ve klasik sosyolojinin makro açıklamalarına karşın *küçük gruplar sosyolojisi* eylem ve ilişkilere odaklanır (K. Kaya, 2008, s. 28). Bu kapsamda değerlendirilebilecek Hayalhanem, sekiz başlıkta toplanabilecek “görünürlük, örgütlü olma, rol dağılımı, etkileşim, normlar, değerler, amaçlar ve devamlılık” özelliklerine sahiptir (Barlı, 2010, s. 398). Duncan ise örgüt kültürünü oluşturan öğeleri, gözle görülen ve görülmeyen olmak üzere iki boyutta inceler. Örgütle ilgili fiziksel özellikler, semboller, törenler, hikâyeler kültürün gözle görülen boyutunu; sayıltılar, inançlar, değerler ve anlamlar ise gözle görülmeyen boyutunu oluşturmaktadır (Şişman, 2014, s. 82). Dinî birliktelik, kabaca dinin teorik (inanç) ve pratik (ibadet) boyutlarının sosyolojik *biz duygusu* ile bütünleşmesi sayesinde oluşmaktadır (Wach, 1987, s. 10). Wach’ın dinî tecrübeye yönelik bu üçlü kategorisi, Glock ve Stark’ın dindarlığa ait inanç, pratik ve etki boyutları ile örtüşmektedir. Bu çerçeveden hareketle Hayalhanem oluşumunun kimliği ile “Ne” sorusu, doktrini ile “Neden” sorusu; yapısal özellikleri, organizasyonel şeması, mekânsal ilişkileri, iktisadi göstergeleri ve oluşturduğu etkiyle “Nasıl” sorusunun açılımları yapılmaya çalışılacaktır.

1.2.1. Grubun Kimliği: Hayalhanem Nedir?

Hayalhanem; 23 yıldır birbirlerini tanıyan Fatih Ünal, İrfan Aykut ve Mehmet Yıldız'ın girişimleri ile dinî bir oluşum olarak 2012 yılının sonlarında Mersin'de kurulmuş ve bir seri mekân tadilatından sonra 22.10.2013 tarihinde alınan resmi onayla dernek hüviyetine kavuşmuştur¹². Esasen MY'nin İzmir'de üniversite çevresiyle benzer bir dinî oluşum tecrübesi olmuş ve bunu Sözler Köşkü adlı dinî dernekteki hatipliği ile sürdürmüştür. Hayalhanem İKD'nin başkanı F. Ünal da hikâyenin başlangıcını İzmir olarak teyit etmiştir:

Denizli'de okuyordum. İzmir'de, arkadaşları ziyarete gelip giderken dernek fikri olgunlaştı. Mehmet'e açtım konuyu. İrfan da Hatay'da okuyordu. Aslında üçümüzün de farklı hayalleri, planları vardı. Üniversiteden sonra bu projemizi hayata geçirmeye karar verdik. 280 metrekaare yeri hazırladık bu iş için. Mehmet'in inşaat işleri ile uğraşan bir arkadaşı vardı İzmir'de. Bir ev satmış, parasını olduğu gibi bu dershanenin giderleri için tasadduk etti. Verdiği para mekânın bir yıllık kirasını karşılıyordu. Cebimizde de 300-500, çay çorba için paramız var. Bu vaziyette başladık. Bir deneyelim olursa devam ederiz, olmazsa 2 sene sürdürür bırakırız şeklindeydi. (05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Ünal, ilk zamanlar gittikleri bir restoranın üst katında arkadaşlarıyla dinî içerikli sohbetler yaptığını belirtmiştir. Aynı zamanda İzmir ve İstanbul'da gördükleri dinî derneklerin örnekliğinde kuracakları organizasyonun işleyişini planlamış olmalıdırlar. Bunu bir “hayalimiz vardı” ifadesi ile anlatmakta ve bununla grubun adına da işaret etmektedir. Gruba kurumsal kimlik kazandıran başat faktörler, bu ismin çağrışımları ve derneğin logo tasarımıdır. “Hayal” ve “hane” sözcüklerinin birlikte kullanımı hedefledikleri genç kitlenin zihninde hem hayallerin peşinde olabilecekleri egzotik uzak bir yeri hem de yuva sıcaklığı, rahatlığı şeklinde ikili bir çağrışım yapmaktadır. Bu isim ‘evdeyken uzaklara açılmak’ manasıyla dijital sosyalleşmeye de işaret etmektedir. Aynı zamanda İslamcı eylemsellik, dijital aktivizm zırhına bürünmüştür. Grubu ekrandan takip edenler için bu, sofistike bir tabirle “slaktivizm” (gevşek aktivizm) olmaktadır¹³.

¹² Çalışmada pratik olması hasebiyle sık kullanılan grup ismi “Hayalhanem” bundan sonra çoğunluk itibarıyla “HH”, grup lideri olarak Mehmet Yıldız ise M. Yıldız ve “MY” şeklindeki kısaltmaları ile kullanılacaktır. Yine yukarıda geçen isimler F. Ünal, İ. Aykut şeklinde kısaltılacaktır.

¹³ Aktivizm amaçlanan bir toplumsal değişimi sağlamak için belirli bir dünya görüşünün aktörlerince gerçekleştirilen eylemsellikler olarak tanımlanabilir. Slake (gevşeme) sözcüğü ile birlikte kullanılan aktivizm (slaktivizm) ise dijital teknolojilerin hayata getirdiği kolaylıklar eşliğinde benzer ideolojik amaçlar uğruna kullanılmasına ve enerjiden tasarruf edilmesine işaret etmektedir.



Resim 1. Grubun Logosu

Hayalhanem, web sayfasındaki tanımdan da anlaşılacağı üzere Nurcu bir oluşumdur. Said Nursî'nin telif eseri Risale-i Nur, onu takip eden Nurcularca yalnız bir din kitabı şeklinde değil aynı zamanda ideal anlamda bir cemaatin tarifini de içeren *mektuplar* olarak okunmaktadır. Nitekim “göndermek” sözcüğünün Arapça karşılığındaki “irsal” kökünden türeyen “risale” sözcüğü, mesaj iletmek anlamında “mektup” demektir. Buradaki mektup anlamından ilahi mesajları içeren kaynaklarla bir analogi (benzeşim) oluşturulmakta ve Nurcular tarafından Risale, Kur'an-ı Kerim'in bir tefsiri sayılmaktadır. Müellif eserinde kendisi yerine yazılan mektupları “mürşit” olarak göstermiştir (S. Nursî, 2016a, s. 122). Kendisine de Risalelerin “şahsımanevi”sinin yol gösterdiğini belirtmiştir. O halde metin temelli bir dinî hareket olarak Nurculukta Risale adı verilen eserin topluluk oluşturucu bir mahiyeti bulunmaktadır. Yine de eskiden beri Nurcu grupların oluşmasında lider karakterli kişilerin önemli roller oynadığı görülmektedir. Nitekim her metin zamanın değişen koşulları karşısında semantik aşınmaya uğramış ve yoruma muhtaç hale gelmiştir. Bu yorumu da peşinden gidilmeye değer görülen liderler yapmaktadır. Hayalhanem oluşumunun lideri olarak yorumcu kimliği ile dikkat çeken isimse Mehmet Yıldız'dır. Hayalhanem'i kurma fikri öğrenci iken İzmir'de, ardından İstanbul'da dahil olduğu arkadaş gruplarından etkilenecek olgunlaşmış olmalıdır¹⁴. Aslen Kafkas göçmeni olan dernek başkanı F. Ünal ve yakın akrabası İ. Aykut bu fikrin ortağıdır. Bu üçlü birbirlerini hem lise yıllarından ve hem de mahalle arkadaşlığından tanımaktadır. MY'nin ailesi, Hatay, Adana ve Mersin coğrafyasında görülen Alevi topluluğuna mensuptur. Farklı orijinlerden olsalar hatta Türk toplumunun ortodoksisine uzak periferilerinden gelseler bile onları birleştiren nokta Çukurova yöresinin kendine has kültürüdür. Öncü kadronun kişilik özellikleri rahatlık, teklifsizlik ve sıcakkanlılık olarak Hayalhanem oluşumunun kurumsal sunumuna da yansımış görünmektedir. Özellikle Yıldız'ın videolarında kullandığı sokak

¹⁴ “Sözler Köşkü” önce İzmir'de kurulan, ardından İstanbul'da şube açan, tebliğ için dijital kanalları kullanan dijital Nurcuların ikincisi (ilki Uğur Akkafa tarafından kurulan “Nur Mektebi”), gençler tarafından kurulan ilk oluşumdur. Bu derneğin kuruluş aşamalarında Mehmet Yıldız da yer almıştır.

jargonu, takipçilerin ifadelerine göre üsluba bir “yakınlık hissi” kazandırmakta ve seri konuşma temposu da görüldüğü kadarıyla videolara akıcılık sağlamaktadır.

İslami dünya görüşüne yaslanan oluşum, genç bir üye tabanına sahip olmakla dinamik bir görünüm arz etmektedir ve dernek başkanının ifadesine göre merkezdeki üyelerin yaş ortalaması düşüktür: “İlk başladığımızda 30 yaş üzeri sadece sekiz kişi vardı aramızda. Gerisi hep 30’un altı gençlerdik.” Grup üyeleri, anlaşıldığı kadarıyla önceleri kurucuların sosyal çevresinden oluşmuştur. Dış faaliyetler yoğunlaştıkça yine çoğunluğu gençlerden oluşan ve farklı yakınlık kategorilerine ayrılabilen yeni üyeler kazanılmıştır. HH’de üyelik, tıpkı sekt-kült tipi gruplarda olduğu gibi doğuştan getirilmemekte, *kazanılan-edimsel* bir üyelik sistemi kurulmaktadır (Kirman, 2010, s. 35). Zamanla bir lider, çekirdek kadro ve onların etrafında halkalanan başka iç gruplar teşekkül etmiştir. Hayallerini gerçekleştirmek isteyen çekirdek kadro, Mersin Üniversitesi’ne en yakın yerleşim yeri olan Çiftlikköy’de kendi tabirleri ile “borç harç” arsa satın almışlar ve tamamıyla derneğe ait olan bir bina inşa etmişlerdir. Youtube kanallarında inşaat sürecinin dramatize edildiği çok sayıda video bulunmaktadır.

Derneğin kurulduğu 2013 ve yeni binanın inşaatının başladığı 2016 yıllarının¹⁵ yakın siyasi tarihteki çalkantılı anlamlarına işaret eden dernek başkanı sorulmadan konuyu FETÖ ithamlarına getirmiştir: “2013’te yola çıktık. Birdenbire kendimizi sorunlar yumağı içinde bulduk. Israrla bizi bir yerlere doğru çekmeye çalıştılar. FETÖ’nün yedeği denildi mesela. Aynı FETÖ’nün elemanları da bizi hükûmetin kendileri yerine hazırladığı gruplar olmakla itham etti.” Bu sözler; grubun konuyla ilgili bir hassasiyet geliştirdiğini, farklı platformlarda ve defaatle bu savunmacı retoriği kullanmak zorunda kaldıklarını göstermektedir. Üstelik Başkan, ithamlara cevap olarak karşıt ithamları kullanarak kestirme yoldan illegal örgütle bağlarının olmadığını ispatlamak istemektedir. Kendisiyle sosyal medya üzerinden iletişim kurulan dijital aktivist Said Ercan, dernek başkanı F. Ünal’ı doğrulayacak minvalde bir fikir belirtmiştir: “Onlar, FETÖ 15 Temmuz olayından sonra tabandaki gençler bir yerlere kaymasın diye desteklendiler. Bunu da iyi kullandılar. İçerik ürettirler ve popüler oldular.”

¹⁵ Kamuoyuna yansdığı haliyle (<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/17-25-aralik-fetonun-yargisal-darbe-girisimi/2079941>) 17 ve 25 Aralık 2013 tarihlerinde illegal ve gizli (mahrem) örgüt bağlantılı savcılarca önce bakanlara sonra Cumhurbaşkanı’na yönelik bir hukuk darbesine girişen ancak başarılı olamayan FETÖ, 15 Temmuz 2016’da ordu içindeki müntesiplerini harekete geçirerek Türkiye Cumhuriyeti’nin meşru hükûmetine yönelik askerî darbeye kalkışmıştır.

Grubun vizyonunu dijital faaliyetlere ve “dört katlı” olarak andıkları dernek binasına dayandıran Ünal, misyonları sorulduğunda: “İnsanlara -özellikle gençlere- iman hakikatlerini anlatmak, en kaliteli videolarla insanlara bu konuda bir şeyler sunmak” olarak belirtmiştir. Derneği kurma gerekçelerini ise gençlerin eski usul sohbet mekânlarında durmak istememesi şeklinde açıklamış ve örnek bir olayla gerekçesini detaylandırmıştır:

Lisede belli bir arkadaş grubumuz vardı. Delikanlı çocuklardı hepsi. Ehli dünya hayatı yaşarlardı ama. Bir gün bir çay bahçesinde masaları birleştirdik oturuyoruz. Bir adam geldi bizle tanışmak istedi. Sonra dinî sohbet yapmaya kalkıştı. Biz razı olduk saygımızdan. Ama hocanın sohbeti uzadıkça uzadı. Hoca anlatıyor bizim içimiz şişiyor. Tabii ortamda fitri bir durum yok. Baktım olmayacak kendimden hiç beklemeyeceğim bir şey yaptım. Aldım bir sigara yaktım hoca konuşurken. Beni görünce İrfan da yaktı bir sigara. Birkaç arkadaş daha yaktı. Yoksa patlayacağız. Dumanı gördükten biraz sonra hoca sohbeti kesti ve oradan uzaklaştı.

Bu pasajdaki “Delikanlı çocuklardı hepsi. Ehli dünya hayatı yaşarlardı ama.” sözleri araştırmanın yeni kuşak dindarlığın postseküler mahiyetine ışık tutacağı düşünülmektedir. Bir zamanlar Ünal ve arkadaşlarının da içinde bulunduğu *delikanlı gençlik* dinî bir hayat yaşamamakta, ancak dinî olana karşı köklerinden dolayı¹⁶ saygı duymaktadır. Diğer yandan *sofu ama halden anlamayana karşılık* ehli dünya hayat yaşayan *seküler gençlik* tercih edilmektedir. Ahmet (26, HH görevlisi) de belki de bu gerekçenin kurumsal kimliğin ifadesine yansımış olmasından “neden diğer Nurcu gruplar içinde olmadıkları” sorulduğunda, bir genç olarak onların tarzından sıkıldığını söylemiştir. Yine, yeni oluşumun gerekçesini bu kuşak farklılığından doğan *ihtiyaç* sözcüğü ile özetlemiştir.

Türkiye’de dinî gruplar bazı spesifik özelliklerini bilerek ön plana çıkarırlar. Denilebilir ki her grubun öncelediği İslami bilimler farklıdır. HH oluşumunun içinde bulunduğu Nur cemaati de dernek başkanı Ünal’ın belirttiğine göre kelim ilmine mütealliktir. Nitekim Yıldız’ın Risale-i Nurlara dayanarak ürettiği video içerikleri; Allah’ın varlığı, ahiret, peygamberlik ve kader gibi kelimî konuların daha çok analoji

¹⁶ Fatih Ünal ve İrfan Aykut’un ailelerinin Çeçen orijinli olduğu hem kendileri hem de yakın arkadaşları tarafından ifade edilmiştir. Her ne kadar aile kökleri Çeçenistan’a uzansa da Kahramanmaraş’a yerleşen aile büyüklerinin sonrasında Mersin’e geldikleri tahmin edilmektedir. Çeçenlerin kültürel olarak sık dokulu dindarlık yaşadıkları ve kimliklerini de bu şekilde çevre coğrafyada yaşayan Ortodoks Hristiyanlardan ayırttıkları bilinmektedir. İlgi çekici olan, bu Çeçen dinsel kimliğin “Mersinli Alevi bir genç olan” Mehmet Yıldız’ın Sünni doktrin kazanmasına yaptığı katkıdır.

metodu ve öyküleme tekniği kullanılarak enine boyuna ele alınmasıdır. Bulundukları mekân için kullandıkları *dershane-medrese* retoriğinden anlaşılacağı üzere Hayalhanem grubu, dinî eğitimi ön plana çıkarmak istemektedir. Sık sık kullandıkları “eğitimle insanların hayatları değişir” sloganıyla dijital tabanlı bir eğitimin kastedildiği anlaşılmaktadır. Bu postmodern durum, *bireyi temel alan* bir toplumsallık peşinde olduklarını gösterir. Grubun lideri MY’nin de “öğretmenlik” mezunu olması ve bir süre bu mesleği yapması eğitim vizyonunu pekiştirmektedir. Ancak grubun kürsü sahibi otoritelerinin hiçbirinin formel ya da informal din eğitimi mütehassıslığı yoktur. F. Ünal fizyoterapi, M. Yıldız matematik öğretmenliği, İ. Aykut işletme, S. Çetin arkeoloji mezunudur. Katılımcı ifadelerine göre yalnız teknoloji öğretmenliği mezunu olan F. Koyuncu’nun informal dinî eğitim geçmişi bulunmaktadır.

Hayalhanem niceliksel anlamıyla haddizatında iki boyutlu bir cemaattir. Biri belki onlarla ifade edilebilecek üye sayısı ile “Küçük HH”, diğeri yüzbinleri bulabilen “Büyük HH”dir. Bir yönüyle bakıldığında youtube kanalındaki görselde yer alan “üç beş kafa dengi dost” olarak kurucularınca nitelenmiş olsa da tüm resme bakıldığında kalabalık bir dijital cemaat karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya hesaplarına göre geniş bir kitleye hitap etmektedir. Kurumsal tanınırlık ve popülerlik, algoritmik otorite sayesinde bu takipçi sayıları eşliğinde kazanılmaktadır. Muhliflerin *bot hesaplarla takipçi sayılarının şişirilmiş olabileceği* iddiası not edilmekle beraber yerinde gözlemlenen kitap fuarlarındaki imza kuyruklarıyla HH’nin özellikle gençlerde kitlesel bir karşılığının olduğu söylenebilir. Katılımcıların izlenimleri de *gençliğin yeni çağa has dijital dilinin* bu grubu organize eden üst kadro tarafından kavrandığı yönündedir.

Grup kimliği bilindiği gibi benzeşen değil daha çok ayrışan yönler öne çıkarmak suretiyle mümkün olur. Nitekim benzeşen unsurlar vurgulanırsa gruba olan ihtiyaç sorgulanacaktır. Diğer yandan postmodern gündelik hayatta imajın ve estetiğin son derece önemsendiği bilinmektedir. Giyim, kuşam, mobilya, video efektleri vb. tercihlerde seçicilik; takke, sarık, misvak gibi dinî sembollerden sarfınazar edilmesi; Hayalhanem’in sosyal medyada modern bir dinî cemaat olarak algılanmasına neden olmaktadır. Grup, bu simgesel göstergeleri bilinçli olarak kullanıyor olmalıdır. *Biz genciz ve alışık olduğunuz dinî gruplardan farklıyız* mesajı isim, logo; hatta üyelerin dış görünüşüne de yansımıştır. Ahmet (26, HH görevlisi) farklılıklarını anlatırken *hitabet ve espri* olmak üzere iki özelliğin altını çizmiştir. Hitap ettikleri kitlenin ihtiyaç ve

beklentileri doğrultusunda “mizaha yer açtıklarını, diğer gruplarda bunun olmadığını” belirtmiş, mizahın laubalilik olarak anlaşılmasına da karşı çıkmıştır.

Bu başlıkta öznenin kendini tanımlaması dikkate alınarak HH, daha çok kendi bakışından ve kendi ifadeleri ile değerlendirilmiştir. Buna göre yetkili isimlerce HH, ilim ve kültür derneği unvanlı *gençlik merkezi* hüviyetiyle lanse edilmiştir. Ayrıca Nurculuk temelinde dinî bir topluluk (community) olduğu da kabul edilmektedir. “Hayalhanem nedir?” sorusu, oluşumun çeşitli yönlerden analizi yapıldıktan sonra bölümün sonunda yeniden ele alınacaktır.

1.2.2. Doktrin Boyutu: Hayalhanem Neden Var?

Doktrin (öğreti), bir amaca müteallik sergilenen davranışa kaynaklık eden açıklamalar bütünüdür. Doktrinin misyon, ideoloji, söylem gibi ögeleri vardır ve bunlar diyalektik bir devinime sahiptir. Bir dünya görüşünün idealize edilmesi diyebileceğimiz ideoloji ancak iddia taşıyabilen, meydan okuyabilen bir söylemle ete kemiğe bürünür. Doktrin toplumsallaştıkça söylem haline gelir, ideolojiyi harekete geçirir ve insanların günlük pratiklerine dair iddialarla kuşanır. Söylemler aynı zamanda sosyal inşa araçları olarak *düşüncenin evi* olan dilde var olurlar, kendilerine eşlik edecek toplumsal bir evren yaratırlar. Bir grup insanın hayatı anlama ve anlamlandırma çabasına eşlik ederler ve grup içinde yaygın olarak paylaşırlar. Sosyalleşme ajanlarının sürekliliği sağlamak için başvurdukları kaynak olan söylem, grup üyeleri doğmadan çok önce yapılandırılmışlardır. Stabil ve emredici bir konum kazanmışlardır. Doktrinler, söylem marifetiyle akışkanlık ve devingenlik kazanır ve hissedilmeyen sismik hareketlerde olduğu gibi zamanla yeni formlar kazanabilirler. Söylemle içeriği doldurulan ve dile gelen doktrin, eyleme dönük yönüyle ideoloji olarak tanımlanabilir.

HH, “ehli sünnet alimleri” tabiri ile referans verdiği isimlerden de anlaşılacağı üzere Sünni-Hanefi geleneğe yaslanmaktadır. En yetkili isim olan dernek başkanı F. Ünal’a Sünni doktrin dışında bir kurtuluş olup olmadığı sorulduğunda, konu *itikadi* olduğu halde “fıkhi konuların kendi alanları olmadığını” belirtmiş ve ikircikli bir ifade kullanmıştır. Mezhebi, nihai anlam (telos) açısından belirleyici görmezken son tahlilde *mezhep söylemini* haklı çıkarıcı bir yaklaşımda bulunmuştur: “Mezhep konusunda takıntılı değiliz. Ahir zamandayız malum. Mezhep yolumuzu kolaylaştırır. Ehli necat olmak için vesiledir. Yoksa cennete girmenin belirleyicisi değildir. Ancak sünnet üzere olmayan, peygamberi model almayan, kuvvetle muhtemel dinden çıkar.” Bu cevapta

takıntılı değiliz ifadesi, mezhebi ne olursa olsun her bireyin Hayalhanem'in kitlesi olabileceği anlamını taşır, ancak öğretinin üstünlüğüne de karşı gelinememekte sünnet üzere olmayı mutlaklaştırıcı bir dil kullanılmaktadır.

HH daha önce de belirtildiği gibi Nurcu ekole dayanır. Bağlı oldukları geleneğin terminolojisi ile grubun çekirdek üyeleri “Risale-i Nur şakirtlerinin” kaldıkları yere “dershane” veya “medrese” denilmektedir. “Hayalhanem dershanesi” ilkin Pozcu semtinin Japon Sokağı da denilen Kuşumatu Sokağı'nda 280 metrekare bir yer kiralanarak açılmıştır. Bu tercihin sebebi sorulduğunda toplumun genel din anlayışı ile ne denli çekişmeli oldukları ve *dinî söylemi* ne denli ön alıcı bir noktaya kurdukları anlaşılmaktadır:

Dinî bir organizasyon için çok ters gibi görünüyor. Aslında imanın olmadığı yerde küfür olur. Bunu aydınlığın zati özelliği ile açıklayabiliriz. Güneş ışığı yoksa karanlık vardır. Aydınlık esastır. Karanlık, yani küfür ise aydınlığın olup olmamasına bağlıdır. Onun gibi Allah diyenler olmadığından buralarda küfür almış yürümüş... (05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Bu ifadeler grubun temel paradigmasını *aydınlık savaşı* olarak işaretlemektedir: “Nurun topuzu” ile yapılan kutsal mücadele. Nur sözcüğü, tam karşılık gelmese de *aydınlık, ışıık, beyazlık* kelimelerini çağrıştırmakta, *hakikat* kavramını grup literatüründe temsil etmektedir. Elbette burada nur ve hakikat; dilde, sözcüklerle varlık kazanmaktadır ve bahsedilen mücadelenin Sözlere¹⁷ olacağı söylenilmektedir. "Allah nurunu tamamlayacaktır." (Saff, 61/8) ayeti de temel referans kaynağını oluşturmaktadır. Nurculuğun karizmatik lideri “Nurs” köyünde doğmuştur ve “Nursî” şeklinde anılmaktadır. Gaybî işaretlerle Batı'nın dalalet akımları karşısında “icaz-ı Kuran'ı beyan etmekle” görevlendirildiğine (S. Nursî, 2016d, s. 357) inanılmaktadır. Bu gayeyle oluşturulan ve dinî müktesebatı içeren metnin adı da “Risale-i Nur”dur. Küfür karanlığı ise dinî değerler etrafında kurulan bu İslami söylemin bulunmadığı seküler semtlerdedir. Nurcuların Kuran hizmeti adını verdikleri İslami düşüncenin (doktrinin) anlatılması esastır. Anlatılmadığı yerde ‘nursuzluk’ ile karşılaşmak gayet olasıdır. Bu durumda temel misyon, *yerdeki* sekülerlerin içinde *aşkın* hakikati temsil etmektir. Aydınlık-karanlık analogisine dayanan söyleme diğer İslami aktivistlerde de rastlamak

¹⁷ Risale-i Nur Külliyyatı çeşitli kitaplardan oluşmakla beraber ana kitap Sözlere'dir. Diğer kitap ve kitapçıkların çoğu bu kitabın bir bölümü veya zeylidir (ekidir).

mümkündür. Örneğin dijital mecralarda İslami kamusalılık vurgusu yapan Said Ercan, bilimsel jargonu kullanarak “entropi yasası, ışığın azaldığı yerde karanlık artar der; sosyal entropi ile ele alınacak olursa iyiliğin azaldığı yerde kötülük artar” demektedir (2019, s. 3).

Nurcu ekolün tezi “hakiki imanı kazanmakla iki dünya mutluluğu yakalanır” cümlesiyle özetlenebilir. İmandan kastedilen ehli sünnet itikadı esaslarını tasdik etmek ve bunu muamelatla gerçekleştirme çabası içinde olmaktır. Nurcular iddialarını ispat için imanı iki kısma ayırırlar: taklidi iman ve tahkiki iman. Buna göre yalnız dil ile ikrar etmek kâmil iman değildir, yaratıcıyı yarattıkları üzerinden derin şekilde kavramak ve kutsal kitaba vukufiyet gereklidir. Nurcular, bu dinî aydınlanmanın (nurlanmanın) aynı zamanda aktarılmasını da misyon edinmiştir. Bunun için okuma-düşünme-anlatma sac ayaklarından oluşan bir metot geliştirilmiştir. Esmâ (HH takipçisi, lisans ö, Sivas), imanî konuda HH’den destek aldığını belirten bir dijital takipçidir ve onun sözleri bir gaye olarak İslam’ın hayata tatbik edilmesi ekseninde grubun doktrini ile uyumaktadır:

Çok kitap okudum. Saçma sapan kitaplar da okudum, çok kaliteli kitap da okudum. Çok şey katsalar da Kuran’ın ve Risalelerin tırnağı etmediler. İnsanlar şunu anlamıyor, din olmadan yani İslam olmadan yaşam olmaz, onu hep kenara atıyorlar. Sanki hayat başka İslamiyet başka, oysa yaşam İslam’dır. (06.11.2021/Twitter)

Risale-i Nurlarda yaygın olarak kullanılan avam (halk), havas (seçkinler) ve ehass-ı has (en seçkinler) kategorileri dindarlığa bakışı etkilemektedir. Buna göre geleneğe ve alışkanlıklara dayalı dindarlar sosyokültürel bir dindarlık içerisinde yer alırken, yüksek kaliteli inanç sahibi olanlar ve şüpheciler bireysel dindarlık kapsamında ele alınabilir (Yapıcı, 2002, s. 85). Nurcular da şüphe üzerinde çokça durmuşlar; zamanın yaygın fikir akımlarının dinsizlik ürettiğini, insanların zihninde sorular oluşturacak argümanları öne çıkardığını iddia etmişler ve iman ile şüphenin aynı kalpte olamayacağı kesinliğinden hareketle şüpheyi yenme, imanı kurtarma mücadelesine girişmişlerdir. Burada söylemin dile gelmesi görevi, Nursî’nin Risale-i Nur adlı kitaplarına yüklenmiştir. Doktrinin harekete geçirdiği İslami ideoloji, sürdürülebilir olmak için eyleme ihtiyaç duyar. Bahsedilen eylem Nurcularda, ispat diliyle kurulu metnin okunup anlatılmasıdır.

HH, bir söylem enstrümanı olarak kabul edilirse elbette inanç temelinde *ideolojik ötekisi* bulunmalıdır. Nurcular tarafından ortaya konan dinsel bilim argümanına göre inançsızlığın göstergesi, dinden soyutlanmış bilimdir. Bu durumda “Evrin Ağacı” youtube kanalı, HH’nin ötekisidir. Üstelik Evrin Ağacı da aynı dijital düzlemde üretim yapmaktadır. Ne ilginçtir ki HH’nin paylaşımlarına ‘beğeni atan’ bazı sosyal medya kullanıcıları, Evrin Ağacı videolarını da beğenmektedir. Akışkan modernite iki kutbu aynı düzlemde yapısal yönden aynı değişimlere uğratarak söylem üretmelerine izin vermektedir. F. Ünal söylem düzeyinde ötekini şu şekilde tarif eder:

Deizme ateizme sadece biz çözüm bulabiliriz demiyoruz. Ancak bir meydan okumamız olduğu doğru. Sokak röportajlarında bizi dinleyip etkilenen insanlar var. Sadece bizim ülkemizde değil tüm dünyada yükselen bir trend. Köln’de yaygınlaşıyor. Dizilerle insanlar özendiriliyor bazı şeylere. Bediüzzaman, gerçek şirk heva-yı nefislerine yapışmıştır der. İnancımız doğrultusunda Müslümanların galip gelip refah içinde yaşayacağı bir döneme işaret ediliyor. Pik yapacak iman meseleleri yani. Bu aşamaya henüz gelinmediğini, gelineceğini düşünüyorum. (05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Uludağ’a göre (1979) İslam, itikadi yönleriyle dört hayat tarzında vücut bulmuştur: *selefilik, tasavvuf, kelam* ve batı modernitesiyle yeniden güç kazanan *felsefi yorumlar*. HH’nin içinde bulunduğu Nurculuk ekolü bu kategorilerden kelamı önceler ve bu yönde bir hayat tarzına yaslanır. Ancak modern akılcılığın pratikliğine bakan bir yönü de vardır. Bunu HH özelinde daha iyi anlamak mümkündür. Teknolojik aletlerle barışık yaşayan grup, dolaylı da olsa modern söylemden etkilenmiştir. Bu aydınlanma (nurlanma) retoriğinin yükseltilmesinden başka üretilen içeriklerde bilimsel ve felsefi argümanların kullanılma çabasından da anlaşılabilir. Örneğin “Haşır Risalesi” adı verilen kitapçık, ölümden sonra dirilişin -imkânsız gibi görünse de- akla yaklaştırma teşebbüsüdür. Buna benzer “ispatlarla” Tanrı’nın varlığının ve birliğinin anlatılmaya girişilmesi, modernitenin akli merkeze alma pratiğine uygundur. Nitekim 19 ve 20. yüzyıl, büyük anlatılara sahip olan dinlerin akıl çerçevesinde kendilerini ispat etmek zorunda hissettikleri bir dönemdir. M. Akif yaşanan bu fiili durumu *asrın idrakine söyletmeli İslam’ı* şeklinde ifade etmiştir. Said Nursî ve HH gibi takipçileri, bilimi Allah’ın büyüklüğü ve yüceliği argümanının önemli bir parçası haline getirmişlerdir. Buna göre bilim adamları, evren ve doğanın karmaşıklığından daha fazla söz ettikçe inananlar, Allah ve onun yarattıkları karşısında daha çok hayrete düşücektir.

Söylemsel düzeyde modernite ile HH gibi bir Nurcu topluluk arasında bariz bir farklılık vardır. Türkiye’de İslamcı doktrine göre coğrafi çevre ve atalar yoluyla tevarüs edilen kültür, asli önemde değildir. Oysaki modern zihniyet; coğrafi ve etnik yakınlığı, ulus bütünlüğünü doğal ve önemsenebilir kabul eder. Said Nursî ittihad-ı İslam (Müslümanların birlikteliği) düşüncesine sıcak bakmaktaydı. Mardin dolaylarında rastladığı Cemalettin Efgani’nin bir öğrencisinden bu yönde görüşler dinlemiş ve etkilenmiştir (S. Nursî, 2016e, s. 123). Genel hatları ile denebilir ki milliyetçilik ideolojisine karşın ümmetçilikten yana tavır geliştirilmiştir. Bu düşünce Türkiye’de İslamcı hareketin Nurcularla kavşak noktasıdır. Grup, düşüncesini illegal örgütler dedikleri dinî görüşün dışlandığı sol/seküler örgütlere karşı konumlandırırken bu uğurda Avrupa’daki şehirlerden daha kötü gördükleri İstanbul’un bazı semtlerinde varoluş mücadelesi verildiği söylenmektedir. Denilebilir ki toplumda din üzerinde oluşan bu kampaşmanın farkındadırlar ve bittabi tarafıdırlar:

Geçen sene 4 defa Avrupa’ya gittik. Hollanda’da da kermes yaptık. Red-line denilen bir bölge var. Fuhuş ile tanınıyor. Diyebilirim ki bizim Beşiktaş oralarından kötüydü. Beşiktaş’ta bir çay ocağında dört kişi oturuyoruz. Sokaklardan gelen sesleri dinliyoruz. Hiç hayırlı sesler değil, birbirimize bakakaldık. Hollanda’da sokağa taşan bir çirkinlik yoktu. İstanbul’da var maalesef. Buraya cevşeni, namazı ile gelip kaybettiğimiz yüzlerce genç var. Ne yazık ki kafasına uygun çalacak bir kapı bulamadığından. Burada çok iyi misyon okullar kazanmışlar, Anadolu’dan gelmişler. Birkaç ay sonra illegal örgütler kapıveriyor çocuklarımızı. Değişiyorlar. Bu keşmekeşin içinde huzur bulacakları bir kapı olsun istedik. (F. Ünal, 05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Pasajdaki çocuklar(ımız) sözcüğünde kullanılan aitlik eki ve metnin tümünden çıkarılan anlam, fikrî (kognitif) bir mücadelenin içinde olduklarını göstermektedir. İslami kesimde genel olarak rastlanılan ‘çocukları illegal örgütlere teslim etmeme’ motifi, başka İslami cemaatlerle beraber Fethullahçıların da en çok vurguladığı meşruiyet argümanı olmuştu. HH’ye karşı genel anlamda muhalif bir duruş sergileyen Fahrettin (21, lisans ö.) ve Recep (29, maliyeci) “FETÖ’nün de çıkış noktası burası” diyerek bu yeni oluşuma temkinli yaklaştıklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan Ayşegül’ün (19, lise m.) sözleri dindar ailelerin çocuklarında HH’nin videolarının açık bir tesir gösterdiğini ispatlar mahiyettedir:

Biz dini annemizden babamızdan dört dörtlük öğrenemiyoruz. Namaz kıılıyorsun oruç tutuyorsun. İşte ayrıntısına kadar sorgulamıyorduk. İnanıyorsun ama sorgulamıyorsun. Çocukluktan beri böyleydi. Dinden çıkarım şu olur, bu olur diye. Ama Hayalhanem hem sorguluyor hem de sorgulamanın neticesinde bize doğru cevabı gösteriyor. Öncesinde annem namaz kıl diyordu ama ‘neden namaz kılayım ki’ oluyordu. Hayalhanem videoları ibadetleri açıklıyor. (21.02.2021 tarihli görüşme, Kayseri)

Hayalhanem dijital kanal videolarının birçoğunda insanlar, büyük oranda “sefahat ve dalalet” içinde anlatılmaktadır. Bu gidişatın durdurulması içinse doğal olarak HH gibi oluşumlara ihtiyaç olduğu fikri verilmek istenmektedir. Mutlak hakikati kendinde gören ancak diğer dinî grupları zorla dönüştürmek gibi bir gündemi olmayan *ılımlı-dışlayıcı* (Ataman, 2008, s. 103) bir din anlayışına sahip oldukları düşünülebilir. Bunu şu sözlerde bulmak mümkündür:

Bizim için herkes Risale-i Nur okumak zorunda değildir. Tüzüğümüzde de yazdığı üzere Bediüzzaman’ı ve Risale-i Nurları herkese şiddetle tavsiye ederiz. Ancak başka şekil ve meşrepte olanlara da saygı duyarız. Namaz konusunda da teklif eder ama ısrar etmeyiz. Namaza çağırmak görevimiz, onları izlemek görevimiz değil. Tabii derslere düzenli katılan belli bir seviyeye gelmiş talebelerin de düzenli namaz kılması beklentimiz var. (F. Ünal, 05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Bu pasajın içeriği ile çelişen bir anekdot eski üye Kadir (30, memur) tarafından aktarılmıştır. “Abi ben Kuran’ı bilmiyorum siz bana neden onu öğretmiyorsunuz da devamlı Risaleler veriyorsunuz, diye sordum. Fatih Abi’ydi, oradan ‘Risale okumalısın. Boşa okursun yoksa’ dedi.” Risaleyi anlamadan Kuran’ı anlamının mümkün olmadığına dair dile getirilen bu söylemle, Risalelerin biricikliğine hatta ona ilişkin aşkınlık/kutsallık iddialarına gönderme yapılmaktadır.

Nurculukta “siyasetten ve şeytandan Allah’a sığınırım.” vb. çok sayıda retoriğe karşın politik düşünce ortak bilincin temelinde hep vardır. Öncelikle Nurcular, hayatı inanç temelli bir mücadele alanı görürler. Eğer Said Nursî, Risalelerde geçmeyen ancak öğrencileri arasında paylaşılan “Bir yerde benim talebemi gördüysem; orayı kendi adıma fethedilmiş sayarım” minvalinde bir söz söylemişse¹⁸ onun ‘toplumsal güç’

¹⁸ Bu söz, Nurculardan bizzat duyulan ancak külliyattaki aramalarda rastlanılamayan, örgütlenmenin siyasi amaçlarına yönelik spekülâtif bir anlam taşımaktadır. Mehmet Uğraş’ın (2018) “1923-1950 Arasında Dini Muhalefet Açısından Türkiye’de Nurculuk ve Rifâilîlik Hareketleri (Karşılaştırmalı Bir

perspektifini bu sözde bulabiliriz. Üstelik bu kritik ve manidar söz, yukarıda ifade edildiği gibi HH'nin temel doktrini olan “karanlığın olduğu yeri aydınlatmak” mantığına da uymaktadır.

Grubun din anlayışının normatif düzeyde Sünni merkezîyetçilik olduğu hatırlanırsa toplumun geniş kesimlerinden destek bulma potansiyeli olduğu anlaşılacaktır. Güncel politikten kaçınan itidal çabalarına rağmen siyasi duruşları ‘muhafazakârlık’ olarak işaretlenebilir. Aksi takdirde modern dünyanın içine düştüğü sıkıntıların kaynağını, manevi değerlerden uzaklaşmaya bağlamazlardı. Nurculukta Osmanlı siyasal toplumunun görüş ve düşünüş tarzı nostaljik bir içeriğin çok ötesindedir; kültürel mirasa hürmet, mecbur olma derecesinde geçmişten tevarüs alınan bir ‘ödev’dir. Aynı zamanda bir varoluş meselesi olarak bu politik söylem, geleceğe taşınmaya çalışılmaktadır. Örneğin bazı anlatımlarında Abdülhamit’in mitleştirilmesine rastlanılmıştır (Mehmet Yıldız, 2021). Nitekim okunan Risaleler, yeni çağın insanlarına eski söylemi yeni bir tarzda yorumlayarak sunmaktadır. Nursî’nin İslami reformistler gibi dinde olan bir şeyi düzenlemeyi değil sadece İslam geleneğinde var olan emir ve yasakların günümüz modern insanının anlayacağı şekilde yorumlamayı amaçladığı söylenebilir (Ökten, 2021, s. 179). Mardin’e göre de Said Nursî, tabiat yasalarına Tanrı’nın varlığı çerçevesinde yer vererek halkın muhayyilesinde yer edinen kültürel kodları harekete geçirmiştir (2017a, s. 340).

HH, bahsolunan dinî/kültürel söylemi dijital evrene taşıma gayretinde olan bir oluşum izlenimi vermektedir. Grubun iddiası teknolojik aletler kullanılarak gençlere İslami düşüncenin aşılabilirliği. Burada teknolojinin ve gençliğin Hayalhanem için bir varoluş ideolojisinin araçlarına dönüştürüldüğünün altı çizilmelidir. Nitekim F. Ünal “Biz işin teknoloji tarafındayız.” derken İslami ideolojiyi kastetmektedir. Bu amaçla geniş bir araç seti edinilmiştir. Mücadelenin silahlarla değil, dün olduğu gibi yalnız kitaplarla da değil artık teknoloji marifetiyle yapıldığı kanaati taşınmaktadır. Esasen HH’ye göre “karanlık bir yer olan” internet evreni “Nurlarla aydınlatılacaktır”.

Analiz)” adlı doktora tez çalışmasında bu ifade geçmekte ancak yine kaynak belirtilmemektedir. Eğer Risaleler tamamıyla tabedildikten sonra S. Nursî’nin siyasetle daha ilişkili olduğu son yıllarında söylenmemişse, bu sloganik ifadeyi Nurcu grupların üyelerini belli amaçlar için motive etmek uğruna kullandığı bir ikna/beyin yıkama metodu olarak değerlendirmek gerekecektir. Özellikle FETÖ vb. marjinal örgütlerin mevzi kazanması için oldukça işlevsel olduğunun da altı çizilmelidir.

1.2.3. Yapısal Boyut: Oluşumun Kuruluş ve İşleyiş Dinamikleri

Örgüt yapısı için olmazsa olmaz gereksinimler; mali güç, malzeme ve donanım, işlevsel bir mekân, vasıta ve bol zaman şeklinde özetlenebilir. Elbette bunların hepsinin bir amaç dahilinde faaliyete dönüştürülmesi ve bir sistem dahilinde yürütülmesini takip eden bir yönetim organı ve birtakım görevler üstlenen insan kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır. Hayalhanem oluşumunun içe ve dışa yansıyan müktesebatı bu yapısal çerçeveden hareketle anlaşılmalı çalışılacaktır.

1.2.3.1. Mekânsal Yapı (Hayalhanem'in Merkezi)

Mekân olarak Hayalhanem merkezi; teknolojik altyapıdan misafir odalarına, duvar süslemelerinden mutfak ekipmanlarına, asansörden motorlu taşıtlara, avangard mobilyalardan 'home-office' odalar ve stüdyolara kadar hepsi düşünülmüş, planlanmış modern bir projeyi andırmaktadır. HH, kaynağını fizikî mekânın bu işlevselliğine borçlu olmakla beraber esas motivasyonunu bilgisayar tabanlı çevrim içi ağlardan almaktadır. Bu da karşımıza ikinci bir mekânsallık çıkarmaktadır: *siber uzam*. Kitleye ulaşmak için kullanılan medya bağlamında Büyük HH düşünüldüğünde birincil mekân olarak siber uzamdaki site, sayfa ve sosyal medya profilleri karşımıza çıkar. Ancak dijital HH'yi *medya* bahsine bırakarak bu başlık altında grubun morfolojisini teşkil eden, dinî hizmet üretiminin yapıldığı ve çekirdek cemaatin yuvalandığı fiziki mekâna odaklanılacaktır.

2013 yılında tüzel kişilik kazanan "Hayalhanem İlim ve Kültür Derneği" Mersin/Yenişehir'de kurulmuştur. Önceleri Pozcu semtindeki bir restoranın üst katında buluşan ilk üyeler sonra aynı yeri kiralayıp dernek binasına dönüştürmüşlerdir. Faaliyetlerinin artması ve ziyaretçilerin çoğalması ile mekân yeterli gelmemiş, Mersin Üniversitesi civarında (Çiftlik Yolu) yeni bina yaptırılmış, böylelikle daha geniş bir "hizmet merkezi" edinilmiştir. Bu bina için grup içerisinde "merkez, medrese, dershane" gibi adlandırmalar duyulsa da en çok "dört katlı" tabirine rastlanılmıştır. Nitekim bina, zemin katındaki kitap kafe bölümü de dahil dört kattan ibarettir. Derneğin sosyal medya içeriklerinin üretildiği, başka çalışma kompartımanlarının da yer aldığı mekânda, aynı zamanda dernek bünyesinden maddi olarak da desteklenen üyeler kalmaktadır. Dışarıdan gelip destek verenlerle beraber 35-40 kişilik bir ekip söz konusudur. Örgütsel yapıda bir büyüme stratejisinin yürütüldüğü, bunun öncelikli ayağının mega kent İstanbul olduğu anlaşılmıştır. Bunun için önce hiçbir cemaat faaliyeti görmedikleri Beşiktaş seçilmiştir. F. Ünal bunu bir ihtiyaç olarak sunmuştur:

İstanbul'dan çok rağbet vardı. Annelerden çok sayıda telefon aldık. Eşleri ve çocukları için bizi arıyorlardı. 20 milyona yakın çok hareketli bir şehir. Mersin'deki talebelerin eğitimi için gideriz bazen. İstanbul'da Nurettin Yıldız gibi bazı muhterem insanları ziyaret ederiz. Benim hayalimde Üsküdar'da bir mekân tutmak vardı. Fakat işler zamanla değişti. Biri Beşiktaş'a bakın diye bir öneride bulundu. Baktık, Beşiktaş'ta hiçbir cemaat organizasyonu yok. İlk biz olacaktık. Kiralık bir yer bulduk. Ofis amaçlı kullanmak istedik önceleri. Sonra ofis bir ekibe dönüştü. Ayda bir sohbet düşünürken sohbet sıklığı gittikçe arttı. Oranın müdebbirliğini (idareciliğini a.n.) şimdi ben yapıyorum. (05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

2021 yazında ziyaret edilen ve grubun misafir ağırlama kapasitesinin çok altında kaldığı görülen Beşiktaş'taki bu ofisin çevresinde, sınavlara hazırlık için özel kurs merkezleri bulunmaktaydı. Bu durumun daha fazla gencin gelmesini sağladığı düşünülebilir. Nitekim üç saatlik ziyaret süresi içerisinde on kadar genç ağırlandığı görülmüştür. 2022 yazında ise “Hayalhanem İstanbul”, dramatik bir sosyal medya tanıtımı eşliğinde, çoğunlukla gökdelenlerin ve iş merkezlerinin bulunduğu Şişli ilçesinin Esentepe mahallesine taşınmıştır. Bu yeni mekânın adı, bodrum ve zemin dahil altı kattan oluştuğundan grup içinde “altı katlı” şeklinde geçmektedir. Mersin'deki gibi gösterişli bir binadır, hatta daha geniş bir konfor alanına sahip görünmektedir.

HH'nin merkez binası “Hayalhanem Mersin” ise Çiftlikköy'de üniversite girişine 600 metre yakınlıkta bulunmaktadır ve araştırmacı tarafından ilki 24.02.2020'de olmak üzere beş kez ziyaret edilmiştir. Bu muhit -doğal olarak- üniversiteli gençlerin tercih ettiği, öğrenci pansiyon ve yurtlarının bulunduğu bir mahalledir. Bina önüne gelindiğinde geometrik şekilleriyle fütürist bir mimari dikkat çekmiştir. Bu yapı, çevresindeki tek katlı geleneksel müstakil evlerle bir kontrast teşkil etmektedir. Tıpkı bir web tasarımcısının elinden çıkmış gibi binanın keskin ve kurgusal çizgileri bulunmaktadır. İçeride de ilk bakışta alışıldık dinî mekânlardan farklı, seküler ve modern tasarımlar görülmüştür. Yaşanan çağın bazı gelişmelerine uymak için “değişme ihtiyacını bağımlı hale getirdikleri ve çalışma mekânlarını bu doğrultuda evrimleştirdikleri” (Bauman-May, 2019, 244-245) söylenebilir.



Resim 2. Hayalhanem İlim Kültür Derneği Mersin/Yenişehir (gündüz- araştırmacının objektifinden)



Resim 3. Hayalhanem İlim Kültür Derneği Mersin/Yenişehir (Gece-hayalhanem.com.tr web sitesinden)



Resim 4. 2022 yılında satın alma opsiyonuyla kiralanan Hayalhanem İstanbul/Şişli (hayalhanem.com.tr web sitesinden)

Yapılan ilk gözlemde binanın önünde duran, bina ile aynı siyah renkte lüks bir minibüs ve hatchback otomobil bu bina ile ilişkili olduklarını fazlasıyla belli ediyordu. Binanın dış cephesi, bahçe duvarları, bahçe dekorasyonu ve girişi estetik ancak suni bir görünüme sahipti. Binaya kameralı, geceleri kapatılan otomatik panjurlu geniş bir kapıdan giriliyordu. Binanın giriş katı, kot farkından dolayı üçüncü kattı aynı zamanda. Girişteki büyük kapıdan sonra otomatik kapılı bir giriş daha bulunmaktaydı. Bu kapı hemen yanındaki danışma ve bekleme salonuna rahatsız edici ayakkabı kokusu gelmesin diye düşünülmüş olmalıydı. Aslında ilk kapıdan sonra da genişçe bir mekân varken ve ayakkabılar görünmeyecek şekilde dolaplarda saklanırken bir girişin daha olması aynı zamanda bir lüks olarak okunabilir. LCD ekranların olduğu genişçe bir bekleme salonunun hemen yanında grupça önemli görülen ziyaretçilerin ağırlandığı düşünülen banyolu, dolaplı ve kapı şifreli özel odalar bulunmaktaydı. Bu odalar; kapıların yanındaki levhalara isimleri işlenmiş Ceylan Çalışkan, Zübeyir Gündüzalp gibi meşhur Nurcular ile anılmaktaydı. Başka oda ve salonlarda da tanınmış Nurcuların isimleri bulunmaktaydı. Bekleme salonunda danışma niteliğinde geniş bir masa, MY kitaplarının sergilendiği bir stant ve yanında şeffaf ve büyük bir *bağış kutusu* görölüyordu. Masanın ardında bekleyen kişi kapıları kameradan izleyebiliyordu.

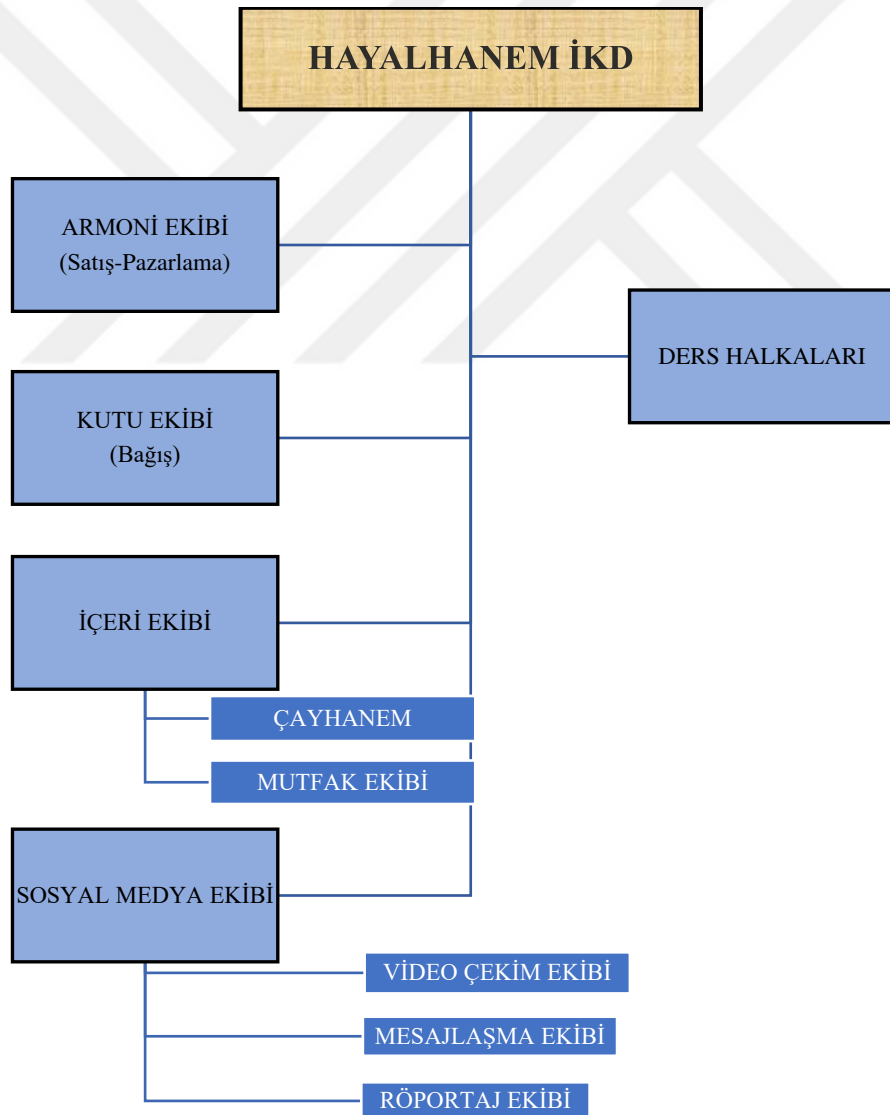


Şekil 1. Hayalhanem İKD Dernek Binasının İşlevsel-Mimari Yapısı

1. katta oldukça geniş bir kitap kafe, büfe ve bahçeye açılan yine büyük bir (arka) kapı bulunmaktaydı. 2. kat merkezde kalan vakıf üyelerin hususi odalarından oluştuğu tahmin edilebilir ve buraya merkezin mahremi denilebilir. Kot farkından dolayı ön kapının olduğu 3. kat ve mescidin bulunduğu 4. kat ise dinî hizmet ve eğitimler için ayrılmış katlardı. Bekleme odasında LCD ekranlardan dernek binasının inşaat sürecini gösteren sessiz videolar izletiliyordu. Aynı katta lüks eşyaların dikkat çektiği mutfak bölümü de vardı. İki toplantı odası için gösterişli masa, koltuklar seçilmişti. Avangart mobilyaların yanı sıra duvarlar ve halılarda postmodern çizgiler vardı. Duvarlara, eskitilmiş tuğladan örülmüş izlenimi verilmişti. Binanın dışındaki suni çizgi-tasarım içeride de fazlasıyla bulunmaktaydı. Hatta lavabo ve abdesthaneler bile alışveriş merkezlerinde olduğu gibi led ışıklı-özellikli tasarlanmış, yerler ahşapla döşenmişti. Kılavuzluk yapan üyeye “yaratıcı fikirler yansımış buraya” denilince *yaratıcı* tabirini kullanmamak için “evet, kreatif” cevabı verilmiştir. Son iki katta farklı yerlerde içeri girilmesine izin verilmeyen beş home-office odası dikkat çekmiştir. Buraların grup liderlerinin çalışma odaları olduğu tahmin edilmiştir. İçi

gösterilmemekte imtina edilen, dernek başkanının odası diye tahmin edilebilecek bir oda kapısı, yaklaşılrken kapatılmıştır. Çekimlerin yapıldığı stüdyo odaları mevcuttur. Bu odalarda videolara “gaming denilen donanımı güçlü bilgisayarlarla çalışıldığı” (Halil, 24, eski üye) belirtilmiştir. Web sayfalarından takip edildiği kadarıyla dinî içerikli videolardan başka “rap şarklıların” İslami parodi taklitlerinin de üretildiği bir prodüksiyon söz konusuydu ve buraya da girmeye izin verilmemiştir. 4. katta alanın yarısı denilebilecek geniş bir sohbet salonu/mescit vardı. Ayrıca buraya bitişik, istenildiğinde açılır-kapanır bir panelle ayrılmış, kılavuzluk yapan üyenin “kütüphane” dediği bir oda mevcuttu. Ancak az sayıda Risaleden başka kitap gözlemlenmemiştir.

1.2.3.2. Örgütsel ve Yönetsel Yapı



Şekil 2. Hayalhanem Oluşumunun Örgütsel Şeması

Grup üyelerinin belirli bir amaç doğrultusunda eylemde bulunması ve etkileşim kurması sonucunda birbirini destekleyen alt birimlerden oluşan mikro yapı denilebilecek organizasyon şeması ortaya çıkar. Bilindiği gibi grup içindeki sınırların, norm ve değerlerin oluşabilmesi için üyeler rol ve statü edinmelidirler. HH’de bu rollerin belirleyicisi büyük oranda grup liderliğidir. Hayalhanem grubunun -tespit edilebildiği kadarıyla- rol dağılımı sonucu oluşan yapı, Şekil 2’deki gibidir. Ders halkaları da eklenirse grup, beşli bir yapı üzerinde işletilmektedir. Her birimin başında sorumlu bir “abi” ve kendi iletişimlerini yürüttükleri Whatsapp grupları bulunmaktadır.

Armoni (Satış-Pazarlama) ekibi: Oluşumun gelir kaynaklarından biridir. Ekibe neden bu ismin verildiği anlaşılamamıştır. Grup üyelerince “Mybedesten” adıyla telefon ve tablet uygulaması da olan bir e-ticaret sitesi yönetilmektedir. Uygulamada kitap, elektronik ürünler, çocuk ürünleri, kırtasiye/hobi, özel tasarım ürünler ve İslami ürünler kategorilerine rastlanmıştır. Ekipte yer alan elemanların bu sitenin sipariş takibi, hazırlama, kargolama, mesaj gibi hizmetlerini yürüttüğü tahmin edilmektedir. Katılımcılar, grubun ilk yıllarında “tebessümstore” adlı bir girişiminin daha olduğunu söylemişlerdir ancak araştırma sırasında bu isimle bir faaliyete rastlanmamıştır.

Kutu (Bağış) Ekibi: Grubun gelir kaynaklarından bir diğeridir. Adana hinterlandı denilebilecek Mersin, Adana, Osmaniye, Gaziantep, Hatay illerinde, sadaka-bağış kutuları dağıtılmakta ve belli aralıklarla bunlar toplanmaktadır. Grup popülerleştikçe ve kurdukları ağ sistemi genişledikçe başta İstanbul olmak üzere diğer bazı şehirlerde daha bu bağış kutusu işi yapılmaya başlanmıştır. Ekipte çalışanların görevi kabaca bu kutuların sağ salım merkeze ulaştırılmasıdır. Katılımcıların ifadelerine göre bu gelir kaleminden tahmin edilebilenden daha yüksek bir meblağ elde edilmektedir.

Sosyal Medya Ekibi: Grup liderlerince oluşumun bel kemiğini oluşturduğu belirtilmiştir. MY’yi vitrine taşıyan ve misyon ifa etmesini sağlayan ekiptir. Zaman zaman kendileri de üretilen içeriklerde yer almaktadırlar. Bu ekipte yer almak için katılımcı ifadelerine göre başta fiziksel görünümün iyi olması gerekmektedir. *Video editleme* programlarını kullanmak gibi bilgisayar becerilerine hatta web tasarımı geliştirme özelliklerine de sahip olunması istenmektedir. Ekipte yer alan üyeler; dijital paylaşımları takip ederler, gerektiğinde kendileri de mesaj yazarlar. Anlaşıldığı kadarıyla gelen soruların takip edilip yönlendirmelerin yapıldığı “mesajlaşma ekibi” adıyla bir birim daha vardır. Ayrıca son yıllarda üzerine özellikle düşülen ve *tıklanma* sayısını artıran röportaj videoları için de bir ekip kurulduğu tahmin edilmektedir.

İçeri Ekibi: Hayalhanem oluşumunun merkezi olan Mersin ve İstanbul'daki binaların iş ve işleyişinden sorumludurlar. Temizlik, yemek, çay, tertip-düzen, ziyaretçi ağırlama, elektrik ve su, tamir ve tadilat vb. hizmetler yürütülür. Tabiri caizse Küçük HH'nin grup üyeliğine giriş kapısıdır. Yetenekleri keşfedilen üyeler diğer kompartımanlara geçebilirler.

Ders Halkaları: Oluşumun misyonunda yer alan *hakikatlerin anlatımı*, diğer bir ifadeyle doktrinizasyon burada yapılmaktadır. Söylendiğine göre 7'den 70'e herkes bu halkalara katılabilir. Ancak grup yönetiminin bilinçli bir tercih olarak kimlik arayışı içindeki 15-25 yaş arası gençlere yöneldiği düşünülmektedir. Hatta üst yaş gruplarından sohbetlerde ziyaretçi ağırlama hususunda eş değer bir hassasiyet sergilenmediği, bazen de bu kişilere şüpheyile bakıldığı gözlemlenmiştir. Grupta her üye Risale-i Nur dersi yapamamaktadır. Bunun için grup içinde lider tarafından tayin edilmiş ve onaylanmış bir ehliyete sahip olmak gereklidir.

Belirtmek gerekir ki grup yapısı ve işleyiş metotları, birimlerin kendi işleyişleri içinde yenilenip değişebilmektedir. Eski bir üye olan Halil (24, lisans m.), dört katlı binaya geçmeden önce daha sistemsiz ancak samimi bir grup yapısından bahsetmektedir:

Benim bulunduğum dönemde sokak röportajları yoktu. Sadece sohbet videoları ve bazı mesajlar. Bir süre sonra esprili videolar çekilmeye başlandı. Sohbet konusunda ise kendilerini tekrara başlamışlardı. Sonra sesli hikâyeler ve röportajlar başladı. Tanınmış kişilerin röportajlarına yer vermeye başladılar. Stüdyolarında ekonomik değeri çok yüksek cihazlar bulunduruyorlar ve bunları da sürekli güncelliyorlardı. (28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Oluşumun demografisi de ilgi çekici bir çeşitlilik arz etmektedir. Mersin'in dağlık köylerinden elemanlara da rastlanılmıştır, doğu şehirlerinden göçmüş ailelerin çocuklarına da. Köy kültüründen gelen de vardır tamamen kent hayatına gözlerini açmış üyeler de vardır. Akif'e (28, memur) göre gençlerin ortak noktası ailelerinin sosyoekonomik seviyelerine bakmaksızın oluşum içine girdikten sonra tüketim eğilimli hale gelmeleridir. Ürettikleri yoğun hizmete karşın sunulan geniş bir konfor alanından bahsedilmektedir. Dinî bir cemaat içinde olmaları modern kent koşullarına adapte olmalarına engel değildir. Bilakis içine girdikleri oluşum sayesinde eskiye kıyasla düşünüldüğünde sosyoekonomik statüsü artmış üyelere rastlanılmıştır.

Metin'in (25, eski görevli, esnaf) belirttiğine göre genellikle ekip liderleri evli olup yürüttükleri işler için gününbirlik merkeze gelip giderler. Bunun dışında Hayalhanem merkezinde ikamet eden üç tip insan bulunmaktadır:

1. Dışarıda çalışan orada kalanlar: Kutu ve armoni ekibi bina dışında hizmet üretirler.

2. Öğrenci olup orada kalanlar: Üniversite öğrencisi oldukları halde bir birimde görev üstlenmişlerdir. Günlük merkeze gelip giden öğrenciler arasından sadakat ve yeteneklerine göre seçilirler.

3. Öğrenci olmayıp orada kalanlar: Bu kişiler ya hiç üniversiteye gitmemişler ya da yakın zamanda üniversite bitirmişlerdir. Bu kişiler görevlerini halihazırda iş olarak görmektedirler. Muhtemelen Hayalhanem merkezinde kalanların çoğu bu kişilerden oluşturulmuştur.

HH'nin işleyişinin temelinde uyulması zor bir disiplinin olduğu grubu yakından tanıyan birçok isimce ifade edilmiştir. Bunlardan birisi de HH'nin sosyal medya şemasından esinlendiğini açıkça belirten Medeniyet Vakfı yetkilisi Serdar Gürbey'dir:

Sosyal medya konusunda yetişmiş kardeşleri istihdam etmişler gördüğüm kadarıyla. Sistemleri çok farklı. Her cemaatin kaldıramayacağı bir sistemi var. Kerli ferli davetçiyim diyen insanlar bile kaldıramaz bu sistemi. Sabahlara kadar ders yapıp sabah namazından sonra dağılıyorlar evlerine. Nasıl dayanacaksın. Herkes bunu yapamaz. Disipline çok önem veriyorlar. (16.11.2021 tarihli görüşme, Seyhan/Adana)

Sık dokulu örgütlere örnek olabilecek HH'nin iç disiplinin yanı sıra sıkı bir kontrol mekanizması da vardır. Bu kontrol, siber uzama kadar uzanır. Video isimleri konjonktürel olarak değiştirilir, istenmeyen yorumlar takip edilip silinir. Yanı sıra kontrol, dijital tedbirlerden çok daha fazla ekip işi yapan kendi elemanlarına ve ders halkasına dahil olan üyelere yöneliktir. Riski yönetme ve muhtemel tehlikeyi ön alma politikası, yapılan gözlem ve görüşmeler sonucunda şu şekilde tespit edilmiştir:

1. İmkan ve zorlukların paylaşımında üyeler arasında denge aranır. Gerektiğinde risk analizi yapılır ve riskin sonucu üyelere paylaştırılır.

2. Amaç birliği sık sık test edilir. Duygusal değişim yaşayan çekirdek üyeler takip edilir ve önlem alınır. Kriz ortamlarında görüş birliği aranır.

3. Oluşum kendisini de bir aile kabul ettiğinden ailelerinden kopmayan bireyler cemaate tam üye olamayacağı düşünülerek aile ilişkileri asgariye düşürülür.

4. Farklı seslere, hele hele liderin tutumlarını sorgulayanlara tahammül edilmez. Kendi rızasıyla uzaklaşması için tedbirler uygulanır.

5. Grup içi kontrol mekanizması, teknolojik aygıtların desteği ile yapılmaktadır. Ses ve görüntü kalitesi oldukça yüksek kameralarla üyeler takip edilir.

6. Şüphelenilen elemanların çabucak uzaklaştırılması ve uzaklaştırılırken oluşumda en az hasar bırakacak şekilde tedbirler alınması risk öngörüsünü bir örgüt kültürü haline getirdiklerini göstermektedir.

HH'de dikkat çekici bir diğer organizasyonel işleyiş “ban-optikon” (yasaklayıcı gözetim) denilebilecek bir güvenlik mekanizmasının işletilmesidir. Dışarı ile içeri arasındaki fark siyahla beyaz gibidir ya da öyle olması istenmektedir. Burada da Lütfi'nin (29, eski üye, esnaf) bahsettiği yüksek güvenlik endişelerine ve bunun için teknolojik cihazların bir ‘göz gibi’ azami ölçüde kullanımına şahit olunmaktadır:

Benim takıldığım, her yerde kameralar var. Lavaboda bile. Abdest alacak yere bakacak şekilde. Ben işim gereği biliyorum bu kameraların bazıları ses kayıtlıdır bazıları ses kayıtsızdır. Bunların hepsi ses kayıtlı ve çözünürlüğü yüksek kameralar. Ben şüpheliyim. Niye benim ne konuştuğumu üst yönetim bu kadar sorgulasın. Bir gün kameralara dikkat ettim. Sohbet, muhabbet ne zaman derinleşti kamera bize dönüyor. Hayırdır ya. Bu kamera buraya bakmıyordu. Ne oldu da yönü döndü. Kameralar 360 derece dönebiliyor. (19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Örgütlü yapılarda rollerin önem sırası hiyerarşi sözcüğü ile anlatılır ve faaliyetlerde hız ve etkiyi belirleyen, otoritenin alt-üst ilişkisi çerçevesinde aksamadan işlemesidir. Lütfi'nin anlatımına göre bu hiyerarşi, teknolojik iletişim kanallarından geçen bir denetim zinciri ile sağlanmaktadır: “Çok sert bir alt-üst ilişkisi var. S. sürekli gelen kişi. Sürekli kutu bırakan kişi. O bile soru sorduğunda vakıfların elinde telefonla bir yere yazdığını, sonra cevapların verildiğini anlatmıştı bana.” Lütfi bu tecrübesiyle ‘aşağıda’ söylenen ve yapılan her şeyin yukarıdakilerin direktifleri ile idare edildiğini düşünmeye başlamıştır. Bu tür muameleler, bina girişinde gelenleri karşılayan “Burada misafir sevmeyiz, evinize hoş geldin” levhasındaki anlama açıkça ters düşmektedir. Hatta tamamen sübjektif belirlenen bir ‘makbul ziyaretçi’ kriterleri geliştirildiği söylenebilir. “Kötü niyetli olmamak şartıyla herkese açığız” söylemindeki “kötü niyet”in içerisine herhangi bir eleştiri ya da hoşnutsuzluk imasının dahi girdiği anlaşılmıştır. Ziyaretçilerden esirgenen “parhessia (açık sözlülük) hakkı” (Foucault,

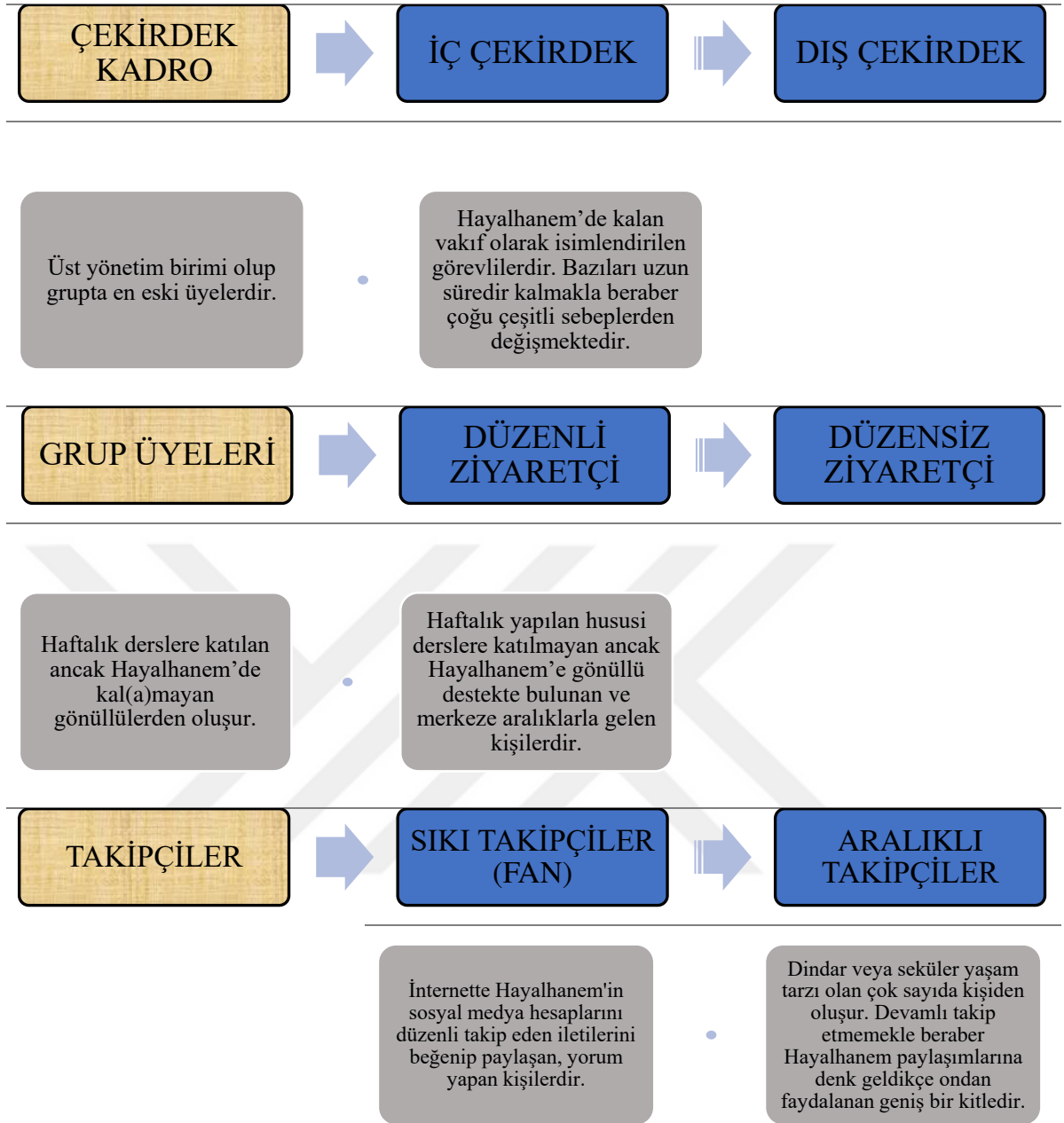
2021b, s. 134), eski çekirdek üyelerin iddiaları doğru kabul edilecek olursa dernek bünyesindeki gönüllülere de verilmemektedir. Aklına geleni açık yüreklilikle söylemek öyle görünüyor ki temel çekirdekteki bir azınlığa özgüdür. Bu tarz bir oligarşik yapının HH'nin "hakikat söyleyicisi" olma söylem ve iddiasına hanel getirdiği düşünülebilir.

Bireyin tümüyle cemaat tarafından çevrelenmesi, ona özerk bir alan tanınmaması sık dokulu cemaatlerin ortak özelliğidir. Hayalhanem incelendiğinde ise merkez üyelerinin neredeyse zamanlarının çoğunu cemaat içerisinde geçirdikleri görülmektedir. Grubun eski üyeleri *24 saatlerinin tamamının* istendiğini belirtmiştir. Cemaatin sosyal medyada tanınan yüzleri, sıkı bir hayat disiplini ile tamamıyla kendilerini vakfetmiş görülmektedir. Bu durumda Küçük HH'ye tematik cemaat demek zordur. Buna karşın dış çeperde bulunan fan (hayran) kitle, cemaati yalnız iletişim cihazı ekranından ibaret sandığından *dijital medya* teması onlar için geçerlidir. Büyük HH, bu geniş kitle için dijital medya cemaati, başka bir söyleyişle *hyper-cemaattir*. Slaktivizm (gevşek aktivizm) ile sık dokulu örgüt olmak gibi iki uç olgunun aynı noktada var olması, postmodern durumun teknolojik cihazlarla cemaat yapısını dönüştürmesine örnektir.

HH ile ilişkili bireyler, gözlemlere göre farklı iletişim derecelerine sahiptirler. İletişim sıklığı arttıkça grup duygusunun ve sorumluluğunun da arttığı bilinmektedir. Derneğin kuruluşundan bu yana baş köşeyi işgal edenler olduğu gibi Hayalhanem'i bilmediği halde yalnız MY'yi sosyal medyadan takip edenler de vardır. Bu durumda şu kriterler işleterek grup merkezine yakınlığın tespit edilmesine çalışılmıştır:

-
- Hayalhanem'i resmî statüde bir dernek olarak bilme, tanıma
 - Bir dinî grup olarak bilme, tanıma
 - Grubun Nurculuk ekolüne bağlı olduğunu bilip bilmeme
 - Dernek binasına gelmiş olma
 - Kurucu veya vakıflardan birini/birkaçını tanımış olma
 - Kurucu veya vakıflardan en az biriyle irtibatı sürdürme
 - Hangi sıklıkta sosyal medya kanallarını takip ettikleri, paylaşımlara yorum yapıp yapmadıkları
 - Gruba maddi destekte bulunup bulunmadıkları
-

Katılımcı örnekleme değerlendirildiğinde HH'ye mensubiyet derecelerine göre şu şekilde bir sınıflamanın ortaya çıktığı söylenebilir:



Şekil 3. Hayalhanem’e Mensubiyetin Dereceleri

Şekildeki üye pozisyonları incelendiğinde;

1. Temel (iç) çekirdek kadro, grup yönetimini oluştururken vakıflar (görevliler) ve grup üyeleri ise üretim pozisyonundadırlar. Üretilen meta, bir din hizmetidir.

2. HH oluşumunda manevi hizmetlere dair üretim yapılmaktadır. Üretim için gereken emek çoğunlukla MY’nin sunum performansı ile oluşmaktadır. Bu performansı sosyal medya kanallarına taşımak için teknolojik sermaye de mevcuttur. Bu aşamada teknoloji yoğun bir emekle karşılaşılmaktadır. Ses, ışık, efekt, kıyafet, videoların kesilip

hazırlanması (editleme) ve illüstrasyonlar hazırlanması gibi hizmetler için kurulan prodüksiyon, yoğun bir bilişsel emeğin sonucu oluşmaktadır.

3. Üretilen metanın alıcılara sunulması sosyal medya kanalları marifetiyle yapıldığından HH, dinî dijitalleşmenin can alıcı noktasında yer almaktadır. Zira daha önce de manevi hizmetler üretilmekte ancak teknoloji yoğun medya kullanılmamaktaydı. Dinî tüketiciler hizmete ulaşmak ve manevi tatmin için tekke ya da dergâha gelmesi gerekiyordu. Ancak yeni tarz sunum hizmeti ile kullanıcıların ayağına (aslında eline demek gerekir) kadar gidilebilmektedir.

4. Pheysey'in örgüt kültürü sınıflamasına göre (Şişman, 2014, s. 143) HH, rol kültürüne yakın görünmektedir. Rasyonellik, her şeyin önceden belirlenmesi ve örgütsel amaçların ön planda tutulması ise klasik bürokrasiler olarak nitelendirilebilecek örgütler için rol, son derece önemli olmalıdır. Bu tür kültürlerin egemen olduğu örgütlerde otoriter bir yönetim biçimi söz konusudur ki HH'de otoritenin iç işleyişe müdahalesi tartışılmazdır.

5. HH'de görevlerin paylaştırılması, hiyerarşinin oluşumu, etkinliklerin standart hale getirilişi, çalışanlardan uzmanlaşma istenmesi, davranışların kontrolü ve takibi gibi konular açıkça otoriteye işaret etmektedir. Kişiselliğin azaltıldığı bir işleyişle akılcılaştırılmış örgüt yönetimine şahit olunmaktadır. Her ne kadar Ahmet (26, HH görevlisi) tarafından idarenin istişare ile yapıldığı söylense de alınan kararların son kertede onaylayan bir grup liderliği bulunmaktadır.

1.2.3.2.1. Mehmet Yıldız: Lider ve Ardındakiler

Kendi ifadesi ile “Mersinli Alevi¹⁹ bir ailenin Mehmet Yıldız isminde, tantuniyi çok seven bir ferdi olarak” büyümüştür. Kitap satışı yapan internet kaynaklarına göre (kidega, t.y.) 1987, İzmir doğumludur. 2012 yılında da Ege Üniversitesi Matematik bölümünden mezun olmuştur. 2013-2014 yıllarında Dost TV ve Moral FM'de sohbet programlarının yayımlandığı bildirilmektedir. Bazı kaynaklar onun yazar, öğretmen ve youtuber olduğunu belirtmiştir. Öğretmenliği şu an için meslek olarak yapmadığı

¹⁹ Mehmet Yıldız kitaplarının giriş bölümü vurgulanmış bu cümleyi içermektedir. Burada Alevi bir aileden geldiğini belirtmekle yazar, okuyuculara sonradan dindarâne kişilik kazandığına işaret etmekte, bu farklılığıyla hem kazanılmış bir statü edinmeye hem de akılda kalıcı olmaya çalışmaktadır.

bilindiğinden ve kitaplarının çoğunun²⁰ sohbetlerinin derlemesi olduğundan onu sadece “youtuber” olarak adlandırmak uygun olacaktır. Oldukça özverili ve deneyimli bir ekibe, donanımlı bir teçhizata sahip bir youtuber olduğu düşünülebilir. Videolarda kullanılan ses, illüstrasyon, efekt ve tasarımlar da dikkate alınacak olunursa bu mesleği modern yöntemler eşliğinde yaptığı anlaşılmaktadır. Eğer başarı, yalnız takipçi sayısı ile ölçülecek olursa Aralık ‘22 itibariyle 3,10 milyon kanal abonesi ve yarım milyon civarı kişisel takipçisi ile o, başarılı bir youtuberdir.

MY’nin kendi anlatımlarına göre çocukluk ve gençlik yılları oldukça çalkantılı geçmiştir. Mahalle kültüründen etkilenmesinin kişilik oluşumuna katkıları olduğu gibi arkadaş gruplarının bazılarında -kötü alışkanlık örnekleri ile- olumsuz etkilendiği de düşünülebilir. Öyle ki “Arayış” romanından varoş kültürüne hâkim olduğu, madde kullanılan ortamları bildiği, çete denilebilecek arkadaş gruplarına karıştığı sonucu çıkarılabilir. “Ehli dünya” tabir olunan seküler hayatının ardından lisede başlayan dinî arayış tecrübesi, üniversitede cemaatlerde kalmak boyutuna evrilmiştir. Mahmut’un (21, lisans ö.) ifadelerine göre onu etkileyen bir *tebliğci* olmuştur:

Muğdat Camii’nin orada bir çay ocağında bir abi, onunla Alevi olduğu için özel ilgileniyor. Güzel yaklaşıyor, terslemiyor. Risaleleri tanıtıyor. Sonra evde namaza başlıyor. Önceleri babayla sorun çıktığını da duydum. İzmir’e gidince yavaş yavaş değişiyor. Fethullahçıların çok etkin olduğu o yıllarda Körfez dershanelerinde ders verdiği söyleniyor. (19.11.2021 tarihli görüşme)

MY, o dönemler Samanyolu TV’de çıkan Beşinci Boyut dizisinin izleyicisi olduğunu, oradaki hikâyelerden etkilendiğini aktarmaktadır (Hayalhanem, 2016a). Bireyin birincil sosyalleşme ile edindiği önemli kültürel edim, sonraki dönemde değişmeden kalabilir veya bu örnekte görüldüğü gibi farklılaşmaya da uğrayabilir. Bireyin dinî dönüşüm tecrübesi, MY özelinde aile gibi gruplara da yansımıştır. Zira Kadir’in (30, memur) aktardığına göre ilk zamanlar bu dönüşüme tepkili olan baba, sonraları Sünni dernek sohbetlerine katılmıştır: “Mehmet Yıldız’ın babası da Hayal’e sohbete geliyordu. Herkes tanır babasını. Onun bu şekilde sohbetler yapmasını onaylıyordu.” Bir zamanlar onu yakından tanıdığını söyleyen Kadir, “Henüz atanmamışken özel ders veriyordu. Hayalhanem kurulduktan bir sene sonra 2014’te

²⁰ Sadece bu çalışmaya başlandığında yayımlanan Arayış (2020) adlı kitabı kurgu niteliği taşımakta ancak diğer kitaplarındaki dini sohbet yöntemi bu kitabında da uygulanmaktadır. Yıldız’ın kitapları takipçileri arasında gördüğü rağbetle üç yayınevi değiştirmiştir ve yazar, son iki senede on dört kitap yayımlamıştır.

hafta sonu KPSS kurslarına katılmaya başladı. 2015 Şubat'ta atandı. Öğretmenliğinin altı aylık staj dönemini Mersin'de geçirdi. 2015 Eylül'ünde Urfa/Bozova'da göreve başladı.” şeklinde bilgiler vermiştir.

MY ile araştırma kapsamında üç kez aynı ortamda bulunulsa da çevresinde oluşan ve sürekli devinip duran kalabalık nedeniyle kendisiyle sadece bir kez, dernek başkanı F. Ünal'ın aracılığı ile konuşma fırsatı bulunabilmiştir. Görüşmede videolarındaki gibi din eksenli ve ispat üslubu ile konuşmaktaydı ve video yayınındaymışçasına ezberlediği pasajları tekrar ediyordu. Başta Osmanlı Türkçesi tabirler olmak üzere kelime bilgisini kullanmak için özel çaba sarf ettiği belliydi. O zamanlar yeni çıkan kitabına (Arayış) dair soruları samimiyetle cevaplamıştır. Kitapta geçen LeBron James'den imzalı forma ayrıntısı, tüketim bağlamında sorulduğunda “Gençler bu tarz şeyleri seviyor.” demiştir. Diğer sorulara ise Risale-i Nur retoriğiyle cevaplar vermiştir. Mersin'den uzak olmak babında, misalen Trabzonlu gençlerin dernek hizmetlerinden nasıl yüz yüze faydalanacağı sorulmuş ve “Trabzonlu gencin motivasyonunun devamlılığı için şu anda bir şey yapamayız. İmkânlarımız artarsa oralarda da dernek açarız. Dindarlık bir arada iken ve yüz yüze konuşurken daha iyi hissedildiği doğru. Uzaktaki gencin nasibinde varsa arayışında ısrar ederse iman hakikatlerine elbette ulaşabilir.” şeklinde cevap vermiştir. Mehmet Yıldız, Arapça çalışması gerektiğini belirterek masadan kalkmıştır. Dinî ilimlerde ilerlemek gayesiyle bu dile çalışıyor olmalıdır.

Bu kısa ama verimli görüşme sonrasında katılımcılardan da onaylatılan, araştırma için oldukça önemli, yukarıda altı çizili dört sözcüğün (tarz, imkân, nasip ve Arapça) bağlamlarına yaslanarak dört tespit yapılmıştır. Aslında bu çalışmadaki tezin “etki, ekonomi, doktrin ve yapıya” ilişkin dört çekirdeğini de o an yakalanmış olduğu rapor yazımı sırasında fark edilmiştir: 1. **Tarz:** Gençleri etkilemek için Batılı tüketim kalıplarından (LeBron James tişörtü vb.) yararlanılmaktadır. Bu sözcüğün bağlama göre alt metni, *etki* faktörünü göstermektedir. 2. **İmkân:** Dinî hizmetlere ilişkin grubun gelişim süreçlerini devamı gayesiyle maddi *imkânlara* ihtiyaç duyulmaktadır ve dolayısıyla alt metin ekonomiyi göstermektedir. 3. **Nasip:** MY, sahip olduğu tefsir (Risale-i Nur) bilgisi dolayımında kutsala yakın olmaya ilişkin nasibin kendilerinde olduğunu düşünmektedir. Nurcu ekolle dizayn olunan doktrin, bu sözcükle okunabilmektedir. 4. **Arapça:** Kültürel sermayesini artırmak için öğrenme ve çalışma motivasyonu yüksektir. Konuşmalarında sıklıkla günlük hayatta kullanılmayan Arapça

kelimeler kullanmakta, ayet ve hadisleri orijinalinden okumaya çalışmaktadır. Bu sözcük, grup yapısında yer alan adanmışlığa, fedakarlığa ve eğitim motivasyonuna işaret etmektedir.

MY'nin Hayalhanem'deki statüsü lider/yöneticidir. Liderdir, çünkü yönlendiren, yol gösteren kişidir. Yöneticidir, çünkü başka isimler ve perdeler kullanılsa da mali konulardan grup disiplinine kadar pek çok kararı en nihayetinde o, vermektedir. Kendisi de bir videosunda *Tanrısal sorumluluk* kastıyla “bize buranın müdebbiri olmak görevi verildi” diye belirtmiştir. Yönetici; örgütte çalışanlara örgütün amaçlarını gerçekleştirmek üzere rolleri, görevleri, kaynakları dağıtan; iş bölümünü yapan ve çalışan insanları da performansları ölçüsünde ödüllendiren kişi olarak görülebilir (Şişman, 2014, s. 27). Hayalhanem'de “kurucu, yönetici, lider, kahraman” aynı manaları ihtiva eder. Ayrıca MY, yaptığı yenilikler ve kurduğu disiplinle *norm girişimcisi* olduğunu göstermiştir. Yeni normlar kurmak entelektüel ağlar içerisinde yoğun bir sosyal inşacılık çerçevesinde mümkün olabilmektedir (Bodur, 2021, s. 97). Araştırmalar neticesinde liderlik bağlamında MY'nin *otoriterlik, sonuç merkezli olma, yarışmaya ve hırsa dayalı olma, iş birliği ve takım merkezli çalışabilme ayrıca sapmalara karşı grup içi inisiyatif alma* gibi kişisel özellikleri tespit edilmiştir.

Dijital takipçilere yöneltilen “diğer youtuberları değil de neden Mehmet Yıldız'ı tercih ettiklerine dair” soru, sosyoloji literatüründe çokça tartışılmış “karizma” kavramıyla açıklanabilir. MY, dijital takipçilerin gözünde “bir kişiyi sıradan insanlardan ayıran ve onun doğaüstü, insanüstü ya da en azından bazı özel istisnai güçlere ya da niteliklere sahip sayılmasına yol açan karizma (Weber, 2005, s. 175)” edinmiştir. Çekirdek grupta ise kahraman gibi görülmektedir. Bazı liderler, kişisel özellikleriyle dışardakilerin anlayabileceği şekilde takipçilerini büyülerler (V. Bilgin, 2021, s. 119). “Fan” diye tabir olunan takipçilerinin ittifakla hissettiği bu etki, onu diğerlerinden ayırmaktadır. MY'nin yaptığı “fedakarlıklar” ve hayat tarzının efsaneleştirildiği görülmüştür. Bu durum araştırmanın sınırlarını da zorlamaktadır. Zira bir gerçek MY, bir de Baudrillard'ın (2010) “gerçekçi gösterge” olarak nitelediği MY vardır. Takipçilerinin din adamı saydığı gerçekçi gösterge olan MY, grup oluşumunda etkin konumda olduğundan bu çalışmada da simüle edilmiş gerçeklik dikkate alınacaktır. Nitekim grubun bilinçli uyguladığı bir örtülülük politikası nedeniyle saf gerçeklik konusunda yeterli ve makul bilgi alınamamıştır.

Söylemi mutlaklaştırmak eninde sonunda aktörü ve söylemin faillerini mutlaklaştırır. Bilgiyi dolayısıyla gücü söyleme içkin gören Foucault'nun analizidir bu (Sözen, 2017, s. 13). Buradan hareket edilecek olursa MY'nin karizmasının ardında söylemi dillendirmesi yatmaktadır. Ekşi Sözlük platformundan bir kullanıcının şahit olduğunu iddia ettiği olayda, Antalya kitap fuarındayken ihtiyar bir amcanın “emret, ayaklarının altına öpeyim” demesi, bu büyülenmenin dışavurumlarından birisi sayılmalıdır (Ekşi Sözlük, 2022). Bu *büyü* etkisinin birçok örneğinden bir başkası sosyal medyada karşımıza çıkmaktadır (*Instagram.com*, 2022)²¹: “4 sene önce yayınladığınız Bi videoyu izledim demin ve dedimki acaba memet abi Bi insanmi sonra düşündüm ki sahabe efendilerimizde Bi insandı siz insansanız biz neyiz biz insansak sen nesin memet abi”. Yine grubun 29.08.2021 tarihli Instagram paylaşımının altına başka bir kullanıcı, “üstadın ruhu Mehmet Yıldızda yaşıyor gibi hissediyorum.” yazabilmiştir. Büyü etkisine görüşmeciler arasında da sıklıkla rastlanılmıştır. Zihninde HH videolarının kapladığı yeri ifade için Emel (işçi, takipçi), “Onlarla yatıp onlarla uyanıyorum diyebilirim.” demiştir. Bir esnaf olan İsmail (28, lise m.) ise “Kibir falan hiçbir şey görmedim. Kürsüden indikten sonra bulaşık yıkıyor. Buna şahit oldum yani.” demektedir. Müslümanların sesini duyurduğu; dinî bilgi, beceri ve başarılarını bu uğurda kullandığı; dine itiraz edenlere -itiraz ettiği- düşünülen MY'nin dindar camiadan büyük oranda destek görmesi anlaşılabilir bir durumdur.

MY'nin hitabeti ve görüntüsü, karizmasının önemli öğelerinden sayılabilir. “Ben eleştirmeyen bir kişi olsaydım Hayalhanem’de çok rahat kalabilirdim.” diyen Kadir (30, memur), “A.’nın İnsu’daki yazlığına gittik. Hayalhanem’in bir şubesi gibiydi orası. Namaz kılınıyor. Kimse sana namaz kıl demiyor. Ocakta, közde kahve. MY bir konuşuyor. Sen konuş ben dinliyeyim, dedim içimden. Bu nasıl bir konuşma? Hayatımda ilk kez bir dinî sohbetten feyz aldım o gün.” Diğer katılımcı ifadeleri de dikkate alınacak olursa MY'nin etkileyciliğinde hitabet öne çıkmaktadır. MY; Çukurova yöresine has teklifsiz konuşma, sıcakkanlı olma, tanışıkları ile çabuk iletişim kurma, samimiyetini hissettirme gibi dile yansıyan kişilik özellikleri taşımaktadır. Bu akıcı konuşmada sokak jargonu da hissedilir: “Mehmet Yıldız bizim mahalleye gelip bazı kötü ortamlara girmiş mesela. Kendisi söylüyor. Düğünlere katılmış. Halaylara

²¹ Bu yorum/ileti sosyal medyadaki slaktivizmin (gevşek aktivizm) dile tipik bir yansıması olduğunu göstermek için özellikle orijinal haliyle metne aktarılmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının “meramımı her hâlükârda anlıyorlar” rahatlığı ile Türkçeyi özensiz bir şekilde kullandıklarına sıklıkla şahit olunmuştur.

girermiş. Sokak kültürünü biliyor. Sokak jargonuna hâkim olduğu için de gençlere yakın geliyor.” Ali’nin (22, lisans ö.) bu sözlerinden MY’nin bugün kullandığı konuşma tarzında ilk gençlik sosyalleşmesinin izlerini bulmanın mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca onun üniversite yıllarına denk gelen, İzmir’deki bir semt kültürünün din ve ahlak bağlamında sahnelendiği, sonradan sinema filmi de çekilen “Eşrafpaşalılar” adlı tiyatrodaki jargonla MY’nin dili arasında somut benzeşim örneklerine rastlanmıştır. Arzulanan şekilde olup olmadığı tartışılsa da Türkiye’de vaaz kürsülerinde kullanılan din dili MY’nin ağızında böylelikle bir form değişikliğine uğramıştır:

Onları da dinliyorum Sözler Köşkü, Sığınağım Birlik, Uğur Akkafa... Fakat beni en fazla etkileyen anlatım Mehmet Yıldız’ın oluyor. Doğrusu bir insan ancak bu kadar net anlatır. Yapmacık değil direk lafı söylüyor, arada bir güldürüyor... Arada bazı cümlelerini yükseltiyor çok etkileyici. Ayağına taş gözüne yaş değmesin, onun deyimiyle. (Esmâ, lisans ö., Sivas)

O hesapları da takip ediyorum videolarını izliyorum ama Mehmet Yıldız’ın sohbeti bana göre daha etkili, daha güzel. Çınaraltı’nın videolarını izlerken içimdeki o sıkıntı geçmiyor mesela ama Mehmet Yıldız öyle değil. (Rabia, 22, hemşire, Ankara)

MY’nin diğer medya vaizlerine oranla daha çok takip edilmesinin sebebi yukarıdaki ifadelerden anlaşılacağı üzere dinî hitabete mizahi tarz da katabilmesidir. Kadir’in (30, memur) “Mehmet Yıldız bence Cem Yılmaz’ın dinî versiyonu.” demesi de buna işaret etmektedir.

MY’nin karizmasını pekiştiren *Risale bilgisi* diyebileceğimiz entelektüel birikim ve hitabet özelliğinin yanında metropol hayatına has bir sosyalite ve giyim-kuşam tarzı bulunmaktadır. Nitekim lüks tüketim göstergelerine sahip olmasını sıklıkla vurgulayan katılımcılar olmuştur. Aslen Fransızca kökenli bir sözcük olan ‘lüks’, Türkçe sözlükte “giyimde, eşyada, harcamada aşırı gitme, gösteriş, şatafat.” olarak açıklanır. Toplumun geniş kitlelerinin ve onu takip edenlerin kolay kolay ulaşamayacağı (ancak ulaşmak için çabaladığı) bir konfora sahip görünmektedir. Bununla beraber grup üyeleri ve takipçiler onun bu tarzını kopyalamaya çalışmaktadır. Kullandığı otomobil ve oturduğu ev gibi tüketime ilişkin özellikler de düşünülecek olursa MY’nin karizmasını anlamak için sahip olduğu maddi imkânlar üzerinde daha fazla durulması icap eder. Kişisel servetine dair bilgiler özel hayatın gizliliği ilkesince paranteze alınarak burada katılımcıların beyanlarında yer alan sosyoekonomik vurgular üzerinde durulacaktır. İzlenimler, MY’nin üst gelir grubuna ait bir hayat tarzına sahip olduğu ve böylelikle failliğini

arttırdığı yönündedir. 2021 yılında müşahade edildiği haliyle kullandığı otomobil, *Audi A6*'dır. Öncesinde *Passat* ve *Polo* marka otomobiller de kullandığı belirtilmiştir. Videolarda açık ve net anlaşıldığı üzere oldukça çeşitli ve geniş bir kıyafet ve aksesuar kullanım skalasına sahiptir. Özellikle sakal ve saç bakımı, kıyafet, güzel koku gibi hassasiyetleri onu *metroseksüel erkek* tipine dahil etmeyi mümkün kılar. Metroseksüellik, “kendine bakım yapma” anlamında erkeğin süsünü çağrıştıran ve kırsala zıt konumlandırılan kentli bir farklılık göstergesi anlamına gelir. Edebiyat klasiklerinde bolca tasviri yapılan, üzerindeki elbiseyi taşımaktan gururlu bir tip zihinlerde canlandırılabilir. Hepsi markalı²² (ancak markası mümkün olduğu kadar gizlenmiş) saat, gözlük gibi aksesuarlar; kazak, tişört ve süveter gibi kıyafetler ilk planda göze çarpan özelliklerdir. MY'nin hayat standartları konusunda ipucu verdiğini düşünülen görüşme pasajları şu şekildedir:

Onu tanıyan arkadaşlar, (2016-17'ler için a.n.) bir buçuk milyonluk dairede, şimdilerde yaklaşık üç katı, lüks bir sitede oturduğu için ‘nasıl oturuyor bu kadar lüks bir sitede’ diye sorguluyorlardı. İnsanlar bunu sorguluyorlar. Ben de diyordum nasıl bir daireymiş o. O zamanlar bir buçuk milyon büyük paraydı. (Melih, 34, memur, 24.05.2022 tarihli görüşme)

Bebek arabası on üç milyar (on üç bin, 2019 yılı için a.n.). Paylaşımındaki fotoğrafta vardı. Çok fazla mesaj ve tepki geldi bu konuda. Paylaşımın altında kaos oluştu. Mesajı silmedi. Mesaj bölümünü kapattı ama silmedi ya mesajı! Sohbetlerde videolarda Lacoste amblemini bi şeyle kapattırıyordu. Buna bizzat şahit oldum. Bak tenkit geleceğini biliyor adam. O yüzden kapattırıyor... Üç tane üst model telefonu var. (Ali, 22, lisans ö, 24.09.2021 tarihli görüşme)

Bu görsellik olayı, MY'nin maddi gücünü ve konforunu maharetle itibara dönüştüren bir lider olduğunu kanıtlar niteliktedir. Peki bu lüks tüketim nasıl mümkün olabilmiştir? Konunun önemine binaen II. Bölümde tekrar açmak üzere yalnızca üye ve takipçi katılımcılardan alınan cevaplar yorumsuz olarak buraya dercedilecektir:

Ticaret yapıyor. Ticaretten çok kazanıyor. (Osman, 21, işçi)

İyi kazanan bir eşi var. Eşinin mesleği dışçılık. (Akif, 28, memur)

Özel ders veriyor. Öğretmenlik yapıyor. (Meryem, 29, ev hanımı)

²² Videolar üzerinde yapılan görüntülü analizlerde kıyafet olarak Beymen, Lacoste ve Hugo Boss markalara rastlanmıştır. Ayrıca konuşmalarını yaptığı kürsüde Stanley marka termos ve Apple marka i-Pad Pro tablet göze çarpmaktadır. Apple Watch 7 tip akıllı saat, çeşitli videolarda kıyafete göre farklılaşan çeşitli kordon renkleri ile dikkat çekmiştir.

Hepsi ailem zengin diyor. Kendi parası arabasının yakıtına bile yetmez. Hayalhanem üzerine aldırıyorlar bence bunları. (Ali, 22, lisans ö.)

Hayal'i destekleyen iş adamları hibe ediyor onlara. (Mahmut, 21, lisans ö.)

MY'nin aktarılanlara göre planlanmış, yoğun çalışma sürecinde öğretmenlik için özel ders verecek vakti olmadığı tahmin edilebilir, dolayısıyla belki bir zaman özel ders vermiş olsa da Meryem'in söylediği geçerliliğini yitirmektedir. Peki, azimli ve çalışkan bir kişilik özelliği göstermesine rağmen zor görünen bir yığın iş listesinin üstesinden nasıl geldiği sorusu üzerinde durulursa cevap ne olmalıdır? Zira modern hayatın en bariz özelliği; dakik olmak, işleri zaman dilimlerine ayırıştırarak planlı ve takvimle yürütmektir. Burada kullanılmadıkça değeri artan bir takvimden bahsedilebilir. MY ünlü bir isimdir, gün içerisinde kendisiyle pek çok görüşme talebi olmaktadır ve her reddedilen görüşme isteği ona olan duygusal ilgiyi artırmaktadır. O, ünlü ve meşgul olduğundan *özel* olmakta ve bundan doğan birtakım ayrıcalıklara sahip olabilmektedir. Grubun eski üyelerinden birinin şu ifadeleri bu özel olma durumunu açıklayıcıdır:

Herkes gibi olmak istemiyor. Hep farklı olmak istiyor. O şekilde gençleri etkiliyor. Kendi söylediği bir cümleyi söyleyeyim: 'Her yerin bir pop starı olmak zorunda' diyor. Pop star olduğu zaman herkes göremez herkes ulaşamaz. Hep ilgi görür ve onun söylediği paylaşılır. Bir arkadaş gelmişti. 'Mehmet Yıldız'ı görmek istiyorum' demişti. O sürpriz. Onu her istediğinde göremezsin. Mehmet Yıldız senin için gelmez. Denk geldi görüştün olur. (Ali, 22, lisans ö.)

Öyle anlaşıyor ki MY'nin insan ilişkilerinde kullandığı ince taktiklerden biri de bu özel olma durumu ve bunu hissettirmesidir. Nitekim MY ile yapılan kısa görüşme de bir tesadüf eseri (?) olmuştur. Yine Ali'nin "Mehmet Yıldız bir berbere gidiyordu. Birkaç tane vakıf daha o berbere gittiği için bıraktı. Gitmez. Ayrıcalıklı olacak." sözü de onun özel alanını itinayla muhafaza etme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Dijital takipçilerinin gözünde de MY ulaşılması güç bir insandır. Nitekim Melih (35, memur): "Eşimin kız arkadaşları benim onu tanıyor olmama şaşırıyorlar. Çok ulaşılmaz birisi gibi düşünüyorlar onu. Büyük hayranlık besliyorlar." diyerek takipçilerinin bu ayrıcalığı ona gönüllü olarak tanıdıklarını anlatmaktadır.

Eski görevli Orhan'ın (21, lisans ö.) anlattığına göre MY öğleye doğru merkeze gelir ve kendi hususi okumalarını ders hazırlıklarını yapar, grubun işleyişi konusunda istişareler yapar, akşam olunca stüdyo çekimleri ya da grup dersleri olur, bazen grup

dersleri gece yarısından sonraya sarkar. Sabaha doğru evine giden MY, uyanınca spor salonuna gidip sabah egzersizlerini yaptıktan sonra öğleye doğru tekrar merkeze gelir. Ortalama bir günü bu şekilde geçer. Bu anlatımda altı çizilmesi gereken ayrıntı, onun geceleri geç vakte kadar dernek binasında olmasıdır. Hatta S. Gürbey'in (40, Medeniyet Vakfı) kullandığı "Benim bildiğim kadarıyla hiçbir zaman gece yatmıyor." sözünde olduğu gibi bu özelliği mitleştirilmiş görünmektedir. Bu sözler MY'nin nasıl bir algı oluşturduğunu ya da oluşturmak istediğini özetlemektedir. Bir başka eski görevli Mahmut (21, lisans ö.) ise onun günlük temposunu anlatırken bu "gece uyumama" ayrıntısını yinelemiştir: "MY'nin bir gününü anlatayım. Hayal'e (öğlen) bir iki gibi gelir. Geceye kadar Hayal'dedir. İçeride ne yapar bilemem. Ders çalışıyor falan fistan. Sabah namazına yakın evine gider. Spor salonuna da gider. Aşağıda çay içer. Gençlerin arasına çok nadir katılır."

Grubun eski üyelerinin belirttiğine göre cuma akşamları bir nevi grup içi istişareler yapılmakta, hususi bir meclis toplanmaktadır ve MY buna başkanlık eder. Cumartesi günü MY'ye Mersin'de ya da İstanbul'da daha çok gençlerin rağbet ettiği halka açık dinî dersler (sohbet) verir. Hangi yerde "ders" vereceği sürprizdir. Dernek başkanı F. Ünal'ın belirttiğine göre pazar günleri aile günüdür. Dernek işlerine bakmak yerine aile tercih edilir.

Alevi kökenli bir aileden gelen, ilahiyat ya da medrese benzeri dinî bir kurumdan tahsil almamış, kendisinin ve katılımcıların beyanlarına göre *sokak kültürü* ile büyümüş bir youtuber, Sünni doktrinin merkezinde bir cemaat oluşumunun lideri nasıl olabilmıştır? Bunu sadece *kişisel değişim* olgusu ile açıklamak ne kadar mümkündür? Bu soru ve tereddütler daha çok halihazırki cemaat kültürüne hâkim olan gelenekçi Nurculardan gelmektedir. Araştırma sahasında MY'nin dinî otoritesinin sahihliği konusunda bir olumlu-kabullenici biri de olumsuz-şüpheli iki yaklaşıma rastlanmıştır:

Mehmet Yıldız daha önce bir cemaatte kalmamış. Bir abinin yanında yetişmemiş. İslami bir eğitimin rahleitedrisinden geçmemiş. Bu işler için gereken alt yapı mevcut değil. Matematik mezunu, bir zamanlar plajdan çıkmayan, ehli dünya bir ailenin oğlu. Pat diye sanki cemaat lideri oldu. (Veli, 47, 18.11.2021 tarihli görüşme Yenişehir/Mersin)

Onun matematik öğretmeni olduğundan hareketle, dinî konularda öncülük yapamayacağını belirten görüşler 'muhalif bakışta' çok yaygındır. Bir grup üniversite

öğrencisi ile yapılan görüşmeler, MY'nin ilahiyat öğrencileri ile özel ilgilendiğine dair bir izlenim bırakmıştır. Orhan'ın ifadesi de buna yöneliktir: “Mehmet Yıldız ilahiyat okumayı düşünüyordu. Üniversitede nasıl dersler var. Nasıl başvurulur diye soruyordu ilahiyat öğrencilerine. Onlardan ayrı bir takım kurmak gibi planı vardı sanırım.” MY'nin dinî tahsili olmadığı eleştirilerinin farkında olarak bu konuda dinî meşruiyetini geliştirme çabası içinde olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim Arapça dersleri de aldığını görüşme sırasında bizzat kendisi söylemiştir.

Adana'da bir vakıf yetkilisi olan ve HH'nin mekan konseptini örnek alıp uygulamaya çalışan S. Gürbey, dinî eğitim eksikliğine değinmekle beraber olumlu bir bakışa sahiptir:

Mehmet Yıldız, medrese eğitimi almış bir kardeşimiz değil. İlmi güzel anlatıyor lakin ilmi anlamda temeli dolu olan bir kardeşimiz değil. Sadece kitabî olarak nakil yapıyor, nakli de güzel yapıyor. O yüzden bu kardeşlerimizin hata yapması gayet normal. Ama önemli olan hatalarında ısrar etmemeleri. Sahabe hakkında yanlış bir şey söyledi. Ancak sahabelerle ilgili Şia gibi sistematik bir yanlış içinde değiller. (16.11.2021 tarihli görüşme, Seyhan/Adana)

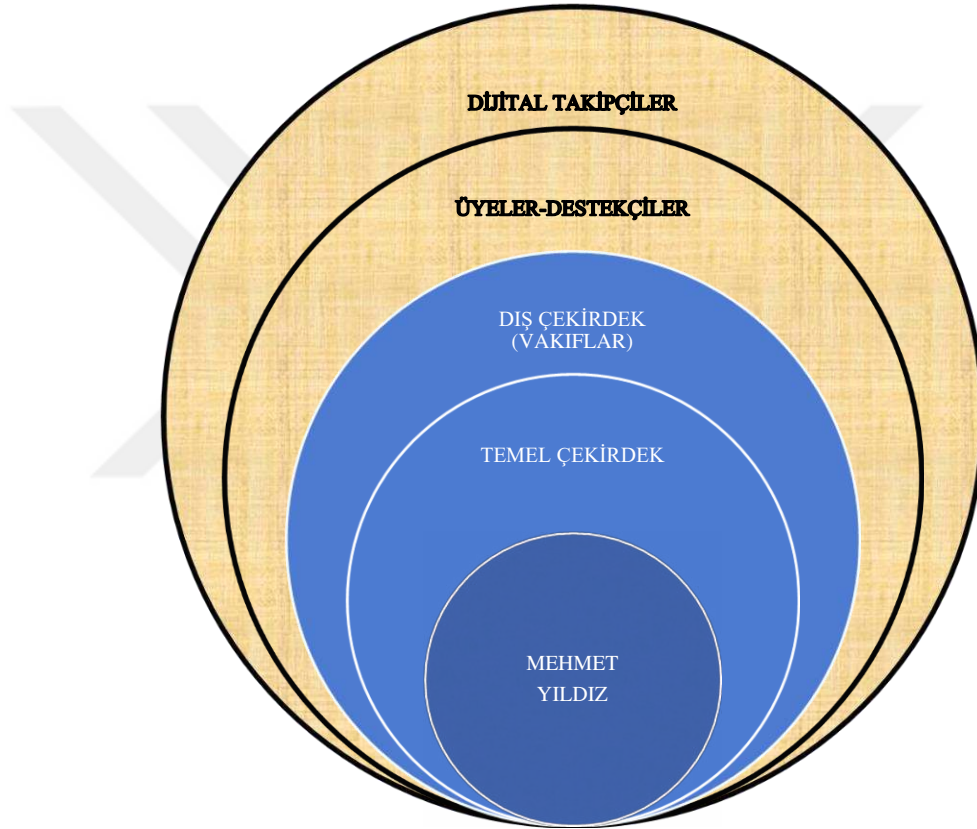
S. Gürbey'in temsil ettiği vakfın MY ve Hayalhanem ile yakın teması gözlemlenmiştir. Gürbey, bunu dostluk çerçevesinde ele almış ve yapısal bir bağın olmadığını dile getirmiştir. Nur cemaatleri hakkında genel izlenimini paylaştıktan sonra MY'nin onlardan farklı olduğu kanaatini şu şekilde vurgulamıştır:

Nur cemaatlerinin dışı kapalı bir yapısı vardır. İslami cemaatlerden kendilerini soyutlarlar. Mehmet Yıldız'da bunu görmedim. Farklı bir yapıda olmamıza rağmen ön yargısız bir yaklaşımı oldu. Ümmet bilinciyle hareket ediyor. Doğal ve şakacı. Sonrasında iadeiziyarete bulunması açıkçası bizi şaşırttı. Mehmet Yıldız ve Hayalhanem üzerine bazılarının önyargısının doğru olmadığına inanıyorum. Dijitalleşme süreciyle beraber insanın doğallığından da çıkmadığını Nur cemaati içerisinden göstermiş oldu. Mehmet Yıldız'ı bu taassubu kıran kişi olarak görüyorum. Hoca taassubu, kitap taassubu, cemaat taassubu...

Yapılan gözlemler MY'nin kendisini eleştirenlere yönelik ilişkiyi kestiğini, set kurduğunu; kendini övenlerle ve İslami kamuoyunda prestij kazandıracağına yönelik izlenim edindiği isimlerle yakın diyalog kurduğunu göstermektedir. Muhtemeldir ki bağımsızlık imajını tehlikeye düşüreceği zannıyla, azami derecede perde ardında yürüttüğü İzmir'deki eski arkadaşlarıyla ilişkisini Bursa'dan Serkan Aktaş'ın ekibinden

Edip'in (25, lise m.) ifadeleri ele vermektedir: “Sosyal medyada hiç birlik yok gibi gözüküyor değil mi, ama Serkan abi ile Mehmet abi çok sık görüşürler.”

Hayalhanem üyelerinin kategorileştirildiği yeni başlığa geçmeden önce yukarıda şekil-3'te yer alan tipleştiririnin merkezden çevreye doğru grafiksel sunumu aşağıdaki gibidir. Grubun merkez noktasına karizmatik lider, MY yerleştirilmiştir. Etrafında grubun iç iletişimiyle, dolayısıyla ona yakınlıkla ayırt edilebilen halkalar bulunmaktadır. Son çeper, kalabalık bir dijital takipçi kitlesinden oluşmakta ve oluşumun hedeflediği ve etki açısından en iddialı olduğu kesime işaret etmektedir.



Şekil 4. Hayalhanem Grubunda Hiyerarşik Yapılanma (koyu renkli alan Küçük HH'yi göstermektedir)

1.2.3.2.2. Üye Tabanı

Dernek başkanı F. Ünal, grup içinde gerektiğinde görev değişikliğinin yapıldığı esnek bir örgüt yapısından bahsetmiştir: “Kesin çizgilerle ayrılmış değiliz, serbestiz o konuda. Gerekirse kişilerin görev değişimi yapılır. Bizden sonra bizim yerimize gelecek talebeleri yetiştiriyoruz.” HH'nin ders halkasına katılmış eski üye Halil (24, işçi,

Konya) dernek başkanının bu sözünü doğrular mahiyette; “Tam olarak görevlerinin ne olduğunu kafamda oturtamadım. Bu, öğrencilerle ilgileniyor galiba derken diğer hafta geldiğimde o kişi sesle ilgileniyordu. Sanırım değişken görevleri var. Ama herkes aynı zamanda gelen gençlerle birebir iletişim kurmak zorunda.” demiştir. Ancak grubun her mekan değişikliğinde yapı ve işleyiş konusunda daha sistemli hale geldiği anlaşılmaktadır. Halil, grupta “ders yapma” salahiyetine sahip kişiler ve düzenli katıldığı derslerin içeriğine ilişkin ise şu şekilde bilgi vermiştir:

Ders yapabilen isimler belli ve her birinin kendi ders grubu var. Onlar öğrencileriyle birebir ilgilenmek zorundaydı. Çünkü verilen ödev var. Mesela günlük 10-15 sayfa okuma gibi. O zaman sürekli vaiz değişiyor. Bir hafta Mehmet Yıldız anlatırken diğer hafta Onur Kaplan anlatabiliyor. Burada işin sırrı salt bilginin olmaması. Esprili akışkan bir sohbet vardı. Mesela Nurettin Yıldız geldiğinde düz bir sohbet dinlenirken Mehmet Yıldız şarkı söyler, şarkı söyler, espri yapar, ardından sohbe geçerdi. (28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Northcott’a göre köyden şehre göç gibi faktörlerle şehirlere yerleşen göçmenler, geleneksel dinî inançlarında değişime uğrarlar (Kılıç, 2007, s. 49). Eğitimin sekülerleştirici gücü, ikinci kuşaklardan itibaren birtakım dinî tutum ve davranışlarda değişimlerle yüzleşilmesine neden olur. Bu, özellikle yüksek okul tahsili yapan gençlerde belirgindir (Kirman, 2015a). Zira onlar da ev etkilerinden koparlar. İşte bütün bunlar, HH gibi yeni dinî oluşumların eleman devşirme faaliyetlerinin odağında yer almaktadır. HH’nin beslendiği sosyolojik zemin bu sebeple modern kent hayatında çeşitli zorluklarla tutunmaya çalışan gençlerdir. Mersin’in sosyolojisi de buna elverişli görünmektedir. Oluşum içinde aktif görev alan bireylerin Küçük HH’ye girişleri kendi isteklerinin ardından dernek yönetiminin rızası doğrultusunda mümkün olmaktadır. Ekibe katılacak bireyler özellikle ve öncelikle birer takipçi olarak dijital paylaşımların renkliliğinden etkilenmektedir. Ders halkasına alınınca artık birer müntesip haline gelirler. Yaptıkları fedakarlık ve çalışmalar gözlemlenir ve sınanır. Grup liderleri ile yemek yemesi ve sonunda dershanede yatıya kalmasına izin verilmesi, üye için onaylandığının işaretleridir. Gruba girişteki yüksek motivasyonunu kaybetmeyen ve temsil yeteneğine güvenilen gençler çekirdek ekipteki birimlerden birine -muhtemelen içeri ekibine- alınır ve daimi olarak hizmet etmeye başlar. Sosyal medya yorumlarından anlaşıldığına göre Anadolu’nun pek çok farklı şehrinden bu oluşumun çekirdek ekibine gönüllü katılmak isteyen üyeler vardır. Görüşme yapılan Orhan (21), Ali (22), Hasan

(19) ve Talha (19) dijital medyanın büyümesine kapıldıklarını ve katılmak için kendi girişimlerini aktarmışlardır. Ancak grup liderliğinin bu kadar istek karşısında yine de talep ettikleri kriterler dolayısıyla istedikleri kişileri bulamadıkları ve gruptan ayrılış tecrübelerine de bakarak seçici oldukları anlaşılmaktadır. Nitekim MY, Youtube'dan canlı izlenen bir sohbetinde umrede tavaf ederken “ taraftar gibi izleyecekleri değil içeri girip dertlenecek yâr-ı sadıklar gönder” diye dua ettiğini söylemiştir.

i. A Kadro: (Temel Çekirdek)

Hayalhanem oluşumunun yönetim ekibidir. Derneğin kuruluşunda MY, Fatih Ünal ve onun yakın akrabası İrfan Aykut bulunmaktadır. F. Ünal Denizli Pamukkale Üniversitesi'nden fizyoterapi lisansı almış ve Mersin'de özel bir hastanede çalışırken dernek çalışmalarının yoğunluğu nedeniyle resmî olarak yürüttüğü mesleğine ara vermiştir. İrfan Aykut ise Hatay Mustafa Kemal Üniversitesinden işletme lisansı aldıktan sonra İstanbul'a yerleşmeyi planlarken F. Ünal'ın teklifiyle dernek işlerini takip etmeye başlamıştır. Soranlara ticaret işi yaptığını söylemektedir. Öyle ki saha çalışmalarında HH'nin e-ticaret sitesini yönettiğini düşündürecek verilere rastlanmıştır. Aynı zamanda HH merkezinde amiyane tabirle ‘racon kesme rolü’ ona verilmiştir. Saygı duyulan bir isim olmanın ötesinde, hal tavır ve konuşmaları ile ‘çekinilen abi’ konumundadır. Sosyal medya ekibinin başındaki Fatih Koyuncu'nun Mersin sanayi bölgesinde işletme sahibi varlıklı bir iş adamı olduğu, kendisini tanıyan Mahmut (21), Orhan (21) ve Halil (24) tarafından aktarılmıştır. Koyuncu'nun LinkedIn profili bunu doğrulamaktadır. Onun görevi sosyal medya yayınına dair tüm iş ve işleyişlerin yürütülmesini sağlamaktır. Çevresinde *titiz, fedakâr ve babacan* bir izlenim bıraktığı belirtilmiştir. Sosyal medyada çok görülmeyen Halis Bozdağ içeri ekibinin başkanıdır. Vergi denetmeni iken bu görevi bırakarak kendini grubun işlerine vakfetmiştir. Kutu ekibi başkanına dair sağlıklı veri toplanamamıştır. Ancak onun da grubun istişare mekanizmasının tepesinde yer alan A kadro (staff) isimlerden biri olduğu (muhtemelen yine İ. Aykut) tahmin edilmektedir.

Sinan Çetin grubun diğer bir medya yüzüdür. HH'nin vizyonu düşünüldüğünde ona grubun “parlak çocuğu” denilebilir. Katılımcılar onun *arkeoloji* bölümü okuduğunu söylemiştir. Videolarda röportajları genelde o yapmaktadır. Alametifarıkası *kıvrıcık, uzun, bonus tipi* saçlarıdır. Oluşumun imajını kullandığı isimlerden biridir. Her ne kadar modern bir imaj çizse de Orta Anadolu'ya has K seslerinin baskılanması ile konuşmaları, ağız özelliği göstermektedir. Aşağıda canlandırma içeren ironik bir videodan alıntılanan Çetin'e ait misyon ifadesi vardır:

İslam davası önemli bir davadır. Her ne kadar insanlar böyle düşünmese de İslam davası, dünyadaki en büyük dava. Dünyayı, yaşamayı, hayatı açıklayan en önemli ideoloji. Hayatı başka türlü anlamlı kılan başka türlü açıklayan bir ideoloji yok, anladınız mı? Başka felsefî bir akım yok. Sadece İslam... Öyle anlatıldı ki Resullulah tarafından, sahabeler işlerini, eşlerini bıraktılar, dünyanın öbür ucuna insanların bilmediği yerlere giden bir sürü sahabe var. Bu dava bu kadar önemli olmasaydı insanlar alışkanlıklarından vazgeçemezlerdi. Dolayısıyla biz sadece bunun şuurunda değiliz, bilincinde değiliz... İşte bunu anlatmak için video çekmeye devam edeceğiz. (Hayalhanem, 2018a)

Yukarıda dikkat çekici bir doktrinasyon tekniği kullanılmaktadır. Öncelikle İslam dini, tüm ideoloji ve felsefî akımların üstün rakibi konumunda lanse edilmiştir. “Dava” sözcüğü beş kez tekrar edilmiştir. Muhtemelen A kadro tarafından da paylaşılan bu fikirler tipik bir indirgemeciliktir. Ayrıca dramatizasyon tekniğinin kullanıldığı videoda gençlerin dikkati ironik bir yöntemle çekilmeye çalışılmaktadır. Bu sözlerin geçtiği videoda Çetin, *Hayalhanem’den kovulduğunu, kendisini Yunus Oran’ın kovduğunu* söylemiştir. Ancak videoda 17:16 saniyeden sonraki ses kesintisi dikkat çekmiştir. Bu, HH sosyal medya ekibinin profesyonelce işleri için sıra dışıdır ve Yunus Oran ile ilgili olup olmadığı sorusunu akla getirmiştir. Zira anlaşıldığı kadarıyla Oran, sonraları Hayalhanem’i terk eden grupta, -ironi değil gerçek anlamda- yer almıştır. Oran; oluşum içerisinde A kadroda olan, en az MY kadar sevilen, takip edilen önemli bir isimken 2019 yılında aldığı “sürpriz” bir kararla Hayalhanem’i bırakmıştır. “Ayrıldıktan sonra HH’nin hiçbir youtube sohbetinde Yunus Oran’a rastlamadım.” diyen Halil (24, işçi), “Yunus sanki hiç var olmamış gibi ona ait tüm videoları silmişler.” ayrıntısını vermektedir. Oran, 14.06.2022 tarihli Instagram paylaşımında isim vermeden ancak konuya vakıf olanların HH ve MY’yi kastettiği anlaşılabilecek şekilde şunları yazmıştır: “Günümüzün en büyük yanılgısı: ‘İslamiyet’in yaşanmak için değil de anlatılmak için indirilmiş bir din sanılması.’ Ayrıca bir dinî oluşum içinde: Şahsi kusurlara bakmamayı başarabiliyorsanız sadık, ama hizmet düsturlarına aldırmadan kalıyorsanız ahmakı sadıksınız!” Açıkça HH vb. oluşumlarda kalınmasının “ahmaklık” derecesinde hata olduğu savunulmuştur. Aynı paylaşımında belki de en ciddi kritik, popüler vaiz/youtuber M. Emin Yıldırım’ın farklı bir bağlamda sarf ettiği sözlerle referansla HH için “dinî tebliğin bir kazanç kaynağı haline getirilmiş olmasını”, “alkışların, şan ve şöhretin maksadın önüne geçirilmesini” eleştirmektedir.

HH'de A kadro ekip içinde yer alırken ayrılan bir diğer isim, Adana'da kendine "Mesken" ismiyle yeni bir oluşum kuran Onur Kaplan'dır. Ali'nin (22, lisans ö.) anlatımına göre bu ayrılışın da ardında diğer A kadro kişilerle yaşanan otorite uyuşmazlıkları vardır. Ancak Kaplan'ın HH'ye yönelik olumsuz bir beyanatına rastlanmamıştır. Grubun ayrılan çekirdek üyeleriyle ilgili *kovuldu, bıraktı, terk etti* gibi spekülasyonlara yönelik ön alıcı bir taktiği, bu söylentileri video başlıklarına taşıyarak ilgiyi kendisinde toplaması, ardından içerikte verilen ince mesajlarla bu eleştirileri hafifletmesi, mümkünse elimine etmesidir.

ii. "Vakıf" Üyeler (Dış Çekirdek)

Küçük HH'de lider ve A kadro üyelerin ardından son halkayı teşkil ederler. Hayalhanem dernek merkezinde kalan, grubun ana omurgası denilebilecek gençlerden oluşmaktadır. Temel faaliyetleri bu üyeler yürütmektedirler. Her biri ayrı görev ve rollerde bulunmakla beraber çeşitli hizmetler üreten gençlerdir. En bariz görülen vasıfları genç ve bekâr olmalarıdır. Bu bireylere, cemaat terminolojisinde "vakıf" denilmektedir. Teorik planda evli bir vakfa rastlanmaz. Ancak yukarıda bahsedilen bazı A kadro üyeler de evli olmakla beraber kendilerini dernek işlerine *vakfetmiş* gibidir. Dikkat çekici husus, HH kurulduğundan beri bu merkezde sürekli, sabit kalan "vakıf üye" oldukça azdır ya da yoktur. Merkezde çeşitli işler üstlenen vakıfların birtakım sebeplerden değiştiği anlaşılmıştır. Bu, grup için kronik bir soruna işaret etmektedir. Niceliksel olarak yüzlerce hatta bazı katılımcıların abartılı bulunabilecek ifadelerine göre binlerce gencin burada kalıp belli bir hizmetten sonra ayrıldığı söylenmiştir.

"Vakıf", Risale-i Nur cemaatlerinde üzerinde önemle durulan ve özel yetiştirilen görevlilere verilen addır. "Kendini vakfetmiş" anlamındadır. "Kuran hizmetinde" bulunmak üzere dershanelerde hizmet üreten insanlardır. Normal toplumsal hayattan kendini tecrit etmekle beraber evliliklerini de tehir etmiş kişilerdir. Müşterek hedefler için bir araya geldiklerinde dindarların bireyselliklerinden fedakârlıkta bulunmaları sık rastlanır bir durumdur. Örgüt iklimini oluşturmada ağırlıklı olarak bu kişilere iş düşmektedir ve çoğu kez bu fedakârlıklar grup uyumu için elzemdır (Büyükkara, 2007, s. 118). Vakıflar, aile geçimi ve çocuk yetiştirme için ayrılacak zaman ve enerjiyi cemaat hizmetleri için kullanan insanlardır. Ancak kentleşme, sekülerleşme vb. toplumsal değişmelerle gençlerin evlilik yaşı zaten yükseldiğinden HH'de kalan 20-30 yaş arası gençlerin evliliklerini tam anlamıyla tehir ettikleri de iddia edilemez. Ayrıca

geleneksel Nurcuların dershanelerinde bir ya da birkaç vakıf bulunurken HH’de kalan gençlerin hepsi vakıflık payesi almış görünmektedir.

Geçmişteki bazı tarikatların misyon ve işlevinin yeni dinî oluşumlar tarafından üstlenilip üstlenilmediği veya tekke ve zaviyelerin yerini bugün benzer dinî fonksiyonları ile HH vb. *gençlik merkezlerinin* alıp almadığı akla gelmektedir. Bu minvalde geliştirilen bir grup nostaljisi İslam’ın ilk yıllarına kadar uzanmıştır. Dindar gençlerin toplanma mekânı olarak gösterilen HH için *Asr-ı Saadet’teki İbn Erkam Evi*’ne (Darü’l-Erkam) videolarda sıklıkla vurgu yapılmaktadır (Hayalhanem, 2020a). Böylesine dinî bir misyon yüklenen Küçük HH, dernekte kalan vakıflar ve kendi evi olmakla beraber derneğin faaliyetlerine katılan aktif üyelerle beraber 50 kişilik bir çekirdek kadrodur (Yıldız, Aşk 5 Vakittir, 2020, s. 149). Merkezde kalan gençler *network* oluşturmakta çevrelerindeki insanlardan güç devşirmekte, bunu kar topu şeklinde büyüyen bir sosyal sermayeye dönüştürebilmektedirler.

Nurculuk ekolünde günlük Risale okumaları yapan vakıf üye, dershaneye gelenlerle ilgilenir ve namazların birlikte kılınmasını sağlar. “Müdebbir” denilen ve genellikle daha genç üyeler ise vakıf üyelerin yardımcılarıdır. Oysa HH’de kullanılan terminolojiye göre “müdebbir” lider, “vakıflar” da ona yardım eden konumundadır. Bu anlamda bilerek ya da bilmeyerek geleneksel terminolojinin ters yüz olması söz konusudur. Ayrıca HH’de “vakıflar”ın sıklıkla kolektif şuuru yitirdikleri müşahade edilmektedir. Geleneksel Nurcularda ise “vakıflar” gemiyi en son terk eden kaptan mesabesinde kişilerdir. HH’de ayrılma durumunu yaşayanların bazılarında dinî düşüncede de dejenerasyon yaşadıkları görülmüştür. Bazıları ise *asıl şimdi kurtuluşa erdik* türünden düşünceler geliştirerek daha da dindarlaşabilmiştir.

Araştırmada organizasyona dair önemli verilerden biri de bu “vakıflar”ın yaptıkları işler ve yer aldıkları ekiplerdir. Ahmet’in (26, HH görevlisi) aktardığına göre HH’de kalan kişiler 30-35 kişilik bir ekipten ibarettir ve herkesin yaptığı iş bellidir. Ahmet, bunların küçük çalışma gruplarına ayrıldığını söylemiştir. Yukarıda belirtildiği gibi “vakıflar” belli bir iş kolu altında toplanmakta ve sonra yine alt kollara ayrılmaktadırlar. Mesela bir vakfa, “içeri” ekibinin “mutfak” bölümünün “çayhanem” grubunda görev verilmiş olabilir. Ahmet, iş bölümünü “Stüdyoya bakanlar ayrı, sosyal medya ekibi ayrıdır. Bir mesire alanına gidildiğinde masaları kuracak ve toplayacaklar bellidir.” şeklinde aktarmıştır. Grupta basit bir mantıkla iş bölümünün ve uzmanlaşmanın olduğu sonucu çıkarılabilir. Temizlik ve öğrenci yetiştirmek gibi herkes

için ortak olan işler de bulunmaktadır. Halil (24, işçi), HH’de işlerin nasıl yürüdüğünü şu şekilde belirtmiştir:

Oradaki kişilerin bizce meçhul olmakla birlikte hepsinin bir görevinin olduğu belliydi. Kapıdan karşılayanından tutun da hediyelik eşya satanına kadar hepsinin bir görevinin olduğu belli. Yine de mesela Sinan Çetin öğrencilerden sorumlu diyemeyiz. Herkes gelen öğrencilerle muhabbet ediyor. Demirbaş diyeceğimiz bir ekip var. Akşam olunca yatağını serip sabah olunca yatağını toplayan sonra Risale okumaya başlayan kişiler var. (28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Çekirdek kadro ekibinin işleyişini daha iyi aydınlatmak maksadıyla bu ekipte bir süre kalıp ayrılmış ikisi olumlu diğer üçü olumsuz yaklaşım içinde olan beş eski vakıfla görüşülmüştür. Olumsuz tutum içinde bulunanlar çok daha detaylı ve deskriptif açıklamalarda bulunurken olumlu tutum benimseyenler korumacı, kapalı ve kısa cevap üslubu benimsemişlerdir. Diğer yandan gruba muhalif pozisyon almış üç eski vakfın beyanlarının güvenilirliği için araştırma sonunda diğer katılımcıları tanımayan bir başka eski üyeye daha anlatılanlar doğrulatilmiştir. Bu katılımcının görüşleri de genel anlamda olumsuz olmuştur. Bir başka eski görevli üye katılımcı adayının ise telefonla yapılan ön görüşmede HH hakkında sonucu manipüle edecek denli düşmanca hisleri anlaşılınca görüşmesi iptal edilmiştir.

Merkeze bir adım daha yakın olmayı ifade eden vakıflık için öncelikle grup üyesi olmak ve bazı sadakat testlerinden geçmek gereklidir. Vakıf olmak, grupta değerli bir seviyedir ve ilk işareti “medresede” gece uyumak, yatıya kalmaktır. Orhan (21, lisans ö.) ve Ali’nin (22, lisans ö.) sözlerine göre günlük hayatın bir parçası kabul edilen yatmak, uyumak ve yemek burada grup içi seviye göstergesine dönüşmüştür. Buna göre yatıya kalabilmişseniz vakıflığa kabul edildiniz demektir. O kişiler özel Whatsapp gruplarına da kabul edilir. Yemeği kimle yediğiniz de bir başka seviye göstergesidir. Orhan, o zamanlar kendisi için manevi bir paye kabul ettiği vakıflığı elde ediş heyecanını şu şekilde belirtmiştir:

Artık Hayalhanem’de uyuyabiliyorum. Öyle bir hakkım vardı. Orada herkes uyuyamaz. Orada uyumanız demek vakıf olduğunuzun alametidir. Eski Hayal’de herkes sofraya oturabiliyorken yeni Hayal’de (dört katlıda a.n.) herkesle beraber yemek yenmez. Mehmet Yıldız, benim soframa oturan özeldir der. Bunu hissettirir. (19.11.2021 tarihli görüşme, Akdeniz/Mersin)

HH’de yönetici ekip tarafından ihdas edilen çalışma ekipleri, yukarıda bahsedildiği gibi armoni, kutu, içeri ve sosyal medya ekibi şeklinde işlemektedir. Kişiler, beceri ve ilgilerine göre yönetici tarafından bu iş kollarından birine yönlendirilir. Eski görevli üye Mahmut (21, lisans ö.) “Senin fiziğinden yararlanırlar, çok yakışıklısıdır. Senin parandan yararlanırlar, çok zenginsindir. Senin emeğinden yararlanırlar, çok itaatkârsındır, sorgulamazsın.” şeklinde olumsuz bir yaklaşımla grupta yer almanın kriterlerine dair kendince ipuçları vermiştir. Bu demektir ki sadakat tek başına “vakıf” olmaya yetmemekte başka özellikler de aranmaktadır. Diğer yandan Halil (24, işçi), ders halkalarına katıldığı süreçte grupta akademik manada kimseye rastlamadığını, vakıflardan üstün bir ders başarısı olan öğrenciyi de görmediğini söylemiştir. Hatta o, kendi sohbet grubunda gözlemlediği 20 kişiden yalnız 6 ya da 7 kadarı için “ya bir üniversite ideali vardı ya da üniversite okuyordu” demiştir. Bu ifadeler de “bilimsel ve felsefi” sloganına karşın grubun akademik hedeflerle pek de ilgili olmadığını göstermektedir.

İçeri ekibinde bulunmuş Cihangir (28, esnaf), “içeri” sözcüğünü kullanarak grupta çalıştığı yeri işaretlemiş ve “Çaydı, kahveydi ilgileniyordum.” demiştir. Kısa süreli katıldığını, eğlenceli ve motive edici bir ortam gördüğünü, motive edici sohbetlere katıldığını söyleyen Cihangir’e ve yanındaki arkadaşına yöneltilen “neden kısa süreli kaldınız” yönündeki soru ise cevapsız kalmıştır. Cihangir ve arkadaşı, gruptan ayrılan ama HH hakkında olumlu görüş belirten kişilerdir. Her iki katılımcıyla da başka bir Nur cemaatinin mekanında görüşülmüştür. Ne var ki olumlu görüş belirten katılımcıların beyanları çalışmanın derinleşmesi için yeterli gelmemiştir. Hayalhanem’den yalnız fiziken değil duygusal olarak da kopuş yaşayan katılımcılara ihtiyaç duyulmuştur. Onlardan birisini aynı sohbet halkası içerisinde bulmak ziyadesiyle şaşırtıcı olmuştur. Bu tezat, açıkça belirtilmemiş olsa da Nur cemaatleri arasındaki rekabete ve gençlerin ailelerince maksatlı yönlendirilmesine yorulabilir. Orhan (21, lisans ö.), ders halkalarını geçerek vakıf olanlardan biridir. İçeri ekibinin de sorumlusu olan Halis Bozdağ tarafından ekibe dahil edilmiştir.

Sonra beni Whatsapp’da daha yüksek bir statü olan İçeri çekirdek vakıf grubuna aldılar. Burası ikinci çekirdek. Odaktaydım artık. Birinci çekirdek grup çok daha özel. En yakınları. Grup başkanları. Çok farklı bir ortam, bir bakıyorsun telefonuna 200 mesaj var. Kendimi çok mutlu ve gururlu hissettim. Altın liginin bir altı gümüş ligindeyim artık. (19.11.2021 tarihli görüşme, Akdeniz/Mersin)

Odak, çekirdek, altın-gümüş ifadeleriyle yemek ve uyumaya ilişkin katılımcının anlattıkları HH’de sınırları net bir tabakalaşmanın olduğu imajını doğurmuştur. Lidere bağlılığın ne oranda olduğu yine Orhan’ın şu sözlerinden ortaya çıkmaktadır:

Bir hadisin sahilliğine dair tartışma çıkmıştı. Grup liderine açık muhalefet etmişim. Başka bir abinin yönlendirmesi ile gruba bir itiraz mesajı attım. Nasıl atarsın diye hemen onu savunmaya çalıştı tüm ekip arkadaşlarım. Mehmet abi, benim bir hatam var hadismi dediği halde onu savunmaya devam ettiler. Hala ben hatalıymışım gibi görüyorlardı.

Bu örnekten anlaşıldığı kadarıyla dış çekirdek üyeler, MY’nin her dediğinin tartışmasız doğru olacağına dair bir kanaat geliştirmişler, grubun çıkarını her şeyin üstünde tutar hale gelmişlerdir. Eski üye Osman’ın (21, işçi) “Hayalhanem’in halısı benim kefenim olsun” diyen vakıfların olduğu iddiası da bu fikri desteklemektedir. Olumsuz yaklaşımı destekleyen bir başka dikkat çekici beyanat, Ali’den (22, lisans ö.) gelmiştir:

Üniversite okumaya gelen bir arkadaşım burada beş sene hala birinci sınıftan ders alıyordu. Hayal’de hizmet etmekten çocuk üniversiteye gitmemiş. Beş sene sonra eve dönmüş, yaş 25. Askerlik gelmiş, iş yok. Çocuğun ailesi de evden kovuyor. Çocuk diyor ki az kalsın dini inkâr edecektim. Başka bir arkadaşsa Risaleye düşman oldum diyor... Ayrılacak kişi özel takip ediliyor. Her akşam beni yemeğe çıkarıyorlardı. Aslında niyetleri ağızından laf almak. T. ile görüştüğümü biliyorlardı. T. 6 seneye yakın kalmış biri. Bir hata yapmış. Oradan vuruyorlar. Çocuk çok şey biliyor aslında. (24.09.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

HH’deki gençlerin örgütlü bir yapı içinde olmakla olmamak arasındaki ayrımı gruptan ayrıldıklarında fark ettikleri anlaşılmaktadır. Bunu ‘boşluğa düşmek’ deyimini ile anlatan eski vakıf üye Mahmut (21, lisans ö.), kendisi de bir ayrılan olarak ayrılma olgusu üzerinde sıklıkla durmuş, yapı dışına itilen gençlerin sosyalleşmede sıkıntı yaşadığını iddia etmiştir.

Hayal’den ayrılan çocukların %90’ını boşluğa düşüyor. Youtube’da videoları olan, sosyal medyada bir sürü takipçisi olan, beş senesini Hayal’e vermiş, diğer dünyadan soyutlanmış. Beş sene sonra buradan koparılıyor. Instagram hesapları ya kapatılıyor ya da e-ticarete çevriliyor. Youtube’daki videoları siliniyor Hayal’deki kimse onunla görüşmüyor. (24.09.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

iii. Destekçi Üyeler

Grubun tertiplemediği eğitim programını dışarıdan takip edenlerle gruba çeşitli şekillerde destekte bulunan üyelerdir. “Vakıf” denen mümkün zamanının tamamını sarf eden görevlilere oranla farklı derecelerde gruba aidiyet pratikleri geliştirmişlerdir. Aynı zamanda “Büyük HH” kapsamında değerlendirilecek ilk katmandır, grubun merkezine yakınlığa ilişkin ise üçüncü halkayı oluştururlar. Ayrıca grubun toplumsal çevreyle irtibatını sağlamakla beraber meslek ve ilgileri dolayısıyla grup imkânlarını da genişletip geliştirirler. Bazıları evli olmalarından dolayı “vakıf” olma *inisiyatifi*ni kaybetmişlerdir. Kalifiye iş bilen meslek sahibi üyeler, başta yapı ve dekorasyon olmak üzere HH’nin işlerine koşulmakta ve onların hizmetlerinden fayda sağlanmaktadır: “Genelde bütün işleri kendi bünyelerindeki arkadaşlar üzerinden yaptırmaya çalışıyorlardı. Mesela hayalin ses teçhizatı ile ilgilenen bir elektrikçi abimiz vardı orada tanıştığımız. Diğer kısmî işleri de kendi üye arkadaşlarından tedarik ediyorlardı.” Kendisi de eski bir üye olan Halil’in (24, işçi) sözlerinden grup yöneticilerinin sosyal sermayelerini kullandıkları ve insan kaynağını birinci elden yönettikleri anlaşılmaktadır. Atıl kaynakların harekete geçirilmesi ve yeni kaynakların yaratılması, grup dinamiği için oldukça önemli görülmektedir. Kazanılan her bir üye, grup için hem güçlü motivasyon hem de ekonomik değerdir. Zira gruba yaklaşan her üyeden “yapılan hizmetin önemi ve büyüklüğünü anlaması nispetinde” fedakarlık beklenmektedir.

Özellikle lise/üniversite okuyan ya da yeni mezun olmuş gençler, grubun özel ilgi alanına girmektedir. Genç erkek takipçiler, taşıdıkları enerji ve maddi-manevi açlık ile gruba en çok katkı sağlayacak kesim durumundadırlar. Zira adım adım yükselen bir eğitim müfredatı ile “vakıf” olmak üzere merkeze yaklaştırılmaktadırlar. Psikososyal ihtiyaçların istismarına dayanan üye kazanma (avlama) ve ikna (beyin yıkama) stratejilerine (Kirman, 2010, s. 196) ilişkin eski üyelerden önemli veriler sağlanmıştır. Lütfi (29, esnaf) ve Halil (24, işçi) düzenli takip ettikleri dört beş saati bulan ciddi derslerle kademe kademe artan bir çekim kuvvetine kapıldıklarını fark etmişler ve kendilerince durumu kritik ederek ve tedbir alarak halkalardan ayrılmışlardır:

Bir yerden sonra radikal gelmeye başladılar. Özellikle o halkalardaki kişilerin üzerinde hassasiyetle durduklarını fark ettim. Sonra o kişilerin orada kalan hizmet eden kişiler haline getirilmeye çalışıldığını gözlemledim. Onların adamı olmamı istedikleri belliydi. (Halil, işçi, 28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Lütfi (29, esnaf) oluşumun içine ilk girdiğinde grup duygusundaki şaşırtıcı etkiyi ve üzerindeki değişimi şöyle ifade etmiştir:

Tanıdık bir abi, senin sandığın gibi bir cemaat değil dedi. Gençler var dedi. Senin yaşadığın kabz halinden (daralmadan a.n.) ferahlayacağın bir ortam dedi. Tam bir buçuk yıl reddettim. Bir pazar günü gitmeye karar verdim. İçeriye bir girdim. Sanki kırk yıllık arkadaşmışız gibi herkes sarılıyor (hissettirilen cemaat duygusu a.n.) Ben ... gibi bir yerde oturuyorum. İşim bitince evimde vakit geçirebilirim. Ama Hayalhanem'e gitmeyi tercih ediyorum. Bir buçuk saat yol var. Bu yolu seve seve gidip geliyorum. Bunu bana yaptıran şevk ne? Orada bulunduğu zaman saatlerin nasıl geçtiğini bilmiyorsun. Kendi dilinden konuşanlar olunca yorulmuyorsun bile. (19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Lütfi'ye bu 'büyüleyici' gelen duyguyu yaşadıkdan sonra neden ayrıldığı sorulduğunda HH'nin katı seçiciliği ve güvenlik hassasiyetini karşımıza çıkarmıştır. Misafirde bile seçici davrandıklarını belirtmiştir:

Dizilerde izlerim. Yunus Emre'ye öğüt olarak 'aman Yunus'um gelene sakın git deme.' demişler. Bu dergâhın düsturu değil Allah'ın düsturudur. Cumartesi sohbetleri olur, umumi sohbetler. Bir ara yalnız kalma ihtiyacım oldu. Dışarı çıktım. Ama gözlemliyorum etrafı. Sırt çantalı uzaktan geldiği belli olan bir çocuk öylece bakıyor. 'Antalya'dan evden kaçtım.' dedi. 'Olan oldu' dedi. 'Olan olsun' dedim. 'İçerde bir abi var seni tanıştırayım' dedim. Böyle durumlar için misafir odaları var. Abi ile tanıştırdım. Ben de zannediyordum ki ilgileneceler. Sohbet oldu bitti ben yine aşağıdayım. O çocuk yine aşağıda. Sordum 'abi içeride kalmak yasakmış' dedi. Güvenlik amacıyla almadıklarını anladım. Ama bu çocuk serseri bir tip de değildi. Benim kopuşum orada başladı.

Diğer yandan Mahmut (21, lisans ö.), grup üyeleri arasında eşitlik olmadığını ve kendilerine itibar kazandıracağı düşünülen üyelere ayrıcalık tanındığını düşünmektedir. Birtakım özelliklere sahip olanlar için seçmeci, hassas tavrın kenara bırakıldığını ve bu anlamda söylem-eylem tutarsızlığının yaşandığını işaret etmiştir:

Risale-i Nur külliyyatını bitirmesen bile vakıf olabilirsin. Çocuk yakışıklıdır. Güzel bir bölüm okuyordur, tıp gibi. Parası vardır. Hemen gelmesini isterler. Biri geldi Adana'dan, saçları bonus. Aynı günde Hayal'de yatıya kaldı. O çocuk hırslı olabilir. Kim olduğunu bilmiyorlardı. Öbür gün yaylaya götürdüler. Durduk yere yaylaya kimseyi götürmezler. Neden bunu yaptılar? Çünkü çocuğun popüleritesi vardı. Yaylada çekilen video İsta'ya konuldu. İsta'da patladı. Sonra o çocuğu tutmaya çok çalıştılar. Videoların kapak fotoğraflarına onu koydular. Fiziksel maddi özelliklerini kullandıklarından çocuk hakikat alamadı. İki sene sonra çıktı, eski hayatına kaldığı yerden devam etti. (19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Ders halkasından ayrılan eski üyeler dinlenildiğinde, oluşumda kendilerini çeken şeyin ne olduğuna ve sonra neden gruptan ayrıldıklarına dair çeşitli açıklamalarla karşılaşmıştır:

Ders grupları diye bir durum vardı. Ben Çarşamba gününün ders gruplarına gidiyordum. Ben ve A. vardı. Yunus Oran'ın ekibindeydik. 15-20 kişilik gruba özel Risale dersleri veriyordu. İlk dersler hep infaktan, ölümden, tövbeden, kabir azabından falan başlıyor. Derslere gelmezsek bizde ne gibi kayıplara ne gibi eksikliklere yol açabildiğinden bahsediliyor. Sana günlük okuman için sayfa veriyorlar, bunu da takip ediyorlardı. Whatsapp gruplarımız vardı. Derslere gelme konusunda motive ediliyorduk. Gelmezsek aranıyorduk. 'Kardeş niye gelmiyorsun?' diyorlardı. Öğrendiğimiz birçok şey var. Kendimizi sorumlu hissettiğimiz birçok şey var. O da bize ağır geliyordu. Bu yüzden kaçmak değil de biraz uzaklaşmak istemiştik. (Halil, 24, işçi, 28.11.2021 tarihli görüşme)

Ayrılmamın sebebi konuşulan öğretilen şeyle yapılan şeyin aynı olmaması. Mersin'in bir ucundan kalkıp büyük bir şevkle haftanın yedi günü giderken birden şevkin kalmaz. İnsanın en huzurlu yönü kendisi gibi düşünen kendisi gibi konuşan insanlarla bir arada bulunuşu. Oradaki muhabbet de benim hoşuma gitmişti. Evde okumanın yanı sıra bir cemaatle okuma şevkini elde ettim orada. (Lütfi, 29, esnaf, 19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Üye kazanma (avlama) stratejilerinin bazılarını eski görevli Ali (22, lisans ö.) şu şekilde dile getirmiştir:

İnsan kazanma yapılanması var. Kaliteli adamlar seçilir. Onlarla özel ilgilenilir. Yemeğe tatlıya çıkarılır. Bunu da takipçisi çok olan vakıflara yaptırılır. Çünkü o zaman daha fazla meyleder. Sonra yavaş yavaş içeriye alıyorlar. O çocuğun yavaş yavaş aile bağı kopuyor. Tamamen hizmet odaklı oluyor. Bir sene ya da birkaç sene hizmet ediyor. Ondan sonra çocuk da sıkılıyor. Gelen insanları nasıl kullanabiliriz. Böyle bir yapı var. (24.09.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Üye kazanma girişimi olarak bir görevli tarafından Instagram'dan yazışma esnasında araştırmacıya da mesleği sorulmuştur. Mesleklerin önemini bilen stratejist bir grup için önemli bir ayrıntı olmalıdır bu. Tatlılıoğlu'na göre herhangi bir dinî yapıya giren kimse daha önceki mesleği, bilgisi ve kültürü ile girdiği yapının bazı özelliklerini kendi anlayışı çerçevesinde yorumlamakta ve uygulamaktadır. Bu da zamanla cemaatin öz yapısında birtakım sosyal değişmelere neden olmaktadır (2008, s. 116). A kadronun sayısal ağırlıklı lisans bölümlerinden mezun olmasını bu açıdan okumak mümkündür.

Katılımcıların ifadesine göre 2020 pandemisiyle beraber ders gruplarına olan ilgi azalmıştır. İlk seneler ders gruplarının daha hareketli olduğu ifade edilmiştir. Pandeminin araya girmesiyle sosyal medyaya daha fazla önem verildiği ve orada yeni denenen tematik içeriklerle görünürlüğün arttığı söylenebilir. Umumi cumartesi sohbetinde tanışılan grup üyesi Erkan (20, lisans ö.) “Sosyal medyadaki reaksiyon içeride yok. Cumartesi günleri oluyor böyle ama hafta içi olmuyor.” demiştir ve kürsüye *Mehmet (Yıldız) abisinin* çıkmasını beklemiş, başka vaizler çıkınca hayal kırıklığını fazlasıyla belli etmiştir. Bu tepki de derneğin popülerlik üzerine ve en popüler isim olan MY üzerine yapılandığını gösteren bir delil niteliğindedir. Yine Youtube aracılığı ile canlı takip edilen sohbetlerde dijital izleyici sayısı kürsüde MY varsa binleri bulurken (3000 gibi) bir başka hatip çıktığında yüzölçü rakamlara (150 gibi) düştüğü görülmüştür.

Söylemin birey üzerinde ne denli güçlü bir etki yaptığını, grup içerisinde birbirini destekleyen üyelerle nasıl keskinleştiğini ve ikna/beyin yıkama²³ faaliyetine dönüştüğünü eski üye bazı katılımcıların aşağıdaki kritiklerinden çıkarmak mümkündür:

Adeta insanları hipnotize edip kendilerine bağlayabiliyorlardı. İnfakla ilgili Ömer’den Ebu Bekir’den anlatıp cebinde on lira varsa onun tamamını da veremiyorsan sen bu dünyaya niçin geldin durumuna düşüyorduk. Hepsini infak edemiyorsan hayattaki gayen ne? Sürekli sorular sorular... İnsanı ‘neden’ sorusuna da itmeye başlıyordu: Yardım edemiyorsam ben neden varım? Hayata gelme gayem yokmuş da orayla anlam bulmuşum hissiyatı veriliyordu. Ben böyle düşünmüyordum ama çevremdeki arkadaşların çoğu buradan yola çıkarak kendilerini oraya bağladılar. (Halil, 24, işçi, 28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Ayrılan bir çocuğa, yeniden gel burada kal hizmet et teklifinde bulunulmuş. Çocuk da para kazanmak, çalışmak zorundayım deyince ‘sen 7/24 vaktini buraya vermelisin’ demişler. Bunun sonucunda hocalara sorar genç. Zekât gibi 40’ta 1 karşılığı verilir. ‘Bu vücut hizmeti için de böyledir ilim hizmeti içinde böyledir.’ cevabı verilir. Bunu aktarınca çocuğa ‘Sen kendi dinini uydurmuşsun.’ denmiş. Konuşmalar yukarı kademelere iletilince çocuk ders halkasından uzaklaştırılmış. Gidenler ayrılanlar temelli kesiliyor. Gidenler için ‘pavyona, bara düşersiniz’ mantığı işletiliyor. (Mahmut, 21, lisans ö. 19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Sıklık giderek artıyor. Önce bir gün sonra iki gün gitmeye başlıyorsun. Dört güne kadar çıkardım ben. Bir de sabah sekizden akşam dokuza kadar orada olmalısın. Bir süre sonra vakum gibi çekiyor seni. Gitmeyince evde oturunca ‘münafık mıyım ben’ diye düşünüyorsun. Hizmet var, gitmiyorum psikolojisi yaşıyorsun. (Lütfi, 29, esnaf, 19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

²³ Burada bahsedilen beyin yıkama, G. Orwell’in “1984” adlı romanında olduğu gibi zorlayıcı tedbirlerle ya da ilaç, hipnotizma ya da başka özel sistemlerle değil psikolojik telkin yoluyla yapılmaktadır. Beyin yıkama günlük dilde genel anlamda pejoratif anlamıyla kabul edilmektedir. Bu çalışmada ise daha ziyade ideolojik fikirler aşılama ve grup kimliğine adaptasyon anlamlarıyla kullanılmıştır. Propaganda ve beyin yıkama tekniklerine dair daha ayrıntılı bilgi için bkz. J.A.C. Brown (2000), *Beyin Yıkama*, çev. Behzat Tanç, Boğaziçi Yay. İstanbul

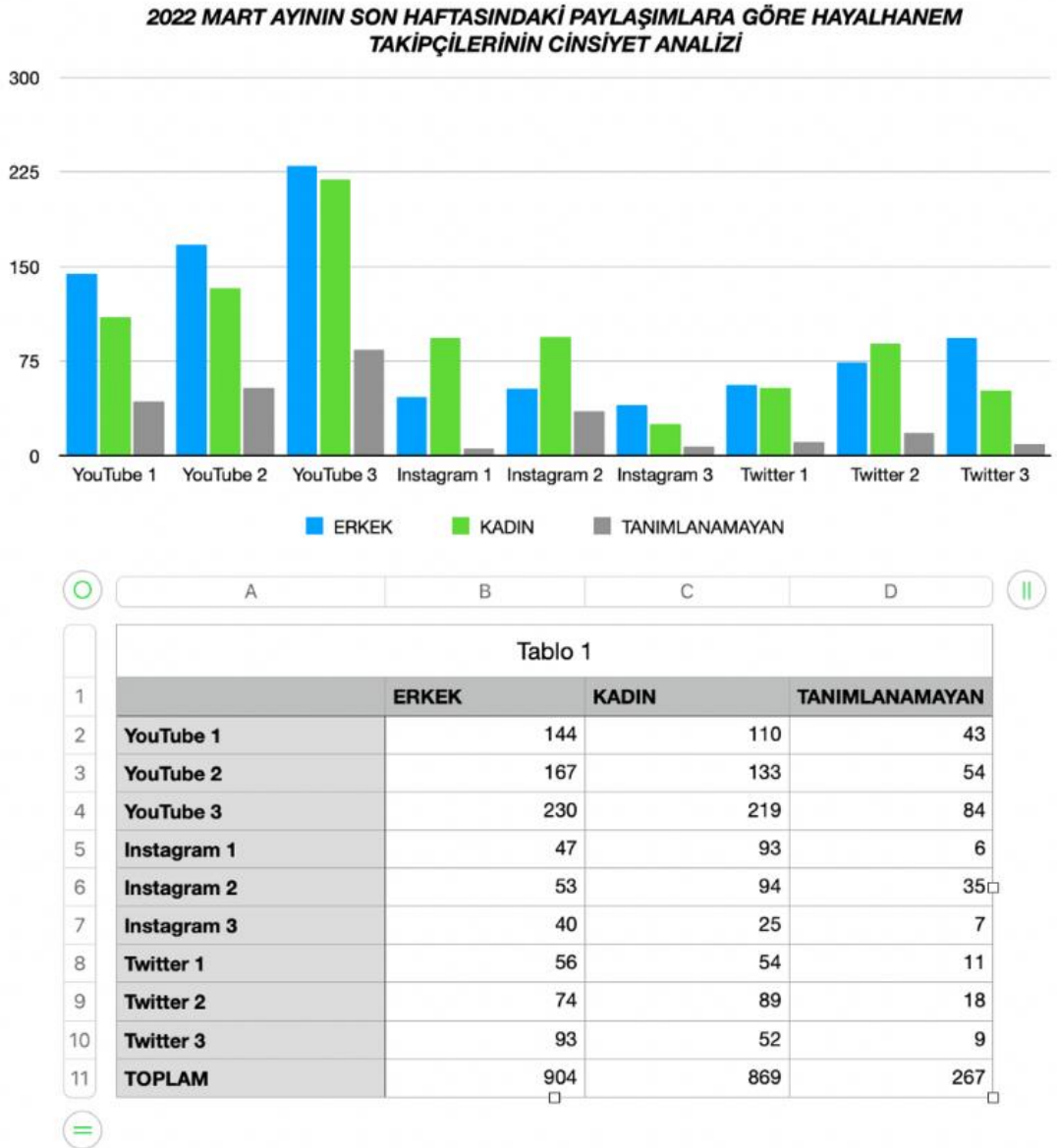
iv. Dijital-Takipçi Üyeler

HH takipçisi, grubun sosyal medya hesaplarını düzenli takip eden/etmiş ve böylelikle grup ağı içerisine dahil olmuş, asgari dijital medyada beğeni düzeyinden azami ekonomik yardıma varana kadar destek sunan, büyük oranda üretilen dijital içeriklerin tüketicisi durumundaki geniş kitledir. Büyük HH'nin en kalabalık olmakla beraber merkeze en uzak katmandır. Grubun geniş toplum bütünü ile aradaki tampon bölgede bulunurlar. Oluşumun ürettiği mesajların hedefi olan, dijital kitle içerisinde gruba sempati besleyen, *kalpleri kazanılmış* dijital bireylerdir. Küçük HH olarak adlandırılabilircek çekirdek grup, *marifet iltifata tabidir* fehvasınca bu en dış halkadan beğeni, takdir ve destek beklemektedir. Dijital cemaat kavramı bu kesimin ağ oluşturmaları sayesinde vücut bulmakta ve oluşum, Büyük HH'ye evrilmektedir. Dijital takipçilere meslekleri; hangi sıklıkla, nasıl ve neden takip ettikleri sorulmuştur:

1. Kimler Takip Ediyor? Hem çevrim içi hem de yüz yüze yapılan görüşmelerde farklı mesleklerden, toplumun farklı sosyoekonomik statülerinden insanların takipçi oldukları görülmüştür. Çoğunluğu genç olmak üzere üniversite öğrencisi, öğretmen, askeri personel, ev hanımı, esnaf (mesela marangoz), işçi, maliyeci, ressam, grafiker, büro görevlisi katılımcılarla görüşmeler sağlanmıştır.

Araştırmanın başında ilk izlenimler, sosyal medya hesaplarını takip edenlerin ekseriyetle kadınlardan oluştuğu yönündeydi. Zira birkaç katılımcı ifadesi ve kitap fuarlarındaki yaklaşık dört beş kat farkla kadınların çokluğu bu kanaati pekiştirmişti. Ancak 2022 Mart ayının son haftasında toplam 9 paylaşımdan Youtube ve Instagram hesaplarındaki yorum sahiplerinin ve Twitter'daki retweet yapan hesapların profillerinin incelenmesine göre dijital takipçiler açısından belirgin bir cinsiyet farkının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır²⁴.

²⁴ Cinsiyet analizi yapılırken profil resimleri, kullanıcı isimleri ve mesaj içeriklerinin üçü de dikkate alınmıştır. Sosyal medyanın anonim kimliklere elverişli olmasından dolayı bu kriterlerden herhangi birinden cinsiyeti doğru/şeffaf şekilde anlaşılamayan kullanıcılara rastlanmıştır. Sosyal medyanın bedensiz doğasından yararlanan ve cinsiyetini belli etmeyen bu hesaplar “tanımlanamayan” kategorisine eklenmiştir. Bu, onların gerçek hayatta cinsiyetsiz ya da trans bireyler olduğu anlamına gelmeyecektir.

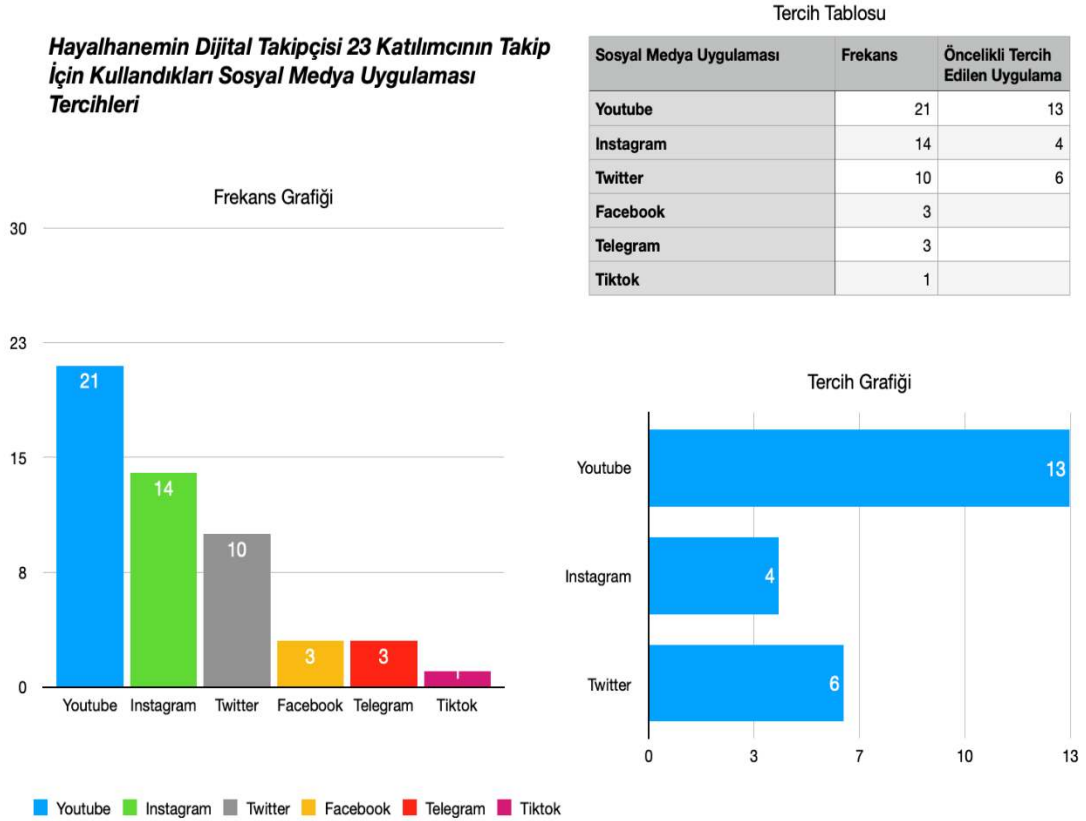


Resim 5. Hayalhanem'in Dijital Takipçilerinin Cinsiyet Analizi (2022 Mart ayı 9 paylaşım)

Instagramda kadın takipçiler daha çok görünse de Youtube kanalında erkek takipçiler çoğunlukta görülmüştür. Atılan tweetleri, retweet yapan kadın ve erkek takipçiler ise hemen hemen aynıdır²⁵. Haliyle iki cinsiyete göre takipçi niceliğinde anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

²⁵ Twitter'da diğer iki platformdan farklı olarak retweet özelliği vardır. Muhtemelen bu nedenle Hayalhanem paylaşımlarına fazla yorum yapılmazken çok sayıda retweet yapılmıştır. Bundan dolayı Twitter blogunda yorumlar değil retweetler sayıya dahil edilmiştir.

2. Nasıl (Hangi Araçla) Takip Ediliyor? HH'nin dernek merkezine gelemeyen geniş kitle yeni bir medya teknolojisi olan sosyal medya platformlarını iletişim ve takip için kullanmaktadır. Çoğunlukla dinî içerikli paylaşımlar buradan izlenmekte ve aynı yerden yorumlar yazılabilmektedir. Yine grup üyeleri ile sosyal medya hesaplarının DM (direkt mesaj) kısmından iletişim kurmaktadır. Takipçilerin HH medyasının takibini hangi sosyal medya türleri aracılığı ile yaptıkları aşağıdaki grafiğe yansımıştır²⁶.



Resim 6. Hayalhanem Dijital Takipçilerinin Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamaları

3. Hangi Sıklıkla Takip Ediliyor? Cevaplara göre grup medyasının takip sıklığı çeşitlilik göstermektedir. “Onlarla yatıp onlarla uyanıyorum diyebilirim” diyene de rastlanmıştır, “önüme gelirse bakıyorum” diyene de. Takipçilerin bu durumda iletişime dayalı dijital cemaat sadakati de çeşitlik arz etmektedir. İnternet medyasının akışkan

²⁶ Çevrim içi gerçekleştirilen görüşmeler iki katılımcı hariç Twitter üzerinden yapıldığından Twitter kullanımı verisinde sapma olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca bu hesapların dışında bir mesajlaşma uygulaması olan Whatsapp da grup iletişimi için sıklıkla kullanılmaktadır. Özellikle ‘dijital cemaat’e aidiyeti yüksek olanların Whatsapp gruplarına dahil edildiği, böylelikle oluşumun faaliyetlerinden önceden haberdar edildikleri tespit edilmiştir. Whatsapp mesajlaşmaları daha mahrem bir yapıda olduğu için bu genel takip tablosuna eklenmemiştir.

doğası nedeniyle takipçilerin yalnızca HH kanalını takip etmedikleri, yanı sıra benzer kanallardan da dinî içerikli videolar izledikleri anlaşılmıştır. Bazı katılımcılar özellikle HH'yi izlediklerini, Mehmet Yıldız'ı diğer youtuberlardan daha çok “beğendiklerini” ifade etmişlerdir. Haftada istikrarlı şekilde birkaç kez, belki her gün videoları izleyen dijital takipçilerler için “fan/hayran” tabiri kullanılabilir. Takipçi kitlesi içerisindeki bu “en” kesim, HH'nin dijital cemaat boyutunu temsil ettiği düşünülen kitlenin örnek bireyleridirler ve “Hayalhanem fanı” olarak adlandırılmıştır. Gerçekten de bu isimle spontane açılmış, grup merkezi ile organik bağı olmayan sosyal medya hesaplarına ve “Muğla Hayalhanem”, “Samsun Hayalhanem”, “Adana Hayalhanem Genç Kızlar” gibi Facebook gruplarına rastlanılmıştır. Çevrim içi 22 katılımcıdan 5'i bu şekilde “Hayalhanem fanı” olarak tespit edilmiştir. Örneğin Emel (işçi, Kocaeli) “Ruhum ve kalbim her an onlarla. Onlar hep aklımda.” diyen tipik bir Hayalhanem fanıdır.

4. Neden takip ediliyor? Salih (23, lisans ö.) Eskişehir'de benzer bir dernekte görevli bulunmakla beraber HH'nin de takipçisi olduğunu belirtmiştir. Bunu “Bana hitap ediyorlar. Gençliğime hitap ediyorlar.” şeklinde açıklamıştır. “Motivasyon katıyordu bana. Beni dinî yaşam noktasında güdüliyordu. Verdiği örneklerle öğrendiklerim oluyordu. Hiç bu açıdan düşünmemiştim dediğim oluyordu.” Melih'in (35, memur) bu sözleri ise onun *manevi enerji* ihtiyacı olduğunu göstermektedir. Dinî sorumluluğunun gerektirdiği ibadetleri yapmak için HH videolarında bir dayanak noktası aradığı ve bunu dinî motivasyon amaçlı kullandığı söylenebilir. Yine İbrahim (30, Diyarbakır); videoların manevi güç ve motivasyona dair ahlaki işlevini öne çıkarmıştır: “İnsanın nefsiyle başa çıkması için bir güç lazım. Ben o gücü Hayalhanem sohbetlerinde buluyorum.”

Günlük hayatta dinî motivasyon ihtiyacını Youtube videoları ile giderdiğini söyleyen Betül'e (32, ressam) göre doğru dini, HH temsil etmektedir: “İnançlarımla örtüştüğü için takip ediyorum. Amaçları insanlara dini doğru anlatmak.” Musa, günlük meşgalelerde oluşan boşlukları bu videolarla değerlendirdiğini belirtmiştir: “Youtube açıp çekirdek çitleyerek video izlemem, yani mesela ben 3D tasarım falan uğraşırım veya normal zamanda normal işlerim de hep PC başında geçer. Bunları yaparken şarkı dinleyeceğime bu tarz videolar dinlerim.” Takipçi, mekanik yapılan hareketlerin yanında zihnini videoda anlatılanlara verebilmekte, şarkı yerine dinî sohbet dinleyerek kendince kârlı bir davranışta bulunmaktadır. “Elbette haklarını yemeyelim birçok açıdan dinî bakış açımı onların sayesinde geliştirdim.” sözü takipçi üzerinde ne denli etkili

olduklarının itirafı durumundadır. Bu demektir ki HH videoları; dinî motivasyon ve görüş kazandırabilmektedir. Esmâ (lisans ö.), mutfak işlerinde videoların kendisine eşlik ettiğini söyleyerek Musa gibi grup medyasını boş zamanları değerlendirme aracına dönüşmüştür:

Sohbetleri dinlemekle yaratılma gayemin ne olduğunu anlıyorum. Onları dinlerken yanlışlarımı görüyorum. Bana çok şey kattılar, katacaklar da. Bizler Allah'ı tam manası ile tanımıyoruz, onları dinleyerek tanımaya başladım. Ayrıca kendimi iyi hissetmeme sebep oluyorlar. Üzüldüğüm şeylerin gereksiz olduğunu, dünya hayatının geçici olduğunu öğretiyorlar. Eskiden bulaşık yıkarken hep müzik dinlerdim, şu an ise sürekli sohbet dinliyorum. (06.11.2021/Twitter)

“Gençlerin çok gerekli bir ihtiyacını; moral ahlak, anlam gibi karşılıyorlar.” Özlem (30, ofis çalışanı), bu sözleriyle gençliğin taleplerine karşılık geldiğini düşündüğü için olumlu yaklaşan bir takipçi profili çizmektedir. “Kendimi daha iyi hissediyorum, videoları iyi geliyor. Psikolojik olarak rahatlıyorum bir iki izleyince. İçim her daraldığında hayat beni bunalttığında kendimi o videolarda buluyorum” diyen Rabia (22, hemşire), yine grup medyasının psikolojik işlevini öne çıkarmıştır. “Evet öyle yeri var ki hayatımda. Bir şey yaşıyorum ardından aynı düşüncelerde aynı hissiyatla videoları karşımda oluyor. Hızır gibi geliyor sanki. An be an. Tabii ki yaşadıklarında çok bağdaşıyor anlatılan her şey.” diyen Emel (işçi), izlediği videolarda yaşadıklarına dair alametler arayan, adeta büyülenmiş bir takipçi izlenimi vermektedir.

“Allah'ın varlığı ve birliği noktasında şüphesi olup denk geldiğimiz arkadaşlarla daha bilinçli konuşmama katkısı oldu açıkçası.” diyen Mustafa (31, memur) ise inanç konusunda şüphe oluşturunca bir tartışmaya girdiğinde, söylemi ayakta tutacak argümanlara ihtiyaç duyduğunda videoların eğitici işlevi ile bunu sağladığını anlatmaktadır. Abdullah (47, imam) da dinî konularda kendini geliştirmek için okuyup çalışması gerekirken bir anlamda kolayca kaçarak HH videolarından zaman tasarrufu sağladığını belirtmiştir:

Bu tür konularda sorular sorulduğunda belki okumakta zorlanıyoruz ya, bize daha hazır bilgi gelmiş oluyor. O hazır bilgiyi de insanlara sunmak daha kolay geliyor. Bizim öyle araştırmacı bir yapımız yok. Zaten iş gücü var. Bu hazırlanmış, önümüze getirilmiş bir yemek. Hem bu yemeğe başkalarına ikram etmek için hem de bu sofradan payımızı almak için takip ettik. (16.11.2021 tarihli görüşme, Kozan/Adana)

“Dini bütün bir aileden yetişsem bile neden örtünmem gerektiğini, neden namaz kılmam gerektiğini, insanlar bana dinimle alakalı bir soru sorduğunda cevap vermem için daha fazla okumam gerektiğini düşündürdükleri için takip ediyorum.” Elif’in (24, lisans m.) bu sözleri, dinî eğitim vurgusu ve söylemin ayakta tutulması maksadını taşımakta, bu sebepten videolarda dinin nasıldan ziyade nedenini aramaktadır. “Beğendiğim için takip ediyorum... Ahir zaman gençlerinin saçma batıl ideolojilerdense böyle manevi şeylerle haşır neşir olması mutluluk veriyor bana” diyen Fatma (35, ev hanımı), İslami dünya görüşüne apolojetik (savunmacı) yaklaşarak HH’yi meşrulaştırmış ve ümmetçilik bilincini pekiştirmiştir. İsa’nın (20, işçi) aşağıdaki ifadeleri de dinî eğitim ve motivasyonun ötesine geçilerek, özellikle *dava bilinci* terkihiyle, videoların İslamcı ideolojiye hizmet olarak görüldüğüne işaretler:

İslam ümmeti hakkında bana umut veriyorlar. İslam gençliğini ateşten kurtarmaya çalıştıklarını düşünüyorum. Gençliğimizin Batı’dan farkı kalmadı. Yaptıkları iş, dava bilinci, sana kendinden çok daha büyük bir şeyin parçası olduğunu hatırlatmaları, iyiliği emredip kötülükten sakındırmaları ve bunu yaparken tatlı dilli oldukları için izliyorum. (10.04.2021/Twitter)

Yukarıdaki *kendinden çok daha büyük bir şeyin parçası olmak*, insanın toplumsal yönünü imlemektedir. Üstelik bu derinlikli söz, *yalnız bireyin* İslami manada ümmet limanına demirlemesi olarak da anlaşılabilir ve dinî dijitalleşmenin geleneksel söylem açısından ne denli kritik hale geldiğini ortaya koyar.

“Dinî anlamda yeni bilgiler öğrenmeme vesile oldular. Mesela tesettür veya ülfet konularını onlar sayesinde öğrendim. Anlatılanlar Risale kitaplarının konuları olunca da okurken o anlatılan konuya gelince o bölümü daha iyi anlamamı sağladılar.” Sıla (27, ev hanımı) bu sözleriyle yine dinî eğitim vurgusu yapmaktadır. Hatice (27) ise Risaleleri anlamadığını, bu sebeple grup medyasından yardım aldığını söylemiştir. Yine sözleri, dinî eğitim teması taşımaktadır: “Ben daha çok bilgi amaçlı izliyorum. Risaleleri okumayı çok isterim, birkaç denemem de oldu. Fakat insan anlamadığı şeyi okumaya ne kadar devam edebilir ki.”

Talha (19, lisans ö.) da manevi tatmin vurgusu yaparak kognitif süreçlerini videolarla desteklediğini belirtmiştir. Bu genç, söyledikleri ile dijital kolektiviteye kendiliğinden dahil olma, diğer bir deyişle cemaat halkası kurma potansiyeline sahip görünmektedir:

Yaşım gereği bir şeyleri sorgulamaya ihtiyacım var. Allah'ın varlığı, namaz gibi daha Risaleci bir sorgulama tarzım olduğu için onları takip ediyorum. Bütün cevaplar orada var ama bu cevaplarla yetinmeyip başka kaynaklara yöneldiğim de oluyor. Mesela bizim dört haftadır başlattığımız bir ders programı var. Yine Risale'den ilerliyoruz. Gençler bozulma yolunda maalesef. Youtube'da Hayalhanem gibi Uğur Akkafa, Sözler Köşkü var. Oradan tatmin olmaya çalışıyorum. (27.03.2022 tarihli görüşme/Zoom)

Beğeni ve iltifat duyguları yanında farklılıkları kritik edebilen eleştirel yaklaşımlara da rastlanmıştır. Ekrem (41, Denizli) konuya farklı bir gözle bakabilenlerdendir: “Kuran’dan uzak, kulaktan dolma evliya hikâyelerine çok fazla yer veriyorlar. Kuran yerine başka kaynakları daha çok önemsiyorlar. Ayet paylaşımlarında bile araştırma eksikliği hissediliyor. Amatör ruh bunlar. Oysaki takipçileri onları din adamı gibi görüyor.”

HH videoları hakkında genellikle olumlu görüşler belirten Sıla (27, ev hanımı), sorunlarını dinin telafi ediciliği ile yatıştırmaya çalışan bir katılımcıdır. Buna rağmen ana-baba hakkı konusunda HH videolarında dinlediği dinî buyrukların kendisinde yarattığı çelişkiyi sözlerine yansıtmıştır: “Diyorlar ki Allah'ın rızası anne ve babanın rızasından geçiyor. Bazı insanların (kendisini kastediyor a.n.) eşi de bu söz ile ailesinin sözünden çıkmıyor, bu duruma ne dersiniz?” Bu sözlerden geleneksel dinî söylemin gelin-kaynana çatışmasına dair aşamadıkları durumlar, hatta bireylerin iç dünyalarında farklı yorumlanarak yarattığı derin çatlaklar, çelişkiler olduğu anlaşılmaktadır. Sıla, sözleriyle dinin yatıştırıcı işlevinin dinî grup lehine nasıl işlediğini de gözler önüne sermektedir. Kişisel ıstırabını şu sözlerle dile getirmektedir: “Ben yeni evliyim. 1,5 yıl oldu. Keşke evlenmeseydim diye defalarca intihar etmeye kalktım. Eşim ailesine çok düşkün. Bilmem kaç defa hakarete uğradım, dayak yedim.” Grupla ilişkisini “Dua talep ediyorum. Dua alıyorum.” şeklinde özetleyen Sıla: “Bir defa nasihat da aldım. Evlenmeden önceydi, acele etmeyin hayırlısı gibisinden, hakikaten gerek yokmuş evlenmeme.” demiştir. Ayrıca HH'den manevi danışmanlık hizmeti aldığını sözlerine yansıtmıştır: “Benim iletişimim Mehmet abiyle. (Hangi Mehmet olduğu tespit edilemedi a.n.) Babam da korona oldu dua aldım sağ olsun. 1 Defa 50 tl gönderdim o ayı çok bereketli geçirdim, keşke hep gönderebilsem.” Sıla, araştırma için tipik ve ilginç bir katılımcı izlenimi vermektedir. Gruba tasadduk ettiği maddi yardımlarla kişisel mutluluğunu denkleştirmiştir. Bu düşüncede olan insanlar bazen paranın gittiği yere bakmaksızın zor durumlarında sadaka vermeye odaklanabilmektedir.

Talha (19, lisans ö.), HH'nin çizdiği vizyonu beğenirken işleyişe dair kritik yapabilen az sayıdaki takipçiden biri olmuştur: “Whatsapp üzerinden bir sorum oldu. Neyle ilgili olduğunu hatırlamıyorum ama gelen cevap çok tatmin edici bir cevap olmadı. Bilgisayara Whatsapp’tan sorular yükleniyor ve o an kim boşaysa o cevaplıyormuş. Ondan sonra da soru sormadım.” Fatma (35, ev hanımı) geleneksel Nurcularla dijital kuşak Nurcular arasındaki karşıtlığı abisi üzerinden örneklendirip seçimini HH’den yana yapan bir katılımcıdır:

Bazı Nurcu gruplar olumsuz bakıyorlar, benim abim de bunların içinde. Çok taviz verdiklerini düşünüyor; rahat olduklarını, yanlış temsil ettiklerini düşünüyor ama ben öyle düşünmüyorum. Çoğu aile çocuğunu uyuşturucu, içki batağından alamazken bu çocuklar sürekli namaz, Kuran, sünnet diye tebliğ yapıyor. Tamamen yaşıyorlar mı bilemem ama anlatılan yol güzel. Önemli olan da bu. Belki bunun yüzü suyu hürmetine onlar da değişecek, diğer Nurcuların istediği gibi olacak, kimse bilemez. (03.09.2021/Twitter)

Diğer yandan eski üye Mahmut (21, lisans ö.), grubun uzak takipçilerden yararlanma stratejilerinde, tıpkı fiziki evrendeki dinî cemaatler gibi seçicilik yaptıklarını iddia ettiği sözleriyle HH'nin bu konuda farklılık ortaya koyamadığını düşündürmektedir:

Biz üç kişi ayrıldık, daha doğrusu aforoz edildik cemaatten. Birinin çıkarılışının sebebini anlatayım. Biz Mehmet Yıldız’ın mesajlarına bakıyorduk. O, kendi hesabına bakmaya vakti yetmez. Günde 10-20 bin mesaja bakıyoruz ortalama. Üç kişiyiz. Bizden sorumlu abi, gelen mesajların önce profiline bakın eğer doktorsa, mühendis, öğretmen ya da polis onları genel mesaj bölümüne atın. Onlarla ayrı ilgileneceğiz derdi. Bizim bu arkadaş da sormuş: ‘Abi iman herkesin imanı değil mi? Biz neden ayırım yapıyoruz.’ diye. Bunu duyunca bizim İ. abi çocuğa hakaret ediyor. ‘Sen fakir değil misin biz seninle ilgilenmedik mi?’ diyor. Öyle bir tepki geliyor ki söylediğin şeyden sen utanıyorsun. O günden sonra mesaj atamadı. Hayal’de kalamadı. (19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Yukarıda anlatılanlara göre katılımcıların hangi gerekçelerle HH dijital medyasını takip ettikleri ve bazı katılımcıların geliştirdikleri olumsuz tutumlar şu şekilde tablolştırılmıştır:

Tablo 1.

Hayalhanem'in Dijital Takipçilerinin Geliştirdiği Tutumlar

	OLUMLU TUTUMLAR (GEREKÇELER)	DİJİTAL TAKİPÇİLER
TEMA 1	Dinî Motivasyon / Ahlakî Gerekçeler	K55 Melih, K51 İbrahim
TEMA 2	Boş Zamanları Değerlendirme	K20 Musa, K35 Esmâ
TEMA 3	Psikolojik Sebepler / Rahatlama	K36 Özlem, K10 Rabia, K7 Emel,
TEMA 4	Tebliğ Faaliyeti	K50 Mustafa, K38 Abdullah
TEMA 5	Eğitici Motivasyon / Dinî Öğrenme	K22 Sıla, K19 Hatice
TEMA 6	Dünya Görüşünü Destekleme / İdeolojik Sebepler	K31 Fatma, K9 İsa
	OLUMSUZ TUTUMLAR (ELEŞTİRİLER)	DİJİTAL TAKİPÇİLER
TEMA 1	Dini Doğru Anlatamama	K34 Ekrem
TEMA 2	Retoriği Aşamama	K22 Sıla
TEMA 3	Aşırı Laubalilik / Yanlış Temsil	K31 Fatma (abisinin ifadeleri)
TEMA 4	Cevapların Amatörlüğü	K54 Talha
TEMA 5	(Takipçiler Arasında) Ayrım Yapma	K44 Mahmut (ikincil kaynak) ²⁷

Dijital cemaat olarak Büyük HH'yi orijinal kılan, çok sayıda ve çeşitli tipte takipçisinin olmasıdır. Bu takipçileri ekonomi diliyle *müşteri* olarak adlandırmak mümkündür. Zira videoların dinî motivasyon, psikolojik rahatlama, dinî eğitim gibi sebeplerle tüketilen metalar olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim hangi tür videoların çekileceğini siber uzamdaki yorum ve beğenileriyle, ayrıca bizzat telefonda istekte bulunarak büyük oranda bu tüketici kitlenin belirlediği görülmüştür. Bu kişiler dijital teknolojinin baskın karakteri olan uzaklığı, oluşumla fiziki bağlantı kurmaksızın sosyal medya üzerinden ağa katılarak avantaja dönüştürmüştür. HH'de bir üyenin tabiriyle “okula gitmeden ders” alınabilmekte, yüz yüze görüşmeden sosyalleşilebilmekte ve bir dinî cemaate katılınabilmektedir.

Dijital grup aidiyetinin siber uzam ve fiziki evren şeklinde birbirinden büyük oranda farklı iki yüzü olmasından kaynaklı karmaşık bir doğası bulunmaktadır. Bu durum Osmaniye Kitap Fuarı'nda tanışılan lise öğrencisi iki gençte gözlemlenmiştir. Yaklaşık dört saat ayakta bekledikten sonra Mehmet Abi'lerine kitaplarını imzalatan gençler, sadece Hayalhanem'i değil Hüseyin Çevik gibi başka kaynakları da dinlediklerini anlatmışlardır. Bu durum saatlerce ayakta kalarak fedakarlık göstermiş

²⁷ Hayalhanem çekirdek grubu içerisinde yer almış ve eski bir vakıf olan Mahmut'un dijital takipçilerle muhatap olduğu bir zamanda yaşadıklarından yola çıkarak dolaylı bir çıkarımla olumsuz tema 5 bulunmuştur. Yoksa bu katılımcı diğerleri gibi dijital takipçi değildir.

olsalar da uzak takipçilerin sadakatini açıkça tartışmalı kılmaktadır. Zira bahsedilen isim, Hayalhanem’e *reddiyeler* yayımlayan ve onlardan farklı bir söyleme sahip olan bir İslami youtuber’dır. Bu gençler onu, MY ile aynı kategoride düşünebilmektedir.

1.2.3.3. Hayalhanem Oluşumunda Kadınların Yeri

Hayalhanem’in merkez binası erkeklere özeldir. Kadınların grubun çekirdek kadrosu ile yüz yüze iletişime geçmesinden kaçınılmaktadır. Ayrıca grup bünyesinde hiçbir kadının aktif rol aldığı gözlemlenmemiştir. Sorulduğunda beden üzerinden şekillenen normlar karşımıza çıkmakta, İslami kamuoyunda makbul olan *fitrat* söylemi öne sürülmektedir. Grup üyelerince ortak kabul gören görüş *bayanların evlerinde Risale okuyabileceği ve fitratlarının da buna uygun olduğu* şeklindedir. Kadın katılımcıların aktardığına göre dijital kanallardan ve telefon yoluyla sorular sorulabilmekte ve sorularına binaen tavsiyeler alınabilmektedir. Aile eğitimi konusunda daha hassas oldukları anlaşılan kadın katılımcılar, grubun dijital platformlarını takip etmekte de istikrarlıdırlar. Ayrıca internet sahasının anonim bir hüviyette olması (heterotopoloji); etnisite, sınıf ve cinsiyet gibi farklılıkları nötralize edici özelliği Hayalhanem’in dijital medyada avantajlı duruma geçirmektedir. Zira dijital kamusalılıkta fitrat ayrımı yapılmamaktadır. Bu durum, Yahudilik ve İslamiyet gibi bazı dinlerde, bir araya gelmesi pek hoş görülmeeyen erkek ve kadınların ortak bir platformda bir araya gelmelerini de mümkün kılmıştır (Haberli, 2014, s. 95). Böylece dijital üzerinden kazanılan toplumsallığa bir dinamizm kazandırılmış ve kadın-erkek dayanışması somutlaştırılmıştır. Ayrıca fiziksel ortamlarda çabucak fark edilecek ağız özellikleri, fiziksel görünüm, yaş gibi aykırılıklar dijital platformlar sayesinde düzleştirilir. Bu da HH’nin takipçi kitlesi oluşturmalarını kolaylaştırır.

Nurcuların genelinde, kadınlardan önce erkeklerin öncelikli hizmet alabilme fırsatı vardır. Nitekim kadının doğal yapıları/fitratları, erkek cemaat müntesiplerinin “şahsî kemâlâtı” (kendilerini yetiştirmeleri) için dikkat dağıtıcı bir engel olarak görülmektedir. Geleneksel toplum algısında dinî bilgi erkeklerin sorumluluğunda görüldüğünden kadınların teoloji konusunda kendilerini geliştirmeleri pek mümkün olmazdı (Özdağ, 2015, s. 231). Ritüellere de yansıdığı haliyle erkeğin camide, kadının evinde ibadet etmesi beklenmekteydi. Nurcu ekolün kurucusu Said Nursî de bu söylemi yaşatma gayesiyle yuvaları dışına çıktığını düşündüğü kadınları evlerine davet etmiştir: “Mim’siz medeniyet, tâife-i nisâyı yuvalardan uçurmuş, hürmetleri de kırmış, mebzul

metâi yapmış.” (2016c, s. 668) demektedir. Orhan’a (21, lisans ö.) göre *Kadınlar binanın inşaatına dahi giremez mantığı* işletilmektedir. Nurcuların kadınların “şerrinden, fitnesinden, belasından” korunmak için ettikleri kendilerine has duaları vardır. Kadın giren yerde fitne çıkacağı düşünülmektedir. MY kendi küçük kızını derneğe getirmektedir ancak “Bu 6 yaşından sonra buraya giremez.” diye açıklamaktadır. Ayrıca HH’nin İstanbul’daki ofisinde 50’li yaşlarda gösteren bir adamın karısıyla beraber kapıya geldiği, ancak kadının çok istediği halde içeri girmesine izin verilmediği müşahade edilmiştir. Yine HH’nin Mersin merkezinde kütüphane olarak gösterilen yerin kadınlar için ayrılmış olabileceği düşünülürken grup üyesi; annesini bile binaya almadığının, bu merkezin sadece erkekler için olduğunu altını çizmiştir.

HH’nin dış etkinlikleri olan kitap fuarları, konferans ve kermeslerde kadınlar bulunabilmektedir. İç yapılanma olarak Hayalhanem’in erken dönemlerinde; 2015 yılında, Onur Kaplan henüz Adana’da kendi oluşumunu kurmadan önce, onun eşinin girişimi ile yine “İslami, bilimsel, felsefi” mottosuyla *kadın kolları* olarak ifade edilebilecek “Tükenmez Kelam” isimli kültür derneği kurulmuştur. Ancak 2016 yılına ait bir hayran sayfasında, bir kağıt üzerine bu iki derneğin adlarının birlikte yazılması dışında organik bağa rastlanmamıştır. “Tükenmez Kelam” bugün daha çok Adana’daki Mesken derneği yapılanması içinde kalmıştır. Yine de netnografik gözlemler göstermektedir ki pek çok kadın takipçi HH’de kadınların da toplanabileceği bir yer olup olmadığını ısrarla sormaktadır.

HH’nin dijital takipçilerinden kadın katılımcıların bazıları, okumalarını benzer yeni Nurcu oluşumlar içerisinde yaptıklarını söylemişlerdir. Örneğin Emel, “İksir Çınaraltı” adı altında okuma toplantılarıyla, Whatsapp gruplarıyla ve bireysel okumalarla kolektiviteye dahil olduğunu belirtmiştir. Yine de kendisini HH’nin dijital kanallarının sıkı bir takipçisi görmektedir. Kadın takipçilerle yapılan görüşmelerden dijital cemaatte (Büyük HH) kadınlara yer verildiği, ancak reel cemaatte (Küçük HH) kadınların yerinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Reel cemaatte kadınlara yönelik hizmetlerin olmayışının değerlendirilmesi istendiğinde kadın katılımcıların neredeyse tamamına yakını, Özlem’in “Bu durum beni rahatsız etmiyor.” cevabında olduğu gibi olumsuz bir kritikte bulunmamıştır. Konuyla ilgili görüşlerin bazıları şu şekildedir:

Eğer kadınlar sosyal medya üzerinden bu platformlara ulaşım sağlayamasa, faydalanamasa, kadınlara yönelik de medrese yapılmasını isterdim, lakin internet çağındayız bu şekilde evimdeyken kolayca ulaşabiliyorum, sorun olarak görmüyorum o yüzden. (Rabia, 22, hemşire)

Mehmet abinin bir sözü var, videoları dinlemek yetmez kendiniz de okuyun ve anlatın diyor. Hayalhanem’de olmasa da yardımcı olan ablalar var. Hem bayanlar için medrese olmasa bile dersleri dinlemek kafi. Sadece dinlemekle olmaz okumak da lazım. (Esmâ, lisans ö.)

Kadınların hizmetlerin içinde yer alması hem daha fazla eleştiriye neden olur hem de takva açısından ben uygun bulmuyorum. Kadının sesi, şekli gözler önünde olmamalı. Kadın kadınlar içerisinde tebliğini yapmalı. Neden sese görüntüye ihtiyaç duymalı ki. Hele insanların neye, ne düşünceyle baktığını asla bilmediğimiz dönemde. (Elif, 24, lisans m.)

Konuyla ilgili erkeklerin görüşlerine başvurulduğunda ilginç şekilde daha farklı ve çeşitli cevaplara ulaşılmıştır. Örneğin Abdullah (47, imam), üst yapıda birlikte tabanda ayrı formülünü dille getirmiştir: “Herkes kendi branşında çalışırsa iyi olur. Mehmet Yıldız’ın hanımı da gitsin *hayalhanem* demesin, *hayalcanem* desin, başka bir şey kursun. Ama birbirinden farklı binalar olsun. Çatıda bir birliktelik olabilir ama tabana indikçe bu ayrışmalı.” İbrahim (30), kadınların kendilerine has konular için yetişmiş kadın hocalara ihtiyaç duyduğunu vurgulamıştır: “Hayalhanem’in bu konuda kendini geliştirmesi gerektiğini düşünüyorum. Bayan hocalar ile derslerin kadınlar içinde de anlatılması mümkün olmalı.” Talha (19, lisans ö.) da bu konuda bir sorun görmekte ve grup yapısını eksik addetmektedir: “Sistemli kurulmamış zaten. Bunun için bir kadın seçmeleri gerekiyor ama bunu nasıl seçecekler? Bence bu soruların cevabı olmadığı için bayanlara ağırlık verilmiyor.”

HH’nin bu cinsiyet politikası, görevlileri kız arkadaşla meşgul olmaktan uzak tuttuğu düşüncesi taşımakta ve grup açısından işlevsel görünmektedir. Yine de kadın takipçilerin sebep olduğu bir romantizmin izlerine rastladığını söyleyen katılımcılar olmuştur. Eski üye Ali, bir zamanlar içeride görev almış biri olarak vakıfların bu konularda çok zor durumlara düştüğünü bildirmektedir:

Kadınlar daha hissi davranıyorlar. Sahada kutu dağıtıldığında gördüm. Kadın takipçi varsa daha fazla ilgi gösteriyordu. Mehmet Yıldız ve diğerlerinin evlenmesinin sebebi de buydu. Kadınlar artık rahatsız etmesin diye. Hatta vakıfların bazıları takipçiler ile gizli aşk şüphesiyle kovuldu. Düşünsenize daha hakikat bilmeyen çocuğa Hayal’in telefonunu veriyorsun. 5 bin tane telefon numarası var. Çoğusu kadın. Açık saçık profiller ve bu kişiler imani noktada desteklenmeye çalışılıyor. (24.09.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/merin)

Ali, ekonomik destekçi çok zengin kadın takipçiler olduğunu belirtmiştir. Şirket müdürü, şube müdürü gibi iş hayatının içinde yer alan “adeta Hayal’e âşık” kadın takipçilerden söz edilmiştir. Melih (35, memur) de sosyal medya hesaplarından evlilik tekliflerinin yağdığı şeklinde bir beyanatta bulunmuştur. Ona göre HH grup liderlerinin evliliğinin ve çocuklarını sosyal medyada sıklıkla göstermelerinin bir gerekçesi de bu romantizm dalgasının önünü almaktır. Halil (24, işçi) bu tarz etkileşime kermeste şahit olduğunu aktarmaktadır.

Romantik İslamcı bir kesim var. Bulunduğum şehre kermese gelirdi Hayalhanem. Kuyrukta neredeyse hepsi bayan diyebiliriz. Ciddi manada bir sempati var. Dışarıdan bakınca bayanlarda Hayalhanem’in anlattığına, Mehmet Yıldız’ın anlattığına değil de kişilere olan bir rağbeti gördüm. Yorumlarda da anlatılana değil kişiye yönelik yorumlar okuyorum genelde. (28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Bekârlık Nurcularda işlevseldir ve vakıflık müessesinin kurulmasını sağlamıştır. Evlilikten uzak durarak veya evliliği erteleyerek kendilerini “Kuran hizmeti”ne adadıkları, kendilerini vakfettikleri söylenen “vakıflar”ın bekârlığı, HH’nin de organizasyonel kabiliyetini şekillendirmektedir. Öte yandan İslami gruplarda evliliği tercih edenler için üyeliğin tam manasıyla devam ettirilmesi, cemaatteki görevlerin rahatlıkla ifası, farklı cemaatlerdeki insanlarla evlenilerek cemaatten uzaklaşmanın önüne geçilmesi ve sıkıntılı bir evliliğin yaşanmaması gibi istekler, kapıların kadınlara da açılmasını kaçınılmaz kılmıştır (Tatar, 1999, s. 185). Kadınların bu tarz oluşumlarda yer alma gerekçelerinden en önemlilerinden biri de bu sürekliliği sağlamaktır. Bu açıdan HH’de kadınların esamesinin okunmadığı düşüncesi hayatın doğal akışına terstir. Nitekim Küçük HH’de dolaylı, Büyük HH’de doğrudan etkilerine rastlanmıştır.

1.2.4. Organizasyonel Boyut: Faaliyet ve Zaman Yönetimi

Morgan, örgütün bir makine gibi tasarlanmasının yadırganmaması gerektiğini söyler. Zira organizasyon sözcüğü; Yunanca alet, araç anlamına gelen *organon* kelimesinden gelmektedir (Şişman, 2014, s. 33). Spencer’a göre ise canlı varlıkların yaşam formu olan organizmaya benzeyen toplum, biyolojinin yasalarıyla incelenebilir. Canlı varlıklarda görülen parça-bütün ilişkisini ve organlar arasındaki farklılaşmayı toplumlarda arayan bir başka isim de Durkheim olmuştur (Kirman, 2016, s. 221). Bu perspektifle Hayalhanem, büyümek için tüm fırsatları kollayan bir organizmaya

benzemektedir. Bu yapıda parçalar bütünü desteklemekte, girdi-çıkı üniteleri ve üretim-tüketim sistemleri çalışmakta, bir beyin takımının yanı sıra işlerin dağıtıldığı ve doktrine edildiği kompartımanlar bulunmaktadır. Öyle ki HH’de organizasyon, dışarıdan görüldüğünden çok daha karmaşıktır.

Dijital din çalışmaları kapsamında grubun mahiyet ve gelişiminin araştırılması kararı alındıktan birkaç ay sonra, 2020 Şubat’ında, grup içinde önceden tanış olunan Ahmet’le (26, lise m.) irtibata geçildiğinde “sabah 11.00, gece 23.00 arası kapılarının herkese açık” olduğu cevabı ile karşılaşılmış, saat esasına bağlı bir çalışma disiplini olduğu anlaşılmıştır. Nitekim Ahmet; yaptığı din hizmetini *iş (meslek)* olarak gördüğünü ve haftanın günlerini, hatta yazlık ve kışlık planları ile zamanı buna göre tasnif ettiklerini belirtmiştir. Dinî grupların alışıldık informal çalışma esaslarından bir ayrışma durumu ile karşılaşıldığı fikri, ilerleyen günlerde yapılan diğer gözlemlerle de pekişmiştir. Ahmet’in ve grup üyelerinin verdiği bilgilere göre “Medrese”de zaman itina ile planlanmaktadır ve hem grup üyelerinin hem de ziyaretçilerin buna uyması beklenmektedir. HH’nin bir dinî örgüt olarak işletme mantığı içerisinde yönetildiğine dair en önemli delil, açık ve net bir çalışma takvimi ile karşılaşılmıştır. Örneğin sosyal medya hesaplarında mesajlar gelişigüzel paylaşılmaz, saat farkları aranır:

Saat dörde alarm kurulup sabah namazına kalkan çiftler için bir paylaşım yapıldı. Saat 8 buçuk 9 arası bir paylaşım alanları daha vardı. O saatte otobüsteki öğrenciler için paylaşım yapıyorlardı. Sonra saat 5 buçukla 6 arasında bir paylaşım daha vardı. O da işten dönen ve yine otobüste, metroda olan insanlar içindi. En yoğun saat o saatti. 9 buçukla 10 arasında da bir paylaşım daha yaparlardı. Yemeğini yemiş, evinde artık gününü bitirmiş insanların karşısına çıkmak için. (30.11.2021 tarihli görüşme, Osman, eski üye, lise m.)

HH’de ilk göze çarpan iç sosyalleşme faaliyeti, farklı zaman dilimlerinde ve çeşitli seviyelerde yapılan dinî sohbetlerdir. Grup terminolojisine göre “ders”; Risale-i Nur’dan dinî bahisleri içeren okumalar ve konuşmalardır. Nurcularda bireysel okumadan başka sohbet (ders) okumaları için namaz dersi, ev dersi, umumi ders, dönerli ders, mütalaa gibi çeşitli yöntemler uygulanır. HH’de salı, çarşamba ve perşembe günleri Risale-i Nur dersi verme salahiyetine sahip belirli sayıdaki genç “abi”, özel sohbetler icra eder. Her sohbetin farklı temaları olduğu düşünülebilir. Sohbet verecek salahiyetteki her ismin kendi ders halkası bulunmaktadır. Ahmet (26, lise m.) liseli, ortaokullu ve ilkokullu öğrencilere kadar ayrı ayrı sohbetlerin olduğunu

belirtmiştir. Bunun için gündüz vakitleri ve okul çıkışları tercih ediliyor olmalıdır. Akşamlarıysa üniversite gibi daha büyük yaş grubundakiler için dersler belirlenmiş görünmektedir. Cuma günü söylendiğine göre sadece merkezde görevli vakıflara yönelik özel sohbet programı yapılmaktadır. Buna sohbetten çok istişare, daha modern bir tabirle ‘değerlendirme toplantısı’ denebilir. Eski görevli Orhan (21, lisan ö.) da bu istişare toplantısını teyit etmiştir: “Mehmet Yıldız’ın cuma günleri dersleri olur. 5’ten sonra hayal kapatılır. Misafirler çıkarılır. Sadece orada kalanlara yönelik ders yapılır.”

HH merkezindeki dinî sohbet gözlemleri, çok kompartımanlı organizasyonun ve planlı bir işleyişin varlığını doğrulamaktadır. Misafirleri karşılayan, çay dağıtan, onlardan telefon numarası toplayanların yanı sıra çekim hazırlığı; ses, görüntü ve yerleşim düzeni gibi teknik işlerle ilgilenen çok sayıda elemana rastlanmıştır. Konuşmacı “Hayatınızda unutamadığınız ilginç bir olay var mı? Anlatın.” dediğinde kalabalığın arka sıralarında bir gencin askerde yaşadığı bir anısını anlattığına tanık olunmuştur. İlk bakışta basit gibi gelen bu olay, organizasyonun tam kalbindeki bir çalışmanın ürünüydü. Zira cevap veren gencin HH görevlilerinden biri olduğu ve cevabın önceden hazırlandığı açıkça belli oluyordu. Zira cevap ezberlenmiş izlenimi vermekteydi ve konuşmacının sorusu biter bitmez zihinde böyle bir konuşmanın tasarlama süresi dolmadan genç, elini kaldırmıştı. Bu örnekte olduğu gibi etkinliklerde üyelerin farklı görev pozisyonlarında ve yüksek bir motivasyonla hareket ettikleri anlaşılmaktadır.

Cumartesi akşamları ise sosyal medya hesaplarında duyurulan umumi (halka açık) sohbet zamanıdır. Bu sohbete Mersin’de katılım sağlandığında göz kararı 300 kadar olduğu kestirilebilecek ziyaretçi kitlesi vardı. Sohbet katılımcılarının çoğunun genç insanlardan oluştuğu ve çoğunluğun pandemi yasaklarının tamamı kalkmadığı halde maske takmadığı müşahade edilmiştir. 50 yaş üzeri gösteren az sayıda kişiye rastlanılmıştır. Yalnız bir tane ihtiyar denecek ziyaretçi bulunmaktaydı. Program iki farklı konuşmacının yaklaşık yarım saatlik sunumundan oluşuyordu ve aynı zamanda Youtube kanalından da canlı yayımlanıyordu. Aradaki çay saati ve ikramlarla beraber bir buçuk saat süren bu program, HH’nin reel evrende düzenli olarak sürdürdüğü en göze çarpan faaliyetidir. Bu toplantılardan başka hafta içi derslere de katılan Erkan (20, lisans ö.), şu bilgileri vermiştir:

Sabah 11'den akşam 10'a kadar istediğin vakit burada okuma yapılabilir. Hem ikinci dersi de oluyor. Mesela akşamları özel gruplara ders oluyor. Sanırım Mehmet Abi demiş. Herkes girsin o derslere diye. Kimi gördüyseniz alın diye. Zaten bir on kişi falan oluyor burada. Çok kalabalık olmuyor. Düzenli gelen kişiler belli, beş on kişi. İnternetteki reaksiyon maalesef burada yok. (05.02.2022 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Tıpkı diğer seküler işletmeler gibi HH için de pazar gününün tatil olduğu görülmektedir. Pazar günü, görevliler için aile vaktidir ve ev izinleri verilmektedir. Diğer yandan pazartesi için dışa dönük faaliyete rastlanmamıştır. Bu durumda HH için pazar ve pazartesinin istirahat günleri olduğu söylenebilir. Dernek başkanı F. Ünal da iş takvimlerindeki boş zaman olgusunu doğrulamıştır: “Evimize, ailemize de vakit ayırıyoruz. Her ne kadar yoğun bir tempo çalışsak da. Mesela pazar günü sadece ailemizin yanındayız. Bazı zamanlar birkaç gün üst üste onlar için zaman ayırdığımız olur.”

Yapılan ziyaretlerde ikinci namazlarının ardından daha çok üniversite öğrencilerinin katıldığı sohbetlere tanık olunmuştur. Hayalhanem derneğinde geceleri çok geç saatlere, hatta bazı eski üyelere göre sabahlara kadar uzayan dinî sohbetler yapılmaktadır. Bunun dışında gençlerin bir arada oluş etkisiyle geç uyudukları tahmin edilmektedir. Sabah açılışının 11:00 olması dernekteki ziyaretçilerden ve sohbetlerden kaynaklanan gece trafiğine bağlanabilir. Görevli üye Ahmet, ayrıca yaz tatillerinde kendilerine vakit ayırdıklarını ve bir grup faaliyeti olarak duruma göre deniz ya da yayla kampları yaptıklarını söylemiştir. Video kayıtları ile de sabit olan (Hayalhanem, 2018c) Silifke'nin Taşucu kasabasından başlayıp Tisan Yarımadası'na kadar uzanan turistik yat turlarına katıldıkları ve böylece grup içi kaynaşmayı ve bağlılığı artırdıkları görülmüştür. Yine kış aylarında grup üyelerinin Erciyes'te kayarak eğlendikleri görüntüler de izlenmiştir. Daha çok Risale-i Nur okunan eğitim kamplarıyla tatilleri kendilerine ayırdıkları iç sosyalleşme örnekleri sergilemişlerdir.

Grubun medya cemaatine dönüşmesini sağlayan ve dışardan bakılınca en fazla dikkat çeken faaliyet, sosyal medya için hazırlanan video çekimleridir. Birçok takipçinin grupta ilk teması bu videolardaki sohbet içerikleri sayesinde olmaktadır. Video çekimleri için çok büyük maddi kaynak ayırdıkları kullanılan teknik cihazlardan anlaşılmaktadır. Grup liderleri, sosyal medyayı bir ‘dinî ders evi’ (dershane-medrese) olarak görmektedir. Pandemi sürecinde Hayalhanem grubunun toplumsal kabul edilirliliği, diğer dinî gruplara nazaran olumlu yönde ayrışması da bu videolar sayesinde

olmuştur. Zira yüz yüze etkileşime dayalı klasik cemaatler bu değişime hazırlıksız yakalanırken çevrim içi din özellikleri ile HH, siber uzamdaki faaliyetlerine takılmadan devam edebilmiş; üye/takipçi sayısını ve bağış/destek miktarını katlamıştır.

Katılımcılarla görüştüktan sonra açıklığa kavuşan üçüncü faaliyet ise “manevi danışmanlık hizmetleri” olarak tanımlanabilecek takipçilerle yaşanan telefon ve mesaj trafiğidir. Aslında geleneksel cemaat ve tarikatlarda; *dert dinleme, derdine ortak olma* şeklinde yüz yüze yapılan bu hizmet, HH’de dijital imkânlarla uzak mesafeleri kat edecek şekle bürünmüştür. HH’nin mesajlaşma birimince psikolojik gereksinimlerden doğan, kişiye ve çevresine dair soru(n)lar dinlenilmekte ve buna uygun cevaplar üretilerek geri dönüşler yapılmaktadır. Geri dönüşler anlaşıldığı kadarıyla muamelat gibi fikhî konularda olabileceği gibi inanç esasları gibi konularda da yapılmaktadır. Ayrıca sık sık vesvese/takıntı gibi psikolojik sorunlarla karşılaşılma; takipçiler, MY’nin konuyla ilgili videolarına yönlendirilmektedir. Sıla’nın (27, ev hanımı) yaptığı gibi derdini açıp dua istemek için iletişim kuranlar da bulunmaktadır. Anlaşıldığı kadarıyla takipçi iletişimleri çok sayıda kanalla yapılabilmektedir. Takipçiler HH ekibine telefonla ulaşabileceği gibi sosyal medya hesaplarının DM bölümlerinden, Whatsapp, Telegram gibi uygulamalardan ve telefon mesajlarından ulaşılabilir. DİB’in televaizlik hizmeti, *Alo 190* fetva hattını andıran bu uygulama, dijital hizmetler geliştirilerek genişletilmiş ve gruba kaynak temininin alt yapısı haline getirilmiştir. Bu hizmet, dijital teknolojiler kullanılması hasebiyle ‘dijital vaizlik’ olarak adlandırılabilir. HH’nin manevi hizmetler sunan bir firma olduğu tezine ilham olan sosyoekonomik faaliyete, aslında en çok burada rastlanılmaktadır. Zira açıkça dinî-manevi talep ve bunun sonucunda dinî bir arz söz konusudur. HH’nin şirket hesabı olduğunu ironik bir şekilde Whatsapp da teyit etmiştir. Vakıfların dijital vaizlik için kullandığı telefon numaraları bu uygulamada *şirket hesabı* olarak görünmektedir. Ali (22, lisans ö.) de dijital vaizliği ve ardındaki ekonomik işleyişi şu sözlerle teyit etmektedir: “30’a yakın Iphone 8 plus var (2020 öncesi a.n.). Her telefonda beş bin tane numara var. Her gün mesaj geliyor. Vakıflar da para toplamak zorundalar. Adeta *şirket gibi*.”

HH grup üyelerinin dış faaliyetleri de gözlemlenmiştir. Bu kapsamda çevreden merkeze olan yolculuk için çeşitli misyon faaliyetlerine rastlanılmıştır. Grubun dış faaliyetlerinden en yoğun gözlemlenen, grup liderinin kitaplarını imzaladığı fuarlar olmuştur. 24.09.2021 tarihli fuarda görevli üyelerden birine sorulan “burada ne yapıyorsunuz” şeklindeki soruya cevap şu şekilde gelmiştir:

İrtibatlaşıyoruz (telefon numarası alınıyor a.n.). Bizim yaptığımız iş buraya gelen insanları ayıklamak. Ayıkladıktan sonra hangisinin ne ihtiyacı var, ne devası var, ona göre yardımcı olmak. Alkol problemi mi var. Ona göre ilerliyoruz. Kimisinin derdi namazlarında istikrarı sağlayamıyor. Ona göre o arkadaş aklımızda kalıyor, irtibatta kalıyoruz.

Bu kadar insanla nasıl ilgileniyorsunuz? şeklindeki soruya ise telefonunu göstererek:

Herkeste aynı olmuyor. Mesela bu arkadaş aradım açmadı. Bu arkadaş aradım açtı. 500 kişi var ama onlardan 150'si telefonu ya açıyor ya açmıyor. Mesela bununla bir iki konuştum. Bir düzen oturttum. Artık o seyrinde devam ediyor. Diğerlerine arada bir yoklama atıyoruz.

Görevli üyenin *bir düzen oturtmak* tabiri, merkeze çekmeye başlamak olarak anlaşılabilir. Burada yeni dinî hareketlerin insan kazanma faaliyetleri için kullanılan *fishing* (avlama) kavramının işlevselliği anlaşılmaktadır. Nitekim bu düşünceyi vakıf üye, *ayıklıyoruz* diyerek ele vermiştir. “Yoklama atıyoruz” tabiri ise *yem atmak, zarf atmak* deyimlerini çağrıştırmaktadır.

Türkiye’deki hemen hemen her derneğin yaptığı kermesler, HH’deki dış faaliyetlerin ikincisidir. Dinî olduğu kadar sosyoekonomik güdülerle motive olunan bir faaliyet çeşididir. Medya hesaplarının geçmiş taramalarından ve katılımcı ifadelerinden anlaşıldığı kadarıyla Covid-19 pandemisinden önce sıklıkla başvurulmuştur bu eyleme. Üçüncü dış faaliyet ise grup liderlerince gerçekleştirilen konferans ve seminerlerdir. Mehmet Yıldız’ın yurt dışında konferans verdiği görüntüler internet kayıtlarında bulunmaktadır. Yurt içinde üniversite öğrenci kulüpleri ve gençlik STK’ları aracılığı ile üniversite konferansları tertip edilmiştir²⁸. Pandemiden önce de MEB protokolü çerçevesinde ana okullardan liselere kadar grubun seminer verme izni bulunmaktaydı. Okullarda seminer türü faaliyetler yapıldığı grup üyeleri tarafından da ifade edilmiştir. 2018 yılında bu faaliyetin maksadının ‘eğitimin dinselleştirilmesi’ olarak gören CHP milletvekili Veli Ağbaba tarafından Meclis Başkanlığına Milli Eğitim Bakanı’nın cevaplaması için doğrudan Hayalhanem İKD’nin adının geçtiği soru önergesi verilmesi (Anka Haber, 2018) dikkat çekici bir anekdot olarak not edilmelidir.

²⁸ Üniversite konferansları grubun dinamik faaliyet skalasına araştırmanın bitmek üzere olduğu bir süreçte eklenmiştir. Yapıldığı yerler (Üsküdar Ünv., Sakarya Ünv. ve Bolu İzzet Baysal Ünv.), sponsorları ve kullanılan dil itibarıyla araştırmanın sonuçlarını teyit eden bir grup etkinliğidir. Konferanslarda genç İHH teşkilatı, genç MÜSİAD teşkilatı ve bir öğrenci kulübü davetçi konumunda gözlemlenmiştir.

Mehmet Yıldız'ın ardı ardına çıkan kitapları, kermeslerin yerine fuar organizasyonlarının tercih edilmesine neden olmuştur. Osmaniye 5. Kitap Fuarında, hayran ve takipçilerinin uzun sıralar oluşturduğu kalabalıklar izlenmiştir. Bunun aynı zamanda kalabalıklardan güç devşirme stratejisi olduğu kuvvetle muhtemeldir. Zira popülerleşmenin kilidinin kalabalıkları bir araya getirmekte, onların odaklaştığı bir duyguya hitap etmekte yattığı söylenebilir ve bu aynı zamanda HH için bir hedeftir. Buradaki strateji, *ne kadar da seviliyor* algısı oluşturmaktır. Öyle ki, bu ziyaretler kısa bir süreye sıkıştırılmaktadır. MY'nin A kadro üyelerle daha önce alana gelme imkanı varken etkinlik alanına saat 14:00 gibi gelmekte ve çevresinde görevlilerden oluşan bir koruma kalkanı ile poz vermektedir. Görevliler, hayran kitlenin MY'nin yanına yaklaşmasını engellemekte, onları tek tek ve düzenle standı almaktadır. Bu etkinlikte kadınların erkeklere oranla kat be kat fazla oluşu dikkat çekmiştir. Bazen dört-beş saati bulan ayakta sıra beklemeye MY takipçileri razı olmaktadır. Neden kadınlar fazla sorusuna “Onların derneğe gelip Mehmet Abi'nin sohbetini canlı dinleme imkânı olmadığından onu burada görmek istemişler.” cevabı verilmiştir. Uzaktan bakıldığında daha çok gençlerden oluşan kalabalığı bir pop şarkıcının konserine gelen hayranlardan ayırt etmek güçtür. İmza günlerindeki sıralar ve oluşan kalabalıklar ertesi gün HH'nin ve MY'nin halkla ilişkiler (PR) çalışması olarak sosyal medya hesaplarında bolca kullanılmaktadır. MY'nin çevresinde arkadaşları ile beraber fuar alanlarına girişlerine dair kamera kayıtları da bir film sahnesini andırırçasına düzenlenmektedir.

Dördüncü ve son dış faaliyet yoksullara yardım dağıtımıdır. Diğer İslami derneklere nazaran belki de HH'nin en zayıf olduğu faaliyet halkasıdır. Zira HH, genelde yardımları kendisi için istemektedir. Ancak Ramazan ve Kurban günleri gibi belirli günlerde dezavantajlı toplum kesimlerine yaptıkları yardımlara rastlanılmıştır. Yoksullara yönelik zekât ve fitreler de sosyal medya kanalları yoluyla istenmektedir. Örneğin Kurban Bayramı'nda anlaşıldığı kadarıyla destekçi üye bir kasap marifetiyle dar gelirli vatandaşlara et dağıtımı yapılmış ancak buralara -video kayıtlarında izlenebildiği gibi- kameralar eşliğinde gidilmiştir (Hayalhanem İstanbul, 2021). *Sağ elinin verdiğiinden sol elinin haberdar olmaması* retoriğinin gerçekçi kılınmasının kadrajdaki dijital bir cemaat için ne kadar zor olduğu, bu görüntülerden anlaşılabilmektedir.

Dernek faaliyetleri içerisinde öğrencilerin okul ve ders başarılarına yönelik organize bir faaliyete rastlan(a)madığının altı çizilmelidir. Oysaki yeni dinî cemaatlerin üye kazanmak için eğitim alanına yönelmesine modern dönemde sıklıkla karşılaşılmıştır (Kirman, 2004, s. 71; Sezgin, 2013, s. 73). Merkeze gelen üniversite öğrencisi üyelerin okul derslerine çalışabildikleri bir ortam oluştuğu, bazı öğrencilerin de bu maksatla geldiği söylenmiş olsa da bunu gözlemleme imkânı olmamıştır. Dernek binasında üniversite öğrencilerinin okuma ortamında bulunulmuş ancak burada sadece Risale-i Nur okuduklarına şahit olunmuştur.

1.2.5. İlişki Boyutu: İslami Kolektivizmin Kavşağında Bir Örgüt

1.2.5.1. İslami Gruplarla İlişkileri

Dernek başkanı F. Ünal'ın “*bu işin teknoloji kanadındayız. En iyi videoları sunmak için en iyi cihazları alıyoruz.*” ifadesinde geçen *iş* ve *kanat* sözcükleri kendilerini bir misyonun parçası gördüklerine, İslami misyon taşıyan diğer gruplarla dayanışma aradıklarına işaret eder. Grubun dışa yansıyan ilişkilerini incelemenin onun kültürel ve sosyopolitik yapısına dair önemli fikirler vereceği düşüncesiyle nete bırakılan dijital izler takip edilmeye çalışılmıştır. Nihayetinde oluşumun İslami camianın çok çeşitli ve geniş grupları ile ya doğrudan ya da dolaylı bağlantılar kurarak sosyal sermayesini genişlettiği sonucuna varılmıştır. Diğer yandan takipçilerinin gözünde de İslamcı kolektivite içinde yer aldıkları basit bir dijital gözlemle anlaşılabilmektedir. Sosyal medyada yorum yapan takipçilerin profilleri izlendiğinde, bu hesapların sahiplerinin yalnız Nurcu ekolde olmayıp çok çeşitli gruplarla ilişki içinde oldukları ortaya çıkmaktadır.

Grubun videolarının çoğunda kullanılan dil pratiği, Müslümanların tümünün bir tek grup (ümme) olduğu yönündedir. Twitter mesajlarından görüldüğü kadarıyla Filistin ve Doğu Türkistan ile ilgili özel bir hassasiyet gösterilmektedir. Aşağıda yer verilen @hayalhanemersin kullanıcı adıyla atılan tweetler ve yayın tarihleri Türkiye'deki İslami kamuoyu ile eş anlamlı ve ortak tepki gösterildiğine işaret eder:

18.07.2014 tarihli ileti: *Hayalhanem olarak Gazze ve Suriye için Fetih Suresi okuyoruz. Sizler de katılmak ister misiniz?*

18.05.2015 tarihli ileti: *Hiç değişmemişsin Mısır!, Zindanların hala Yusuf'larla dolu..*

03.07.2015 tarihli ileti: *Bu Cuma Doğu Türkistan, Mısır, Kobani, Filistin ve Dünyanın neresinde zulüm gören kardeşlerimiz varsa dualarımız onlarla*

07.12.2017 tarihli ileti: *Kudüs bizler için, 'Selahaddin'in rüyası, Kanuni'nin mirâsı, Abdulhamid'in davasıdır'*

30.08.2017 tarihli ileti: *Arakan'da zulüm gören kardeşlerimiz için 25 bin YÂSİN SURESİ, 25 bin FETİH SURESİ dağıtıyoruz.*

28.01.2019 tarihli ileti: *Yemen, Filistin, Doğu Türkistan fark etmiyor hiçbir şey. Hep aynı zalim hep aynı zulüm.*

14.05.2021 tarihli ileti: *Gazze ateşler içinde.. Dünyanın en acı hüznü yaşıyor, yorgun ve yenilmiş, insanlığımızın üzerine...*

Ayrıca sosyal medya hesaplarında paylaşılan duyurulara göre 20-23 Haziran 2019'da Cuma namazını da içeren bir programla Kudüs seyahati planlanmıştır. (Hayalhanem, 2019a). Ancak bu ziyaretin yapıldığına dair hiçbir bulguya rastlanılmamıştır. Bu, yaptığı her faaliyeti reklam çalışmasına dönüştüren sosyal medya ekibi için olağan bir durum değildir.

Grubun İslami camiada tutunabilmek ve meşruiyet elde etmek için dışardan samimi görünmekle beraber planlı ve özel bir çaba da sarf ettiği düşünülebilir. Bunun için ziyaret mekanizmasının sıklıkla işletildiği söylenebilir. Misafir kabul etme ve misafir kabul edilme Anadolu'da çok önemsenen ve din anlayışı ile de ilişkilendirilebilecek geleneksel bir kültürel motiftir. Ziyaret olgusu, dostluğu geliştirirken rekabet ve çatışma hissini azaltır. Halit Ertuğrul, Nurettin Yıldız, Senai Demirci, Fatih Çıtlak, Ahmet Bulut, Ömer Döngeloğlu, Mehmet Fırıncı, Serdar Tuncer, Muhammed Emin Yıldırım, Metin Karabaşoğlu medyada din muhtevalı konuşmaları ile tanınan isimlerdir. Birbirinden farklı görüş ve mizaca sahip olsalar da onları ortak kılan Hayalhanem kürsüsünden seslenmiş olmalarıdır. Bu isimler web sayfalarında “ziyaretçilerimiz” başlığı ile aynı zamanda grubun referans verdiği, onayladığı isimler olmuşlardır. Yanı sıra İhsan Şenocak, Osman Nuri Topbaş, Mehmet Görmez gibi isimler ve İHH derneği ziyaret edilenler arasındadır.

Mehmet Fırıncı (1928-2020) Said Nursî'nin talebesi olmuş, cemaatte “üç Mehmetler”den biri olarak anılmış, sonraları “Yeni Nesil” grubu olarak adlandırılan Nurcu grubun da liderliğini yapmış olmasından HH için önemli bir referans kaynağıdır. Nurculuk içerisinden gelen eleştirilere cevap olarak onun ve benzeri “Nurcu abiler”in ziyaretleri vitrine konulmaktadır. Medyatik bir isim olmasa da Nurcular içerisinde

sevilen ve “Ünal Amca” diye tanınan Ünal Şaşmaz da bu “abiler”den biridir. Risaleleri HH’yi tanımadan önce de okumuş olan Akif (28, memur) gibi üyeler için heyecan verici bir ziyaretçidir: “Bir Ünal amca var. Risale-i Nur’un en temelinde olan bir insan. Kuran’ların, ezanların yasaklandığı dönemlerden geliyor. O bile Hayal’e sahip çıkıyor, onda bile kabul görmüş bir yer.” ifadeleri ve *bile* edatını kullanış şekli bu misafirlerle ve çekilen videolarla Nurcu camiada adeta bir mevzi kazanıldığını göstermektedir. Ünal Şaşmaz’ın yer aldığı video başlığı: *Biz üfleyeceğiz, Avrupa oynayacak!* şeklindedir. Bu başlık dahi doğrudan İslamcı kamuoyunun bilinçaltına seslenmektedir.

HH’nin Nurcu gruplar arasında en netameli ilişkisi olduğu grup Meşveret cemaatidir. Bunun sebebi grubun liderinin Hayalhanem’i reddeden sözleridir. Said Nursî, vefatından sonra cemaati yönetmek için bir şura meclisi öngörmüştü ve “Ben ölsem veya hayatta şuursuz kalsam, Nurlara karşı hizmetimin tarzını bilerek tam yapabilsinler. Şimdilik T. Mutlu, M. Sungur, C. Çalışkan, H. Bayram’ı ve bir-iki adamı daha mutlak vekilim olarak tayin ediyorum.” (S. Nursî, 2016b) şeklinde bir vasiyet bırakmıştı. Bu sözlerde geçen “mutlak vekil” kavramı, iki grup arasındaki otorite çatışmasına sebep olmuş görünmektedir. Başlarda hüsnükabul gören mutlak vekillik, sonraları özellikle ismi sayılan *eşik bekçilerinin* vefat etmeye başlamasıyla çeşitli tartışmaların odağı haline gelmiştir. 2020 yılında henüz hayatta olan son vekil, Meşveret grubunun “ağabeyi” Hüsnü Bayramoğlu; Hayalhanem vb. yeni oluşumları, laubali oldukları ve Nurculuğu yıprattıkları gerekçesiyle kıyasıya eleştirmiştir. Mersin’de Meşveret cemaatinin bir yetkilisi Cemil (49), MY’ye karşı takındıkları tavrı şu şekilde dile getirmektedir:

Türkiye’de cemaat konsepti belli. Her gün bir cemaat çıkmıyor zaten. Hepsini incelemeye gerek yok. 30 yıldır cemaatin içerisindeyim. Diyelim ki Nur camiası, tarikatçısı şusu busu. İçlerinde mümeyyiz şahsiyetler hep böyle gelmiş, yetişmiş. İçerde bir hikâyesi var. Ama bu adamınsa (M. Yıldız’ı kastediyor a.n.) hiç geçmişi yok. Sıfır. Ancak Youtube’da onları dinleyen bir lise talebesi, olanları böyle göremez ki. (23.02.2020 tarihli görüşme Yenişehir/Mersin)

Alışılmadık tarzda bir cemaat konsepti ile karşılaşıldığı gerekçesiyle şüphe duyulduğu ifade edilmiştir. Fethullahçıların Nurcu camiada yol açtığı tahribata işaret edilerek bu oluşumun da ilkelere aykırı davrandığından bahisle kendilerine zarar verdiği düşünülmektedir. Diğer Nurcular ise temkinli ancak tedricen kabullenici bir pozisyonda görünmüşlerdir. Örneğin Said Nursî üzerine yazdığı kitapları ile tanınan Şekercihan

Derneği hatibi, Metin Karabaşoğlu'nun HH yöneticileri ile iş birliği dikkat çekmiştir. Daha önce A kadro tarafından ziyaret edilen Karabaşoğlu, HH'nin yeni açılan İstanbul ofisinde Youtube'dan canlı yayımlanan bir sohbet gerçekleştirmiştir. Yine Nurcu kimliği ile tanınan Dost TV programcısı Mehmet Paksu da Hayalhanem'in cumartesi sohbetleri için kürsü verdiği isimlerdendir. Anlaşılan HH yönetimi, İslami camiada kalem sahibi insanlara konuşma fırsatı vererek oluşturdıkları *kalabalık* platformun meşruiyetini güçlendirmeye, hatta herkesin kabul edebileceği bir yumuşak güç ve otorite olmaya çalışmaktadır.

HH'nin Türkiye'nin belli başlı büyükşehirlerdeki Nurcu gençlik oluşumları ile bağlantısı, dijital dindar kamuoyunca tartışmalı bir konudur. Her ne kadar organik bir bağ olmadığı söylene de bu oluşumların kurucularının İzmir'de aynı arkadaş grubu içerisinde olduklarına ve orada Risale-i Nur eğitimi aldıklarına dair verilere ulaşılmıştır. Gençlerin Üsküdar'da bulunan Nur Mektebi'nin konseptinden etkilendikleri ve Uğur Akkafa'nın teşvikleri ile bu dernekleri kurduklarına dair bir video kaydı da bulunmuştur (Serhat Kılıç, 2017). Ancak HH yetkilileri diğer gençlik oluşumları ile bağlarının olmadığı yönünde ısrarcıdır. Konuyla ilgili araştırmacı tarafından yapılan gözlemler, mevzuun bu kadar basit olmadığını göstermektedir. Örneğin Mahmut'un (21, lisans ö.) başka takipçilerce de doğrulanan ifadeleri, HH'nin insanların sorgulayacağı izler bıraktığını göstermektedir:

Hayal'dekiler Meskeni (Adana'daki gençlik derneği a.n.) eleştiriyor. Acaba aralarında hiçbir bağ düşünülmesin diye özellikle mi yapıyorlar? Her şeyleri benziyor ama diyorlar ki hiçbir bağlantımız yok. Mantıklı gelmiyor. Zahiren bir bağlantı yokmuş gibi ama var. Serkan Aktaş Hayal'e geldi, ekiple geldiler. Sosyal medyada bağlantılarını göstermezler. Mehmet Yıldız'ın diğerleri ile telefon konuşmaları olurdu. Sait Şaşmaz Bursa'da Hisar Kapısı'nı açmadan oradan iki çocuk geldi. Burada iki hafta sosyal medya eğitimi aldılar. Sonra gidip videoları çekmeye başladılar. Koltuklarına kadar aynı. (19.11.2021 tarihli görüşme Yenişehir/Mersin)

Orhan (21, lisans ö.) Nur Mektebi'nin Hayalhanem'le ilişkisini sorgulayan ve *eskiden bunlar berabermiş* diyen bir gencin HH'nin İstanbul ofisinden alalacele uzaklaştırıldığına şahit olduğunu söylemiştir. Bu ve benzeri tavırlar ülkenin sosyopolitik gündeminden çekinildiğini ve tedbir olarak yalnız anılmak istediklerini göstermektedir. Orhan'a göre "Diğer oluşumlarla bir arada görünmekten çok korkuyorlar. Onlarda bir sıkıntı olursa onlarla beraber görüldüğümüz için biz de yanarız düşüncesi var." Eski

görevlilerden Metin (25, esnaf) ise HH'nin diğer oluşumlarla maddi bağlantılarının olmadığını manevi bağlarını ise bilemediğini söylemiştir.

Nurculuk ekolü haricinde İslami camiada HH'nin ötekisi, nette yapılan gözlemlere göre İsmailağa cemaati ve çevresi olarak tespit edilmiştir. Gazeteci ve youtuber kimliği ile İsmailağa cemaatine 'yakın' kişilerin dijital mecralarda HH'ye karşı operasyonel davrandıkları, Hayalhanem'i sık sık gündemlerine aldıkları müşahade edilmiştir. 2020 Temmuz'unda bazı Twitter hesaplarınca başlatılan kampanya ile HH, *trendtopic* (tt) olmuş ve sosyal medya gündemine oturmuştur. *#hayalhanemdenetlensin* şeklindeki hastag (başlık), kısa sürede binlerce beğeni, paylaşım ve yorum almıştır. Bu hareketliliğin ardında HH muhalifi olarak dikkat çeken, kendisini "Seyyah Medya" muhabiri olarak tanıtan Baki Yaya vardır. Diğer bir dijital aktivist ise "FİMET" (FETÖ ile Mücadele Teşkilatı) adlı hesabı yöneten Süleyman Yasin Akdeniz'dir. Anlaşıldığı kadarıyla MY'nin videolarından alınmış bazı sözler, *sahabeye hakaret*, *etnik bir grubu aşışılama* vb. iddialarla etiketlenmiştir. MY ve HH'yi açıkça itibarsızlaştırma niyeti taşıyan bu kampanyanın grubu zor durumda bıraktığı anlaşılmaktadır. HH, yakın çevrelerin ısrarları sonucu "İftiralara Cevaplar" videosu yayımlamak zorunda kalmıştır. Grubun prestijinde hasara yol açan bu Twitter olayının takipçilere unutturulmaya çalışıldığına dair izlenim oluşmuştur. Öyle ki konu ile ilgili açıklama niteliği taşıyan "İftiralara Cevaplar" videosu dahi yayın listesinden kaldırılmış ve olayın üzerine MY'nin değerlendirmelerini içeren "Akıl Almaz Twitter Olayı" şeklindeki sohbet videosunun ise adı değiştirilmiştir. Anlaşılan bazı karşı hamlelerle, gruptan ayrılan A kadro vakıflara da yapıldığı gibi *silinen/yenilenen hafıza tekniği* uygulanmıştır. Bahsolunan videoda MY, kendi derneklerini genç sahabelerin toplandığı "Darü'l-Erkam"a benzetirken kendileri aleyhine yayın yapanların mekânına müşriklerin toplandığı "Dâru'n-Nedve" yakıştırması yapmaktadır (Hayalhanem, 2020a). Bu küçük çaplı çatışmanın her iki taraf açısından iman-küfür üzerine temellendirilmesi, HH'nin beslendiği damarın partikülarist eğilimleri açısından dikkate değerdir.

Televizyonda Ramazan programları sunan ve Nakşibendiliğin Menzil dergahına bağlılığı bilinen Serdar Tuncer'in ziyareti de ilgi çekicidir (Hayalhanem, 2016c). Bir tasavvuf ehli olarak sohbet yapma tarzı MY'den oldukça farklı olan Tuncer'in ziyareti, yorumlardan anlaşıldığına göre kanalın takipçilerinden çok sayıda beğeni almıştır. Böylelikle Menzil grubuyla iltisaklı gençlerin kanalın abonesi olması için bir sebep

oluşturulmuştur. Tuncer'in de daha sonra *Mymecra* adıyla bir youtuber kanalı kurduğu görülmüştür.

HH'nin Türkiye geneli bir cemaat oluşumu olan Medeniyet Vakfı'nın bileşenlerinden Adana'daki Davetçi²⁹ ile yakın bir ilişki geliştirdiği takibe takılmıştır. Bu yakın temas önce Adana'daki derneğin Mersin'i ziyaretiyle başlamış sonrasında karşılıklı ziyaretler ve MY'nin Davetçi'nin kürsüsünde sohbet vermesine kadar uzanmıştır. Adana/Medeniyet Vakfının yetkilisi Serdar Gürbey (40) ile yapılan görüşmeden onların da MY'ye saygı duydukları anlaşılmıştır. Gürbey, HH'nin netteki çalışmalarından istifade ettiklerini ve onları örnek aldıklarını şu sözlerle belirtmiştir:

Geçenlerde iki genç geldi, Hayalhanem âşığılar. Hayalhanem'in bizi referans göstermesi nedeniyle bize gelmişler, ders halkalarımıza girdiler. Bunun böyle güzel bir yanı var. Onlar sosyal medyadan insanların kalbini ısındırıyorlar. Adana'da Hayalhanem yok, kim var, burası var. Diyelim Konya'da Hayalhanem yok, ne var, camiye gidiyor. Bir hoca ile tanışıyor, bir cemaat ile tanışıyor. Hayalhanem'in bu hizmetinden hepimiz faydalaniyoruz. Bugün bir çocuk bir misafirlğe gitse elinde telefona Instagram'a 100 defa bakıyor. Sayfayı her akıttığında ya bir tasarımlar, bir ayet, hadis orayı doldurman gerekiyor. Bu kardeşlerimiz orayı dolduruyor. (16.11.2021 tarihli görüşme, Seyhan/Adana)

İslami faaliyet yürüten bu iki dernek arasında yine de ciddi bir doktrin, literatür ve yapı farklılığı bulunmaktadır. Gürbey, HH'nin yalnız maneviyat çalışması yapmasını kritik ederek kendi amaçlarının sosyopolitik boyutuna gönderme yapmıştır:

Sizin derdiniz nedir? Sadece insanlar namazlarını kılsınlar yeter mi? Halbuki peygamberimizin derdi bu değildi. Yeryüzünde adaleti tesis edecek bir yapı kurmak. Osmanlı'nın Selçuklunun temsil ettiği gibi disiplinli bir yapının ortaya çıkması. Bayrağı temsil edecek bir cemaat olmak. İhvan bir cemaattir, Mısır'da yeri geldiğinde bir devlet adayıdır. Teşbihte hata olmasın. Bir devleti yönetecek kadrosu vardır. Bunu Mehmet Yıldız'a sorduğumda birinci dediğin, dedi. İnsanlar namazlarını kılsınlar. Rableri ile araları iyi olsun yeter bize dedi. Bizce iyi, ama eksik bir şey. Dijital ortamı teşbihte hata olmasın yem olarak kullanabiliriz. Kardeşi kazandık orada ne yapacağız. Alacağız oradan vakfa. Fabrika gibi işleyeceğiz. Güçlü kılacağız.

²⁹ Derneğin asıl adı bu olmamakla beraber "Hayalhanem" örneğinde internet hesaplarında bu isimle markalaşma temayülünde oldukları anlaşılmıştır. Örgütlenme şekilleri Mısır ihvanından ilham almakta, ayrıca Osmanlı retoriğini sıklıkla dile getiren muhafazakâr bir dernek görünümü arz etmektedir.

Burada HH'nin "ılımlı İslam görüşü" eleştirilmektedir. Ancak pasajda geçen dijital ortamı "yem olarak kullanmak" tabirinin HH için de geçerli olduğu açık ve nettir.

Dijital aktivizm konusunda çalışmaları ile tanınan ve muhafazakâr camiaya hitap eden Said Ercan ile çevrim içi iletişim kurulmuştur. HH ile ilgili soruya "Bir boşluk doldurdular. Dinî açıdan soruyorsanız kusurları çok, yanlış metotları fazla; etkileşim ve gençlik anlamında soruyorsanız başarılılar." şeklinde cevap alınmıştır. Ercan'ın görüşünü İslami camianın görüşüne genelleleyebiliriz. *Çekinceli kabullenme* denilebilecek bu tutum, İstanbul Fatih ve Eyüp'teki STK temsilcileri ile yapılan görüşmelerde de ön plana çıkmıştır. İslami dernek temsilcileri genel olarak çocukları ile aralarındaki kültürel farklılaşmaya vurgu yapmışlar ve nette HH'nin gerçekleştirdiği aktivizmi takdir ettiklerini, onların bir boşluğu doldurduğunu belirtmişlerdir. Kurra Hafızları Derneği Başkanı Muhammet Gülnar (52), kendi yapmaları gereken işi HH'nin yaptığını, bu sebeple minnettar olduklarını ifade etmiştir.

İslami camianın tanınan ismi Adem Özköse (44, gazeteci/yazar) ile yapılan görüşmede ise benzer bir yaklaşım görülmüştür. Hayalhanem'deki gençleri İslamcı olarak görmediğini ancak Müslüman gençler için örneklik teşkil ettikleri ve netteki kötü içeriklere karşı bir alternatif sundukları için takdir ettiğini belirtmiş, youtuber'lık temasını öne çıkarmıştır:

Ben onları takdir de ediyorum. Çocuklarım okula gittiklerinde Enes Batur'u öğrenmişler arkadaşlarından. Baktım iyi bir youtuber değil. Benim çocuklarım onu takip edeceklerine Hayalhanem'i takip etsinler... İslami rapler çok hoşlarına gidiyor mesela. Bu bağlamda kesinlikle bir boşluk var ve Hayalhanem'in yaptıklarını asla olumsuz görmüyorum. (28.08.2021 tarihli görüşme, Eyüp/İstanbul)

Hayalhanem'de misafir edilmesine, medyatik olmasına ve İslami kimliği ile tanınmasına rağmen A. Özköse, HH web sayfasında zikredilen konuklardan biri olamamıştır. Bunu Özköse'nin HH'nin vitrine koymaktan sakındığı siyasi fikirlerini açıklıkla ifade etmesine bağlayabiliriz. Ayrıca İslami söyleme sahip ve bir parti kurucusu olan Sezai Karakoç 2021 Kasım'ında vefat ettiğinde İslami camia onun için peş peşe mesajlar yayımlarken HH'nin takip edildiği kadarıyla sosyal medya hesaplarında taziye iletisi yayımlamaması da dikkat çekmiştir. Oysaki HH kendi dönemlerinde vefat eden tüm "Nurcu abiler" ve Mahmut Usta Osmanoglu gibi diğer

“tarikat ileri gelenleri” için bile taziye iletisi yayımlamıştır. Bu durumu Nurculuk ekolünden kopyalanan taktiksel bir mem olarak görmek mümkündür.

Hayalhanem ekibi, görünürlük ve reklam mantalitesi yönü ile daha mütevazı çizgisi olan *İnsani Yardım Örgütü İHH* ile çeşitli bağlantılar kurmaktadır. Bir Genç İHH çalışanı, HH ekibinin İHH aracılığı ile İdlip-Suriye’deki mültecilere yardım götürme faaliyeti planladıklarını belirtmiştir. Araştırma sürecinde gerçekleşmeyen bu plandaki amacın yardım götürmek mi yoksa *o an, orada* görünmek mi olduğu tartışılabilir. 27 Kasım 2021’de Bursa’da Genç İHH’nin dört gönüllüsünün bir trafik kazası sonucu vefatının ardından HH’nin A kadro ekibi derneğin İstanbul ofisini ziyaret ederek taziyede bulunmuştur. Ayrıca Genç İHH öğrenci topluluğunun daveti üzerine MY, Bolu’da bir üniversite konferansı düzenlemiştir (Peker, 2022). Ardından Bolu İHH temsilcisi MY’ye teşekkür belgesi takdim etmiştir.

HH’nin İstanbul’daki yeni binasına geçmesinin ardından İslami STK’larla ilişkilerini genişletmesi sosyal medya paylaşımlarına yansımaktadır. Ümraniye merkezli “Okur-Der” ile de temasları olduğu görülmüştür. Bu derneğin 19.06.2022 tarihli geleneksel pikniğine katılan A kadro üyeler, Instagram *story* paylaşımlarında “Okur-Der’in düzenlediği piknik organizasyonundaydık. Aynı yolda koşturup aynı istikamette, aynı ortamda bulunmak bizlere şevk verdi...” demiştir. “Yol, istikamet ve ortam” sözcükleri İslamcı kolektivizme dahil olduklarını kanıtlar nitelikte başka bir veridir.

Diğer yandan tüm bu iyi niyet mesajlarına rağmen aynı din etrafında aynı mesajı verenlerin -grup olmanın doğası gereği- otoriteden kaynaklı rekabet ve çatışma içerisinde olmaları işten değildir. Bu konuda dinî grupların aynı hizmet kolunda çalışan seküler firmalardan pek farkı yoktur. Özetle “Meşveret” grubu ve “İsmailağa” çevresi çatışma yönünde, diğer İslamcı dernekler ise içselleştirme, yararlanma hatta örnek alma yönünde hareket etmektedir. HH oluşumu, sahip olduğu teknik üstünlükle iş birliği yaklaşımlarına uzlaşma, kendini eleştirenlere de dışlama yönünde karşılık vererek grup varlığını kabul ettirmeye ve pekiştirmeye çalışmaktadır.

Hayalhanem’i ziyaret eden seküler konuklara da rastlanmıştır. Örneğin popüler müzik sanatçısı olan Cem Adrian bunlardan biridir: *Hayalhanem’i merak edip ziyarete gelen Cem Adrian’a da Risale-i Nur’dan bahsettik hamd olsun.. Sıradaki:*) (Yıldız, 2014) Bir pop müzik ikonunun isminin yer aldığı bu ileti; İslami camiada pek rastlanılmayan, gençlerin hoşuna gideceği düşünülmüş paylaşılan, dikkat çekmek amaçlı sıra dışı bir örnektir. Başka bir şarkıcı örneği ise Murat Kekilli’dir. Kekilli,

Hayalhanem kürsüsünde katılımcılara hitap etmiş dinî içerikli konulara da değinerek bir konuşma yapmıştır (Hayalhanem, 2016b).

Ülkenin gündemine sık sık olumsuz imajlarla gelen dinî teşekküllerden biri olmamak için HH'nin özenli bir gayret gösterdiği anlaşılmaktadır. Özellikle 15 Temmuz olayından sonra dinî gruplar üzerindeki anafora tutulmamak için birtakım *aşırı* tedbirler aldıkları görülmüştür. Tereddüt ettikleri herhangi bir kişiyi “sıkıntılı” ilan ederek o kişinin binalarında belli bir süreden fazla kalmasını istememeleri, bu tedbir düşüncesiyle ilgili olmalıdır. Sıkı tedbirin nedeni sorulduğunda kendilerine zarar verebilecek, imajlarını bozacak bir olayla anılmak istemediklerini açıkça belirtmişlerdir. Bu da Nurculuktan kendilerine tevarüs eden başka bir taktiksel mem örneğidir. Orhan (21, lisans ö.) bu tedbiren uzaklaştırma olayına şahit olduğunu ifade etmiştir:

Bu o zaman Allah'ın bir dergâhı değil. Belli kişilerin tekelinde dönüyor bildiğiniz. ‘Burada misafir sevmeyiz, evine hoş geldin’ diye asmışlar. Üst kata ya da alt kata istediğinde giremezsin ama. Çok korkuyorlar. Herkesten şüpheleniyorlar. Biri bizi eleştirir mi. Toplumda adımız çıkar mı? Kendilerince buna fitne diyorlar. Sırf eleştirdiklerinden dolayı bazı kişilere ‘münafıkâne ahlaklı tipler’ denildiğini biliyorum. (19.11.2021 tarihli görüşme, Akdeniz/Mersin)

1.2.5.2. Siyaset Kurumu ile İlişkileri

HH'nin içinde bulunduğu Nurculuk öğretisinin siyasete dair her ne kadar uygulama yönüyle tartışmalı da olsa iki türlü davranış pratiği geliştirdiği söylenebilir. Bunlardan ilki aslında bir savunma refleksi olan “müspet hareket”tir. Modernite ile gelen akıl ve mantık ölçülerinin geçerli olduğu ve medeniyet ölçüsü de sayılabilecek bir şiddetten uzak olma stratejisidir: “Biz bütün kuvvetimizle dahilde ancak asayişi muhafaza için müspet hareket edeceğiz.” (Nursî, 2016b, s. 456) Diğer bir retorik ise besmelenin farklılaştırılması ile formüleleştirilmiş “*euzu billahi minaşşaytene vessiyase - şeytandan ve siyasetten Allah'a sığınırım.*” (Nursî, 2016c, s. 371) sözünden çıkarılabilecek prensip ifadesidir. Nurculuğun radikalizme karşı olduğu düşüncesiyle *siyasal İslam* yerine *kültürel İslam* içinde değerlendirilmesi gerektiği belirtilse de (Ökten, 2021, s. 311) bu ilkeler, asıl hedeflenen İslami gayenin nihai amacına farklı metotlarla ulaşılabilirliği sağlamaktır. Mahkemeler, hapishaneler ve çeşitli tazyiklerle şekil verilmeye çalışılan, *bağışıklanmış* Nur cemaatinin devletin din politikalarına karşı verdiği stratejik yanıttır. Üretilen bu stratejiler *gerici* yaftası ile ötekileştirilmeye karşı cemaat içindekilere direnç kazandırmak içindir. HH de tıpkı selefleri gibi İslami

camianın uçlarını başka radikal aktörlere bırakarak mutedil görünen bir oluşum izlenimi çizmekte, üstelik bunun için yoğun çaba sarf etmektedir. Söyledikleri, söylemedikleri, yaptıkları, kaçınmaya çalıştıkları ile gösterilen bu çaba; esasen toplum içinde var olma direncinin bir ifadesi, dolayısıyla ilişkileri yönetmenin stratejik bir yoludur ve sonuçta toplumsal iktidar istencinin bir gösterevidir.

Anayasal olarak dinî gruplarla meşru siyasetin birbirini yönlendirmesi ve baskılaması mümkün değildir. Ancak vakıf ya da dernek şeklinde örgütlenen din odaklı grupların STK görüntüsü ile çıkar gruplarına dönüşmesi ve siyasi kamunun bu gruplarla iç içe geçmesi yakın tarihimizde örnekleri sıklıkla görülen bir fenomendir. Dinî grupların manevi hayata dair kendi alanlarına çekilmesi ve orada varlığına müsaade edilmesi, genellikle modern toplumların geldiği son noktayı gösterir. HH, her ne kadar dinî topluma dair geçmişin parlak günlerine sıklıkla referans verse de dinî grup olmanın modern görünümüne (belki de şimdilik) riayet etmektedir. Ancak toplumla kurulan her ilişkide birtakım politik angajmanlarla karşılaşması da gayet olasıdır. Eğer bir grup yaşadığı çevreden kendini aşırı soyutlarsa bazı varoluşsal sorunlarla karşılaşması mukadderdir. HH oluşumu kendisini Türkiye’de yaşanan politik gelişmelerin dışına konumlandırmakta, kendine steril bir alan yaratmaktadır. Fakat dernek yönetiminin kritik ziyaretleri ve misafir ettikleriyle taşıdıkları ortak söylem, e-ticaret sitelerinde kitaplarını pazarladıkları yazarların görüşleri vb. dikkate alındığında grubun zihinsel arka planında yatan siyasi duruş ortaya çıkmaktadır. Bunların hepsi grubun sembolik sermayesi olarak Müslümanların politik dinî kimlikleri ile toplumsal alanlarda varlık iddia etmelerine delildir. Yukarıda sayılan bağlantıları itibariyle HH itina ile kaçındığı politik atmosferin tam ortasında bulunmaktadır. Dernek başkanı F. Ünal’ın 15 Temmuz gibi siyasi bir olaydan etkilenmediklerini söylerken dahi verdiği tepki, politik sterilizasyonun izlerini taşımaktadır: “Beklediğim reaksiyon olmadı bizim açımızdan. Çok daha kötüsünü bekliyordum. Ama biz yolumuza devam ettik. Fethullah Gülen cemaati ile Risale-i Nur’u genelde karıştırıyorlar. Bu genel anlamda zarar veriyor.” Devletle olan diyalogları sorulduğunda F. Ünal, önemli bir Mehmet Görmez ayrıntısı üzerinde durmuştur. Doğrudan Diyanet teşkilatı ile iletişime geçmediklerini ancak eski DİB başkanı Görmez’den gelen teklifle onunla diyalog kurduklarını anlatmıştır:

Diyanet İşleri Başkanlığı ile hiçbir resmî iletişimimiz olmadı. Bu senenin başında eski başkan Mehmet Görmez bizi kurduğu enstitüye çağırdı. Çalışmalarımızdan haberdar olduğunu, takip ettiğini söyledi. DİB başkanı iken bizle diyalog kurmak istemediğini, kendisinin devleti temsil makamında olduğu için o zaman bunun yanlış anlaşılabilceğini söyledi. (05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

F. Ünal, bürokratik işlerin dernek faaliyetlerine göre zamanı daralttığı görüşündedir. Ona göre devlet işleyişi içinde kendi yaptıkları rahatlıkla yapılamaz. Ünal, devlet tipi örgütlenmeye nazaran kendi örgütlerinin daha hızlı, daha işlevsel ve etkili olduğu kanaatindedir. Dinî gruplar arasında yaygın olarak paylaşılan bu düşünce ile Türkiye’de dindar kamunun kendilerine ihtiyacı olduğunu vurguladıkları düşünülebilir. Zira bu ontolojik bir meseledir ve doğrudan politik bir söylemdir. Diğer yandan Ünal, gençlik kamplarını kastederek GSB’nin çağrısına cevap verdiklerini, Milli Eğitim Bakanlığı ile okul seminerleri için protokol imzaladıklarını, İçişleri Bakanlığı tarafından düzenli denetimlerden geçirilen bir dernek olduklarını belirtmiştir.

Video görüntülerinden anlaşıldığına göre diğer pek çok genç gibi MY de GSB projeleri kapsamında Cumhurbaşkanlığı Külliyesi’ndeki programa katılmıştır. İsmail’in (28, esnaf) sözlerine bakarak GSB ile diyalogun ortak projeler boyutuna evrildiği ve başka illeri de içeren planlar üzerinde çalışıldığı düşünülebilir: “Mehmet Abi bir ara bahsetmişti. Bakanlıkla beraber projeleri varmış. Her ilde bakanlığın desteğini de alarak Hayalhanem benzeri gençlik merkezleri açılabilirmiş. Hayalhanem Global adı altında. Her bölgenin merkezi şehirlerinde kurulabilirmiş.” Bu sözlerin sahilliği bir yana gerçekliğe yansıması pek imkân dahilinde değildir. Zira bu durumda Hayalhanem bir devlet projesi, hatta bir hükûmet icraatı şeklinde anlaşılacak ve fazlasıyla siyasallaşmış olacaktır. Hem hukuki karışıklıklar görülecek hem de bugünkü popülarlığına erişmesi büyük ihtimalle düşünülemeyecektir. Yine de Said Ercan’ın “Onlar 15 Temmuz’dan sonra tabandaki gençler bir yere kaymasın diye desteklendiler.” sözünü burada not etmekte fayda var. Zira görünürlüğü ve aktiviteleri bürokraside de takdir toplamış olmalı ki resmî davetli olmadığı halde Batman’daki kitap fuarında, Vali’nin MY’ye çiçek takdim ederek kitap imzalatması gözlerden kaçmamıştır (*batman.gov.tr*, 2021).

Dernek başkanı F. Ünal, güncel siyasete bakışlarına dair soruya demokrasilerde bireysel tercihlerin gizlilik ve serbestlik hakkına atıfla bir cevap vermiştir:

Türkiye’de gündem çok hızlı değişiyor. Neredeyse her iki senede bir seçim oluyor. Ama ben en yakın arkadaşlarıma (İrfan A.-Mehmet Y. a.n.) bir gün dahi hangi partiye oy verdiğini sormadım. Eşime bile bu konuda müdahale etmem. Kabine girdiğimizde vicdanımızla karar vereceğimiz bir şey. Polemiklerden uzak olmak bizim şiarımız. (05.10.2020 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Ünal’ın sarf ettiği “Her kesimden Hayal’e gelirler. Atatürkçüler bile.” sözüyle toplumsal taban bakımından siyaset ayrımı yapmadıklarını belirterek siyasi bir vurgu kullanmak zorunda hissetmesi, Nurculuğun Atatürk’e dair ürettiği reaksiyonu akla getirmiştir. Nitekim netnografik gözlemler sırasında ulusal bayramların HH’nin sosyal medya hesaplarında gündeme taşınmadığı görülmüştür. Örneğin çevrim içi görüşülen Zafer (34, itfaiye çalışanı), ulusal bayramlarla ilgili neden hiç mesaj yayımlanmadığını grup üyelerine sorduğunu ve *bizim işimiz değil* cevabını aldığını belirtmiştir.

HH’nin takipçi ve üye profillerinin ekserisinin toplumun muhafazakâr (mukaddesatçı) ve milliyetçi kesimlerinden oldukları anlaşılmaktadır. Kayseri, Konya, Osmaniye, Kahramanmaraş, Bursa, Siirt, Batman gibi şehirlerin pandemi sonrası kitap fuarlarında başlatılan imza günleri için öncelikli olarak planlaması HH’nin takipçisi olan kitlenin toplumun hangi kesimlerinden geldiğine dair önemli ipuçları içermektedir. Ayrıca fuar sıralarında MY’yi bekleyenlerden çoğunluğun kadınlardan oluşması ve bu kadınların neredeyse hepsinin örtülü olması da diğer bir simgesel göstergedir. Üye ve takipçilerinin gözünde HH’nin siyasi pozisyonuna dair bazı katılımcılarla konuşma imkânı bulunmuştur. Örneğin İsmail (28, esnaf), kendi siyasi görüşü ile hayranlık beslediği HH’yi özdeşleştirme eğilimindedir: “Bu aslında bir bütün, ayrılmaz bir şey. Mantık çerçevesinde düşünürsek hükûmete destek olmalılar. Nitekim Cumhurbaşkanı ile külliyyede görüştüler. Ancak Hayalhanem hiçbir siyasi partinin destekçisi değiliz diyor.” Recep (29, maliyeci) de Said Nursî’nin vasiyetleri gereği birtakım sebepler öne sürerek HH’nin mevcut iktidardan yana olması gerektiği sonucuna varmıştır. Ayrıca “sahih Nurcu” vurgusu yaparak İsmail’le benzer bir görüşü dile getirmiştir:

Risale-i Nur’ların tahrifata karşı devlet eliyle basılması, Ayasofya’nın açılması ve Doğu’da İslami ilimlerle bilimin beraber okutulduğu bir medrese inşa etmek (İslami İlimler Fakülteleri kastediliyor a.n.) Mevcut iktidar Nur talebelerinin memnun olacağı bu işleri hali hazırda yaptı. Dolayısıyla sahih bir Nurcunun siyasi görüşünün nerede olacağı zaten belli. (10.04.2021/Twitter)

Mustafa (31, memur) ise “Dindar nesil, sonuçta iktidar için önemli bildiğim kadarıyla.” diyerek dolaylı da olsa siyasi iktidarın hedeflerinden birinin gerçekleşmesi

için HH'nin hizmet yürüttüğünü düşünmektedir. Başka bir derneğin yetkilisi olan S. Gürbey, HH'nin siyasi partilerden ve politikalarından soyutlanma çabasını takdir ederek "Erdoğan kendisine plaket verse Diyanet çağırıp istişarelerde bulunsa da devletle organik bir bağlarının olduğunu düşünmüyorum. Devletle de barışık durumdalar, hiç etliye sütlüye karışmıyorlar." demiştir. Öte yandan görüşülen katılımcıların çoğunun HH'nin siyasetten kaçınma tutumuna dair Gürbey'e benzer takdir düşünceleri taşıdıklarına şahit olunmuştur.

Bilindiği gibi Türkiye'de siyasi iktidarın dinî gruplara nasıl yaklaştığı hususu, değişken ve tartışmalı bir konudur. Katılımcılardan Adalet ve Kalkınma Partisi gençlik örgütlenmesi ile teması olan Recep'e (29, maliyeci) bu konu sorulmuş, mevcut siyasi iktidarın dinî gruplara karşı tutumunu kendi zaviyesinden şu şekilde aktarmıştır:

Ak Parti bu durumlara, devlete tehdit oluşturmadığı sürece karışmıyor. Bu (HH kastediliyor a.n.), Nurculuk için tehdit oluşturmakta, ben kendim Nur cemaati ile yaklaşık 12 yıldır görüşürüm. Devletten tek bir destek taleplerini bilmem. İhlas kaçır diye çok dikkat etmekte. Evet duymuştum, zannediyorum uyuşturucuyla mücadele anlamında bir proje sunmuş bu dernekler, uzun zaman oldu onun da üzerinden. Bu projelere destek, topluma faydalı olduğu sürece STK ayırt etmeksizin veriliyor. Destek verilmiş olabilir ama bu bir ekol olarak destekleme değil, proje bazlı destektir. (10.04.2021/Twitter)

"İçeride siyaset konuşulan hiçbir gruba katılmam. Hayalhanem'de gördüğüm kadarıyla siyasi konu geçmiyor." diyen Talha'nın (19, lisans ö.) bu ifadesi, HH'nin siyasetten uzak görüntü vermesinin gerekçesi durumundadır. Siyaset; ortalama dindar muhafazakâr bir vatandaş için özellikle 15 Temmuz olayından sonra çokça çekinilen, yaratacağı musibetten korkulan bir fenomen haline gelmiştir. Dindar gençler, darbelerle örülü bir toplumsal hafızaya sahip büyüklerinden aldıkları telkinlerle bu konularda konuşmaktan imtina etmektedirler. Kadir'in (30, memur) "Dışarıdan baktığınızda hiçbir siyaset bulaşmamış görünüyor. O yüzden giderken tedirgin olmuyorsun." şeklindeki sözleri dernek yönetiminin politik sterilizasyon stratejisinde ne denli öngörülü ve başarılı olduğunu da göstermektedir. Yapılan gözlemler grubun siyasi parti tarafgirliği anlamında apolitik olduğunu doğrulamaktadır. Derneğin doğrudan sorumlu olduğu vakıf üyelerin çevrim içi/dışı ortamlarda güncel siyasetle meşgul olduklarına dair bir veriye rastlanmamıştır. Yine de Adalet ve Kalkınma Partisine oy verenlerin de içinde bulunduğu muhafazakâr kitle ile iç içe geçmiş bir *taban örtüşmesinden* söz etmek

mümkündür. Üstelik 15 Temmuz demokrasi nöbetlerine katılan MY'nin *Firavun'a karşı Musaların yanında* retoriğini dev ekrana yansıtılmış şekilde söylerken Sinan Çetin gibi A kadro üyelerin *rabia işareti* yaparken poz vermeleri muhafazakâr-politik kitleyle temasa kayda değer bir örnektir.

1.2.6. İktisadi Boyut: Hayalhanem'de Gelir-Gider Kalemleri

Hayalhanem İlim ve Kültür Derneği, Mersin Valiliği İl Sivil Toplumla İlişkiler Müdürlüğünden DERBİS (Dernek Bilgi Sistemi) şifresi almış, yönetim ve denetim kurullarını oluşturup genel kurul toplantılarını yapmış şekilde, yasal mevzuata uygun işletme ve bilanço hesabı defterleri tutan bir kuruluştur. Dernekler Kanunu, Yardım Toplama Kanunu ve Yardım Toplama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik maddelerine göre HH, bağış ve yardım toplama salahiyyetine sahip görünmektedir.

Dernek yetkililerinin de ifade ettiği üzere HH'nin tüm giderlerini karşılayacak destekçilere ihtiyacı vardır. Yapılan gözlemler en büyük gelir kaleminin bağışlar olduğu iddialarını doğrulamaktadır. Ayni ve nakdi yapılan yardımların takibi, kaydının işlenmesi ve harcanması büyük bir özveri ve özen gerektirecek emek yoğun bir çalışmadır. Videolardan ve paylaşımlardan net olarak okunduğu üzere dernek yönetimini temsilen Mehmet Yıldız'ın ve diğer HH üyelerinin sıklıkla ve çeşitli yollardan *dua istemeleri* iktisadi literatürde *bağış* anlamına gelmektedir. Ayrıca HH'nin İstanbul binasının giderleri hususunda bazı görüşmecilerin ifadesiyle *bıktırarak kadar* çok yardım istenmiştir. Belirli bir süre düzenli olarak paylaşılan “Hayalhanem İstanbul Medresesinin İhtiyaçları Listesi”nden tespit edilebilen kalemler şu şekilde sıralanabilir:

Kiralık Medresenin Satın Alınması, Kira bedeli, Perde, Halı, Koltuk, Mutfak Tezgahı (Akrilik), Kamera, Tente, Yatak, TV, İntercom Sistemleri, Akrilik Corian, Otomasyon Sistemleri, Havalandırma Sistemleri, Mobilya, Dekoratif Duvar Kaplama, Kompakt Lamine Kapı, Ahşap Kapı, Jeneratör, Bahçe Bankları, Bilgisayar ve Ekipmanları, Peyzaj Malzemeleri. (29.07.2022-08.08.2022 tarihli paylaşımlar, Whatsapp/Instagram)

Görüldüğü üzere A'dan Z'ye modern bir dernek binasındaki her şey HH'nin bağışçılarından talep edilmektedir. Videolarda bahsedilen duanın para aracılığıyla somutlaşmış hali de bunlardır. Bağış için takipçilere ulaşmanın temel yollarından biri sosyal medya mesajlaşmaları şeklinde olmaktadır. Takip edilen Instagram hesaplarından bazıları, zaman zaman “Hayalhanem'in en merak ettiğiniz özelliği nedir?” “Sence

huzurlu bir hayatın sırrı nedir?” tarzında *yem sorular* sorup iletişim için DM’yi (direkt mesajı) işaret etmiştir. Araştırmacı tarafından deneyimlenen bu etkileşimin bir planın parçası olduğu, cevabın üstünden bir miktar zaman geçince gönderilen aşağıdaki mesaj ve görselden anlaşılmıştır:

“Selamün aleyküm. Hasan abim.
Bizler Hayalhanem İstanbul Medresemiz için güzel bir adım attık...
-Bu medresinin tamamlanabilmesi, -medresede kalan talebelerin ihtiyaçlarının karşılanması
-ihtiyaç sahiplerine yardım etmek gibi projeler için:
Zekat, fitre ve sadaka gibi hayırlarınızı bu sene Hayalhanem’e ulaştırmak isterseniz eğer göndereceğim hesaba hayrınızı yapabilirsiniz
Sebeup olan yapan gibidir...(Hadis-i Şerif)*
Banka adı: *kuveyttürk *
Hesab adı: *Hayalhanem ilim ve kültür derneği*
Resmî Hesabına
Iban numarası : TRxxx
Hesaba işlem yaptıktan sonra bizlere dekont ile haber verirsiniz sevinirim. Sistemimiz yoğun olduğu için karışıklık olmaması adına teyit edebiliriz ☺”

Resim 7. Instagram DM İçeriği



Yapılan gözlem ve araştırmalar grubun dört çeşit gelirin olduğunu göstermiştir. Bunlar dışında çalışma boyunca başka bir tüzel kişilikten ya da devletten yardım aldıklarına dair bulguya rastlanılmamıştır. Grubun gelir kalemleri:

1-Youtube, Instagram vb. sosyal medya yayın gelirleri: Youtube’da yayımlanan videolarda açık reklam olmaması, HH’nin karakteristik özelliklerinden biridir.³⁰ Dinî içerikli sohbetler esnasında ve arasında uygunsuz içerikli reklamların *oksimoron* (taban tabana zıt) görüntü arz edeceği düşüncesi, dinî videolar paylaşan oluşumların ortak anlayışıdır. Diğer yandan bu yayın politikası takipçilerin gözünde meşruiyeti artıracığından grubun bağış toplama işlevselliğini de artırmaktadır. Ayrıca Youtube’dan gelir elde etmek için tek yol reklam yayını değildir. Uygunluk koşullarını elde edenler için *kanal üyeliği*, *premium gelir ortaklığı*, *ürün rafı*, *süper chat* gibi para kazanma yolları vardır. Dernek yetkilileri, ismi görünmeden bağışta bulunmak isteyenlerin Youtube’un “katıl butonu” ile çeşitli seviyeler sunduğu kanal üyeliklerini tercih ettiklerini belirtmiştir. Ayrıca videolara bir tıkla 20 liralık cüzi bağışların yapılabildiği “süper teşekkür” özelliği de eklenmiştir. Takip edilen Youtube canlı sohbet yayınlarında üyelerin *canlı bağış* yaparak “Altın ve Gümüş Bağış Sitemine” alındıkları ve böylelikle mesajlarının önde görünmesini sağladıkları tespit edilmiştir. Diğer yandan izlenen videoların bazılarının ürün yerleştirme şeklinde uygulanan *örtülü reklam* içerdiği de iddia edilebilir. Instagram için hazırlanan daha çok günlük hayat pratiklerinin işlendiği kısa videolarda çok tanınan bir bisküvi markasının ürününe, indirim marketlerinden birinin ürünlerine ve bir pastane ürün kutusuna rastlanılmıştır.

2- Mehmet Yıldız’ın kitap satışları: Yazarların ilk baskısı yapılan kitaplarından genellikle gelir elde etmedikleri bilinir. Ancak MY’nin geniş takipçi kitlesi, görünürlüğü ve dijital medyadaki reklam çalışmalarıyla çok sayıda baskısı yapılan kitaplarından gelir elde etmesi kuvvetle muhtemeldir. MY’nin gerçek kişiliği ile HH’nin tüzel kişiliğinin birbirinden ayrılması pek düşünülemeyecek şekilde aynileşmesine rağmen diğer gelir kalemleri tüzel kişiliğe yazılırken kitapların gelirlerinde MY için kişisel bir hak doğduğu sonucu da çıkarılabilir. Aynı sonuç Youtube dahil MY’nin kişisel sosyal medya hesapları için de geçerlidir.

³⁰ Zaman zaman bu kaidenin delindiği örneklere şahit olunmuştur. Muhtemelen paraya çok ihtiyaç duyulan durumlar için eski, kısa videoların başında ve video altlarında reklamlar tespit edilmiştir. Bu da videolarda reklam yayımlanmaması ilkesinin istisnalarını oluşturmaktadır.

3- Mybedesten e-ticaret sitesinin kazancı: Grubun sosyal medya hesaplarında gelirlerinin HH'ye kaldığı açıkça belirtilen bir e-alışveriş sitesi vardır. HH fanı takipçilerin özellikle bağış yerine destek olmak için tercih ettikleri akılcı bir yol olarak görünmektedir. Sitede bazı ürünlerin fiyatları diğer satış siteleri ile karşılaştırıldığında daha pahalıdır. Ancak dijital cemaate dahil olan takipçiler, rasyonel bir tercihle buradan alışveriş yaptıklarından onlar için bunun bir önemi yoktur. Uygulaması telefona indirildiği takdirde Mybedesten; kullanıcılara düzenli olarak mesajlar atar, ürünler ve kampanyalar için Whatsapp mesajlaşmasına davet eder. “MyBedesten” adlı e-ticaret sipariş hattına bu uygulama üzerinden bir kitabın fiyatı sorulduktan sonraki üç aylık zaman diliminde “destek ve dua” talebiyle 5 adet mesaj dönüşü alınmıştır. 03.09.2022 tarihli son mesaj, şu şekildedir: *Hasan Abicim bu ay sonuna kadar Hayalhanemin elektrik, su, internet, doğalgaz giderlerinden 37 bin tl civarı ödemesi kaldı. Hayrını zaten yapıyorsun Allah razı olsun senden. Birtakım sıkışıklıklar oldu. Destek olabilir misin?*

4- Takipçi ve gönüllülerden gelen yardımlar: Dinî gruplarda görece az sayıda kişi yardım alır konumundayken çoğunluk yardım yapan durumundadır (Bilgin, 2021, s. 120). HH'de ise yardım yapılmaktan ziyade sosyal medya hesaplarında görüleceği üzere sıklıkla yardım toplanmaktadır. HH'nin en büyük gelir kalemini bu bağışların oluşturduğu düşünülmektedir. Aynı ve nakdî olarak ayrılan bağışların aynı boyutunda grup gönüllüsü ve destekçisi esnaf üyelerin büyük payının olduğu sonucuna ulaşılmıştır. HH'den ayrılmış eski üyelerin aktardığına göre dernek merkezine çok sayıda yiyecek yardımı yapılmaktadır. Nitekim grubun ziyaretçilerine tatlı, çiğ köfte, çerez vb. ürünleri sıklıkla ikram ettiği; hatta kalabalık grupların yemekli toplantılarda ağırlandığı görülmüştür. Eski görevli Metin (25, esnaf), ciddi bir ekonomik kaynak olarak kurbandan bahsetmiştir: “Hayalhanem'i sevenlerden kurban bağışlayan olur. Mesela iki kurban kesiyorsa birini bağışlıyor. Etler Afyon'a gönderilip kavurma olup geliyordu. Deri toplandığı da oluyordu.” Eski görevlilerden biri, derneğin bütçesi için nasıl fedakarlıklar yapıldığının tipik bir örneğini sergilemiştir: “Üniversite, ilk 25 binden tercih edenlere laptop vermişti. Okulun verdiği laptopu dahi vermiştim. Benim için büyük fedakârlıktı.” Bir başka eski üye de telefonunu bağışladığını anlatmıştır. Doktrinasyona uğrayan bazı çekirdek üyelerin emeklerinden başka yeri geldiğinde kendi mallarından da fedakarlık yaptıkları anlaşılmaktadır.

Nakdi bağışlar ise yurt içi ve yurt dışı olarak ayrılabilir. Sosyal medya paylaşımları altında yapılan yorumlara bakıldığında HH'nin kitap satışı yapabildiği Avrupa ülkelerinden de hatırı sayılır destekçisi vardır. Yurt içinden yapılan bağışlar, sosyal medyada paylaşılan hesaplara yatırılabilirdi gibi elden de verilebilmekte ve dernek hesabına kaydedilmektedir. Elden verilen bağışlar ekseriya “kutu toplama” denilen sistemle yürütülmektedir. Grup üyeleri birçok ilde çok sayıda sadaka kutusu dağıtmakta ve bunları geri toplayıp dernek hesabına yazmaktadır. Ali'nin (22, lisans ö.) belirttiğine göre grubu sadece dijital medyada tanıyan çok sayıda birey, özellikle kadın takipçiler, ciddi fedakarlıklarla bu sadaka kutularını doldurmaktadır:

İstanbul'da; Mersin, Tarsus, Adana, Osmaniye ve Antep'te toplam 4000 kutu var diye biliyorum. Bunlar esnaf kutuları. Ev kutuları var extradan. En az bir 5-6 bin vardır rahat. Yurt dışından da bağış var. Aylık 30 bin kutudan geliyor. Haftalık 500 kargo hedefi var. Aylık 2 bin tane kargo. Her kargodan en basiti 20 TL. 40 bin. Kendi kitapları satılıyor. Ondan sonra gelen bağışlar var, e-ticaret var, takipçilere ürünler satılıyor... Bir de insanlardan ısrarla yardım talep ediliyor. Biz önce video atardık. Videoda İ. Abi çatının aktığını anlatıyor. Diyor ki eğer bize yardım etmezseniz hepiniz teker teker ahirette bundan sorumlusunuz. Hazır mesajlar var: “Abicim, ablacım bize yardım eder misin?” Mesajın başına da adını yazıyoruz. Niye? Özel hissetsin diye. 30 kişi oturuyor sabahdan akşama kadar bu işlerle meşgul. Özel zamanlarda. Özel paraya ihtiyaç duyulduğu zamanlarda. Ekonomi böyle işliyor. (24.09.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Halil (24, işçi), gençlerin dikkatini çekecek denli nasıl ürünler sunulduğunu ve bunların büyük bir maharetle nasıl pazarladığını kendi gözlemlerinden aktarmıştır:

2015'te Hayalhanem'e gittiğimizde hiç görmediğimiz şeyler gördük. Elif-Vavlı, “Allah var gam yok”lu bileklikler vardı. Araba kokuları... 10 liraya bir bileklik. Şimdinin 25 lirası gibi. Öğrenci bile olsa cebindeki son para ile alabiliyordu. Biz de kendi derneğimiz için bunu yapalım dedik. Bunları yaptırdıkları firmaya gittik. Ne kadar diye sorduk bize 2 lira dediler. Fabrikadan çıkış 2 lirayken sattıkları fiyat on lira. Şehirlerde, fuarlarda sadece bu ürünler üzerinden kermeslere başlamışlardı. Ciddi getirileri oluyordu. Mybedesten ve Tebessüm Store vardı o dönem. Tebessüm Store³¹ onlar için çok ciddi bir geçim kaynağıydı. (28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

³¹ Grubun “Tebessüm Store” adlı e-ticaret sitesiyle ilişkisine dair dikkate değer bir veriye rastlanmamıştır. Yapılan arşiv taramasında Nisan 2016 tarihli bir Instagram paylaşımında A kadrodakilerin isimlerinin, “hayalhanem, tebessümstore ve mybedesten” sözcükleriyle bir peçete üstüne yan yana yazıldığı bir fotoğrafa ulaşılmıştır. Bir fan hesabından paylaşıldığı düşünülen fotoğraf, Hayalhanem'le ilişkili olan birinin bu e-ticaret sitesi ile de ilişkili olabileceği ihtimalini akla getirmektedir.

Dernek başkanı F. Ünal, Türk milletinin folklorik bir özelliği olan dinî dayanışmaya dikkat çekmiştir: “Yüzyıllardır ihlasla dine hizmet eden hocalara bu millet taraftar olmuş, onlardaki samimiyeti görünce bu hizmetlerin önü açılsın diye malından tasadduk etmiş.” Dindar bireyler, toplumsal anlam içeren değerleri temsil ettiğine inandığı insanları desteklemekten geri durmamış, bu hisler dinî bir geleneğin doğmasına zemin hazırlamıştır. Nitekim derneğe hiç yardım etmemiş, kendisi de bir imam olan Abdullah (47) tasadduk konusunu geleneksel kodları deşifre edercesine açıklamıştır: “Ben onların hiçbir faaliyetine katılmadım. Hiçbir yerlerine üye olmadım. Ama hocam bizim için şunu yapar mısın deseler, yaparım. Kesinlikle, yardıma ihtiyaçları varsa herkesin yardım etmesi gereken bir yer.” Anlaşıyor ki Abdullah gibi daha birçok takipçi, bağışta bulunmak için istenmesini beklemektedir. Bu örnek; HH merkezine hiç gitmemiş, onlarla hiç yüz yüze tanışmamış takipçi üyelerin bile nasıl bir duygusal bağ ve motivasyonla yardım edebileceğini göstermektedir. Bu gerçeği bilen HH mesaj ekibi, yukarıda örneklendiği gibi numarasını aldıkları kişilere “bağış yapar mısınız?” mesajları atmaktadır. Adana’da bir dernek yetkilisi olan S. Gürbey de Anadolu kültüründe önemli bir yeri olan *infak geleneğine* kendi dernek binalarının inşaat tecrübesiyle işaret etmiş, HH’nın da ihtiyacı olduğu maddi kaynağı bulabileceğini belirtmiştir. Bu iddiayı doğrularcasına esnaf üye İsmail (28) HH’de kalan üyeleri dinî geleneğe yaslanarak *ilim talebesi* olarak görmekte ve bizzat kendisi derneğin dinî duyarlılığa sahip iş insanlarında nasıl bir etki yarattığını örneklemektedir:

Oraya gidip oranın işleyişini gördükten sonra hem sadaka hem de zekat olarak yardım ettim. İlim talebelerine zekat düşer. Kurban Bayramı’nda toplanan yardımlar var. Türkiye’de bunu tüm dernekler yapar. Kimse taşın altına elini koymazsa böyle şeyler olmuyor zaten. Şunu da gördüm: Mersin’in zengin sanayicisi, iş adamı oraya gidince bam teline dokunuyor, çıkarıp 15-20 bin birden veriyor. Öyle kişilerden yardım görüyor ki hiç dinle İslam’la alakası olmayan insanlar denk gelmiş, kumbarasını döküp vermiş yani. Arsa alımında da aynı şeyle karşılaşmışlar. (15.06.2021 tarihli görüşme, Mersin)

HH’ye yardım eden gayrimenkul zengini bir iş adamını tanıdığını iddia eden Mahmut (21, lisans ö.), bir zamanlar dernekte görevli kalmış biri olarak iktisadi boyutun derinliğine dair ilginç iddialarda bulunmuştur:

Öyle de zenginler var ki alacağımız şeyler var, ihtiyaçlarımız var, deyince ne kadar lazım diyor; beş bin olsa yeter diyorlar. Adam 50 milyar atıyor. Ya da 350 milyar çek yolluyor. Gerçekten paraya ihtiyaç duyduklarını ısrarla söylüyorlar. Param yok diyen adama dilenci gibi karşılık veriliyor: ‘10 TL’nin bile nelere vesile olacağını bilemezsin.’ deniliyor... Mesela bi tane abiye bizim kahveye ihtiyacımız var. Kahve makinesi alın dediler. Abi araştırıp 6 milyarlık bir makine bulmuş. Fotoğrafını atmış. Biz bi tane baktık onu al demişler. Söyledikleri makine ise 15 milyar. Senin yardıma ihtiyacın varsa en ucuzunu bile kabul edersin. (19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Mahmut’un bahsettiği lüks, gösterişli donanım ve dekorasyon HH’yi yakından tanıyan herkesin dikkat çektiği bir husustur. Bunun 15 Temmuz’un dinî dernekler üzerinde yarattığı tahribat ortamında nasıl başarılabileceği çeşitli spekülasyonları beraberinde getirmektedir. Nitekim araştırmanın ön çalışması olarak yürütülen Hatay’daki dinî derneklerle görüşmelerde dernek temsilcileri 15 Temmuz’un ardından hem üye kaynağının hem de bağış miktarının yarıdan fazla düştüğünü belirtmişlerdir. Dernek temsilcilerinden “dinî hizmetleri bitme noktasına geldiğini” ifade edenler olmuştur. Dinî grup eğilimi olan tipik bir dindar genç Talha (19, lisans ö.), bu süreçte içinden geçenleri gerçekleştiremediğini, güven problemini aşamadığını FETÖ olayına referansla dile getirmiştir: “FETÖ zamanında da gördük hani. Dedem sırf çocukları orada okudu diye bağış yaptı ve bunun cezasını gördü. Kötü bir niyeti yoktu. Bir gün gelir tekrarlanır diye ben de hiçbir yere yardım yapamıyorum.” Olayların iktisadi etkisi derinlemesine analiz edildiğinde, benzer endişeler belirten dernek temsilcilerinin aksine 15 Temmuz’un HH üzerinde neredeyse tam tersi bir etkiye yol açmış olabileceği ihtimali oldukça yüksektir. F. Ünal’ın “*lütuf*” diye tarif ettiği bu durum krizin fırsata çevrilmesi şeklinde anlaşılmalıdır. Hatta “15 Temmuz olmasaydı Hayalhanem olmazdı” yorumlarına da rastlanmıştır. Bu konuda HH’yi yakından tanıyan ve olaya farklı bir pencereden bakan S. Gürbey’in (40) sözleri konuya farklı bir boyut katmıştır:

Ben zamanında FETÖ’ye yardım yapan bir iş adamı olsam, Cumhurbaşkanı ayrılın dediği zaman ayrılısam, bu infak paramı kime veririm? Nurcu olarak vereceğim tek kaynak, ben olsam Hayalhanem’e veririm ya da Sözler Köşkü’ne veririm. Niye, bunlar zaten Nurcu. Gençler ve önü açıklar. El altından teşbihte hata olmasın, alın kardeşim koşturun; kamera mı, radyo mu eksisiniz var. Veririm ben olsam. Dolayısıyla bunun gibi veren birçok iş adamı vardır diye düşünüyorum. (16.11.2021 tarihli görüşme, Seyhan/Adana)

Dernek başkanı F. Ünal, bütün bağışların resmî kanallardan ulaştırıldığını vurgulamaktadır. Bunun yanında eski vakıf üye Ali'nin (22, lisans ö.) ifadeleri mali denetlemelerde derneğin hiç sorun yaşamadığına işaret etmektedir. “Maliyeden bir denetleme oldu. Üç kişi geldiler. Ancak A kadrodan H. Abi var. Adam zaten mali müşavir. Kimin, nerede, nasıl sıkıntı çıkaracağını biliyor. Ona göre düzenliyor her şeyi zaten.” Bu sözler HH'nin mali konularda açık bırakmayacak profesyonellerden yardım aldığını göstermektedir. Bu sözlerden aynı zamanda devlet kurumlarının ekonomik denetim anlamında görevlerini icra ettikleri de anlaşılmaktadır.

Dernekte yapılan harcamalar ise çeşitli ve çok katmanlı olmakla beraber üç başlıkta toplanabilir: 1-Görevlilerin işlerini sağlamak 2-Mekânla ilgili giderler 3-Faaliyetlerle ilgili giderler. Dernekte bütçeyi idare etmenin zorluğunu “vakıf” üye Ahmet ve dernek başkanı F. Ünal, pek çok işlerinin borçla yürütüldüğüne atıfla vurgulamışlardır. Diğer yandan ziyaretçilerin ve takipçilerin gözündeki cazibesini korumak için ne denli bol harcama yapıldığı da ilk bakışta anlaşılmaktadır. Tüketim konusunda muhtemelen uzmanlaşan görevli üyeler bulunmaktadır. Mekânın ambiyansına verilen önem, Hayalhanem denilince üzerinde durulması gereken öncelikli bir konudur. Nispeten küçük bahçelerinde bile yoğun bir çalışmanın izleri görülmüştür. Renkler-çizgiler; duygulara hitap edecek, özellikle orta ve dar gelirli ailelerden gelen gençleri manipüle edebilecek denli modern görünümlüdür. Halkın muhayyilesinde dinî mekân denilince yer etmiş olan yeşil kanonlaşmanın HH'de esamesi okunmaz. Halil (24, işçi) de bu gözlemi doğrulamaktadır: “Göze kulağa hitap edebilecek mimari dekorasyonlar, iç tasarım. Bayağı etkileyiciydi işin açığı. Mutfakta bütün eşyalar Franke, en pahalısı. Halılar Amerikan siparişi idi hiçbir şekilde su geçirmiyordu.” Dünya nimetlerinin gösterişi peşinde olmamak ya da grubun dili ile *ehli dünya* tabir olunan seküler hayatın tersine bir maneviyat kurmak, Ebu Zer El-Gıfârî gibi züht örneklerinin anlatıldığı HH videolarında (Hayalhanem, 2020b) sıklıkla teşvik edilmekte, hatta bu tarz yaşamlar idealleştirilmektedir. Dernek binalarının açıkça lükse kaçacak biçimde son derece modern döşenmesinin söyleme zıt olup olmadığı sorulduğunda kendisi de Kayseri’de bir dernek gönüllüsü olan HH takipçisi Nurullah (24, lisans ö.) varlıklı olmaya karşı dindarlar içinde yanlış bir algı geliştiğini ileri sürerek cevap vermiştir: “İlk sahabeler varlıklı insanlardı. Bu tefrişat lüks değil. Mesela İstanbul’da selatin camiler hep süslü, ihtişamlı yapılar. Hem de birbirine yakın. İsraf denilemez...” Dernek başkanı F. Ünal da gençleri cazibesıyla çeken türkü bar, kafe gibi yerlere işaret

ederek “Onlar dünya için bu kadar yatırım yaparken biz Allah için dayayıp döşemişiz çok mu?” sorusunu sormaktadır. Ancak dine dayanan bir gösteriş fenomenini, cami gibi bir mimari yapıtta tasarlamak ile seküler gençliğin hayatlarının ortasındaki eğlence merkezleri ile kıyaslamak iki farklı bağlama işaret etmektedir. Demek ki HH, taşıdığı dinî söylemle yalnız camide değil seküler mekânlarda da var olmak istemektedir.

İslam’ın dinî değerlerinin genel öğretileri açısından konuya bakıldığında lüks tüketim, gösteriş ve harcamalar tasvip edilmemekte, insanın bu dünyadaki varlığı Allah’a kullukla ifade olunmaktadır (Demirezen, 2010). Oysaki HH’nin, gençler üzerindeki tesirini ve toplumsal gücünü prestij ve gösteriş üzerine kurguladığı görülmüştür. Dindarlığın gösteriş olarak sunulmasını sağlayan beden, dış görünüş, söz, eylem; bireyin çevre, sohbet erkanı ve ziyaretçi sayısı yönleriyle (Okumuş, 2017, s. 65) HH’de açık ve net olarak görünmek ve gösterilmek istenmektedir. Jameson’un (2013) tabiri ile geç-kapitalizmin kültürel mantığına uygun diyebileceğimiz (spektaküler) göz alıcılık HH’nin karakteristiği haline gelmiştir. Bu sebepten bir tiyatro sahnesindeymişçesine performans gösterebilmek için profesyonel ve çalışkan bir ekiple her defasında hummalı bir hazırlık sürecinden sonra kameralar karşısına çıkılmaktadır. HH’nin alışılmadık iktisadi teşebbüsleri; zemininde postmodern tüketim olan, piyasa ile zıtlaşmayan bir İslami anlayışa dayanmaktadır. Öyle ki MY “İslam zenginliğe ve varlığa karşı değildir” diskurunu yükseltirken zor günler geldiğinde ise ceketini bile satarak ayakta kalabilmek öğütlenmektedir (Hayalhanem, 2020a).

HH’nin iktisadi boyutu araştırılırken vakitlerinin tamamına yakını dernek çalışmalarına ayıran A kadronun ne şekilde maiyetlerini kazandıkları sorusu sıklıkla gündeme gelmiştir. Bu konuda başta Hayalhanem muhalifleri ve dernekten ayrılan vakıf üyelerin şüpheli iddialarıyla sıklıkla karşılaşmıştır. Ancak bu konuda asıl önemli veri, dolaylı da olsa Kayseri’den gelmiştir. HH ile denk statüde dijital kuşak Nurcu gençlerin oluşturduğu Kafile İKD sözcüsü, kendi kanalında (Osman Bulut, 2019) kişisel geçimleri ile ilgili iddialara değinmiş ve zımnen dinden para kazanmada bir beis olmadığını belirtmiştir. Videoda varlıklı dindar çevrelerden *senin geçim yükünü alalım, çok daha kolay bu işlerle ilgilen* teklifini defalarca aldığını ancak kendisinin bunu kabul etmeyip yazları Amerika’ya çalışmaya gittiğini söylemiştir. Hayalhanem’e dönülecek olunursa Mehmet Yıldız’ın öğretmen, Fatih Ünal’ın ise fizyoterapist olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda A kadroda arkeolog, işletmeci, sanayici, maliyeci gibi meslek kategorilerinden iş insanları bulunmaktadır. Ancak dernek yöneticilerinin çoğunun kendi işlerini yapacak

vakit bulamadıkları, görüşmecilerce ifade edilmiştir. Dernek başkanı F. Ünal ise zaman kısıtlılığını kabul etmekle beraber gelir getirici kendi işleri, meslekleri olduğunu belirtmiş ancak detayına inmemiştir.

Geçim konusundaki spekülasyonlara karşın araştırma etiği çerçevesinde öznenin kendi ifadelerinin dikkate alınması gerektiğini belirtmek gerekir. Diğer yandan üzerinde durulması gereken iki meseleyi de açıklamakta yarar vardır. Birincisi dernek üyelerinin dernek gelirlerini kullanma yetkisidir. *Dernekler için Yasal Mevzuat Rehberi*'nde Dernekler Kanunu'nun 13. maddesine bakıldığında yönetim ve denetim kurullarının kamu görevlisi olmayan başkan ve üyelerine ücret ödenebileceği yazmaktadır. Verilecek ücret ile her türlü ödenek, yolluk ve tazminatlar genel kurul tarafından tespit edilmektedir. Ayrıca yasal mevzuat dışında HH'nin dinî önder kabul ettiği Said Nursî; Risalelerin okunması, okutulması ve yayılması hizmetine kendini vakfedenler için belli bir miktar ücret tahsis edilmesini öngörmüştür (2016b, s. 448). Her ne kadar bu ödenek, Risalelerin satışından elde edilen gelirin beşte biri şeklinde “tayın bedeli” olarak işaret edilmişse de bu teville açık bir konudur ve üzerinde düşünmeye değer bir veridir. İkinci mesele ise ticaretin doğasında bulunan *tanınırlık ve güven* meselesidir. HH üyeleri kendi kazançlarını derneğin itibarı ile ilişkilendirerek genişlettikleri izlenimi vermektedir. Örneğin “müşterilerimizin güvenini ve desteğini kazanarak bu yolda e-ticarete lider firma olmak” vizyon ifadesini belirleyen e-ticaret sitesi bünyesinde çalışanlar, bu işi yaparken HH takipçileri olağan ve sadık müşterileri olmaktadır. Ayrıca dinî sohbetleri ile tanınan MY'nin neredeyse sohbetlerin aynısını içeren kitaplarını bu popülerlik sayesinde yüksek satış rakamlarına ulaştırabildiği görülmüştür. Ancak dijital medya ile kazanılan bu güven duygusunun tecimsel kullanımı dinî meşruiyet açısından tartışılabilirse de yasal mevzuat açısından illegalite arz etmemektedir.

1.2.7. Etki Boyutu: Kadraj Ucunda Bir Dinî Oluşum

MY ve HH'nin videolarının birçok takipçi tarafından kabul edilen etkileyciliği öncelikle sembolik yansımalarla sahip bir güç olarak kutsaldan kaynaklanmaktadır. Grubun dinî sermayesini oluşturulan bu güç tekrar edile edile toplumsal muhayyilenin başat faktörü haline gelmiştir. Dinsel saygı uyandıran sözcükler ve din büyüklerine dair anlatılar dindar camiada itirazı olmayan bir kabul edilirliliği ve geçerliliği vardır. *Gelenekten tevariüs eden* bu söyleme gücü, nette dolaşıma girmeden modern araçlarla parlatılmaktadır. HH'nin alameti farikası olan teknolojik araçlar; ses, görüntü, efekt

eşliğinde sinematografik bir anlatıma destek sunmaktadır. Bu, MY'nin ve HH medya paylaşımlarının adeta bir 'büyü' ile harelenmesine yol açmaktadır. Hem her geçen gün artan üye ve takipçilerin gözünde İslami söylemin temsilciliğinden kaynaklanan *itibar* hem de bunun algıya hitap eden modern teknolojiyle desteklenmesi gruba dijital rakiplerine göre üstün bir statü kazandırmaktadır. Bahsolunan etkide MY'nin ve çevresindeki çekirdek ekibin gayret ve çalışkanlıkları da katma değer olarak yansımakla beraber sosyal ilişkileri manipülatif yönlendirebilecek bazı ayrıntıların da bilinmesi gereklidir.

Temel strateji, medyanın bir aksiyomu olan popülerlik üzerine kuruludur. MY'nin kitle iletişim araçları bağlamında sarf ettiği *kendimizi yenilemeden yeniliyoruz* sözü medya kullanımında stratejik manevraların öneminin farkında olduğunu gösterir. Ona göre televizyon önce reddedilse de sonra kabul edilmek zorunda kalınmış ancak iş işten geçmiştir. Şimdi yeni medya araçları ile dinî söylemi yaşatmanın ve parlatmanın yeni bir imkânı doğmuştur. HH, dinî dijitalleşme konusunda uzmanlaşmaya çalışan ve gelişmek için her fırsatı kollayan teşekküllü bir *yeni medya makinesi* olarak görülebilir. Dinî sosyalleşmenin yeni bir aracı olan dijitalleşmeyle İslami söylemin iletilmesinde ve tüketilmesinde kolaylaştırıcı ve yakınlaştırıcı bir mekanizma oluşturulmaktadır. Bu ortamda (medyada) alternatif medya anlayışı çerçevesinde skeçler, filmler, müzikler, sohbet videoları üretilmektedir. Zira dindar camianın (bir kısım sekülerlerin de) yaygın olarak paylaştığı üzere dışarıda kötülük dolu bir dünya olduğu düşüncesiyle korunması gereken bir genç kitle bulunmaktadır. Bu, İslamcıların kodlarında var olan “devleti ele geçirerek” yukarıdan aşağıya bir dizaynı değil medyayı ele geçirerek kitlelere ulaşmak stratejisidir. Böylece İslami söylem aşağıdan yukarıya toplumu dizayn edebilecektir.

MY'nin de ifade ettiği gibi birçok dernek ve vakıf ziyaretinde bulunmuşlardır (Hayalhanem, 2020c). Bu ziyaretlerde iş birliği imkânları aranmış ve İslami camiada hüsnükabul görmüş din adamları, dernek başkanları, aktivistler için videolar çekilerek meşruiyetin ve sosyal sermayenin arttırılması çabasına girilmiştir. Ömer Döngeloğlu, Adem Özköse, Nurettin Yıldız, Senai Demirci, Mehmet Fırıncı vb. tanınmış isimler HH merkezinde misafir edilerek *bakın, onlar da bizimle* mesajı verilmiştir. Üstelik bu isimlerin takipçilerinin de HH abonesi olarak kazanılmasının önü açılmıştır.

HH'nin bir strateji hamlesi olarak kamuoyunda dikkat çekeceği düşünülen kişilerin yaşam öyküleri de son yıllarda röportaj formatında ekrana taşınmaktadır. Bu videoların bazıları, kısa bir süre öncesinde yayımlanmasına rağmen HH'nin sohbet videolarının çok üstünde bir beğenme ve görüntülenme sayısına erişmektedir. Röportajı

yapılan kişi de toplum önüne örnek şahsiyet olarak çıkarıldığından karşılıklı kazan-kazan durumu oluşmaktadır. Sadece dindar bireyleri değil toplumun daha geniş bir kesimini de ilgilendiren röportaj videoları analiz edildiğinde 12 tema ile karşılaşılmış, örnek videolar görüntülenme sayısına göre listelenmiştir:

Tablo 2.

Hayalhanem Röportajlarının Temalaştırılması³²

SIRA	İŞLENEN TEMA	VIDEO İÇERİĞİ	ÖRNEK VIDEO ADI	VIDEO TARİHİ ve GÖRÜNTÜLENME
1	Sağlıklı Yaşam	Sağlıklı yaşam, stres yönetimi vb. konularda konuşan uzman diyetisyen ve psikiyatristler	Sağlıklı Kilo Vermenin En İyi Yolu- 30 Günde 10 Yıl Gençleştiren Diyet Prof. Dr. Yavuz Yörükoğlu	8.090.973 görüntülenme 28 Tem 2021
2	Engelliler	Bedensel eksikliklerine rağmen çeşitli zorluklara göğüs geren ve yine de şükreden engelliler	Doktora Yalvardım: Nişanımı Çok Seviyorum Evleneceğiz Ne Olursun Kollarımı Kesme-Bir Şükür Hikayesi	5.361.201 görüntülenme 29 Ara 2021
3	İslami STK	Çeşitli İslami derneklerin temsilcileri	Mehmet Yıldız, Nureddin Yıldız'a Sorulamayanları Sorduk	2.651.669 görüntülenme 6 Ara 2019
4	Olağanüstü Yaratıklar	Cinlerle temas kurmak gibi olağanüstü anlatılara sahip olan kişiler	Cin Musallatı Sorulamayanları Sorduk Rukye Nedir?	1.816.459 görüntülenme 05.06.2020
5	Güvenlik Personelleri	Savaş, çatışma anlatıları ile dikkat çeken JÖH, PÖH gibi emekli güvenlik personelleri	Eski Jöh'e Sorulamayanları Sorduk- "Yıldırım Çarptı Kan Grubum Değişti"	1.349.835 görüntülenme 11 Ağu 2021
6	Sıra Dışı Karakterler	Halk içinde "deli gibi görünen veliler" şeklinde anılan sıra dışı karakterler	Diyarbakırlı Ramazan İslam'ı Anlatmamı Engelliyorlar	1.198.887 görüntülenme 10 Şub 2020
7	Riskli Meslekler	Mesleklerine dair trajik anlatılarıyla dikkat çeken risk grubundaki itfaiyeci, sağlıkçı, bomba imhacısı gibi kamu personelleri	Adamın Kafasının Yarısı Yok Bizimle Konuşmaya Başladı- İtfaiyeciye Sorulamayanları Sorduk	888.921 görüntülenme 4 Ağu 2021
8	Sanatçılar	İslami duyarlılığa sahip görünen şair ve sanatçılar	Ruslar Babamın Cesedini Gözümün Önünde Trenden Aşağı Attılar Nurullah Genç	898.236 görüntülenme 29 Eyl 2021
9	Dini Değişim	Geçmiş yaşantılarındaki kötü alışkanlıklarından kurtulmuş tövbekarlar	5 Yılda 5 Trilyon Kazandım- Dj'likten Çobanlığa	527.5581 görüntülenme 26 May 2021
10	Kanaat Önderleri	Halk arasında fenomen hale gelmiş yine de henüz medyatik kültüre ait olmayan yerel kanaat önderleri	Aşiretleri Barıştıran Seyda	286.506 görüntülenme 9 Eyl 2020
11	Sınav Motivasyonu	Sınavlara hazırlanan öğrenciler için rehberlik uzmanları	Gri Koç'tan Çalışma Kalitenizi Yükseltecek 20 Alışkanlık	239.273 görüntülenme 11 May 2022
12	Spor	Dini yönleri ile ön plana çıkarılan futbolcular	Moussa Sow'a Sorulamayanları Sorduk	176.970 görüntülenme 19 May 2021

³² Hayalhanem Youtube kanalından taranan videoların görüntülenme sayıları son olarak 18.12.2022 tarihinde güncellenmiştir.

Sosyal medyada günlük akış içerisinde çokça izlenen ve beğeni alan bu röportaj videoları, Youtube algoritmaları sayesinde kullanıcıların karşısına kendiliğinden çıkmaktadır. Hızla değişen ve güncelliği çok kısa süren enformasyon bombardımanı altında “hedef kitlenin dikkatini nasıl çekeriz” sorusu, uzmanlık bilgisi gerektiren bir sorudur. Geleneksel cemaat anlatılarındaki gibi yalın bilgi artık ilgi çekici değildir. Önemli olan sunulan bilgi karşılığında karşı tarafın dikkatinin nasıl çekilebildiğidir (Karakulakoğlu, 2015, s. 124). Gözlerin kendilerine çevrilmesi amacı ile dinî bilgi ve tecrübeler popüler medya biçimlerine dönüştürülerek takipçi talepleri doğrultusunda sunulmaktadır. Böylece dinî semboller, pratikler ve inançlar, medya kurgusunun hammadde olarak medyatikleştirilmektedir (Hjarvard, 2008, s. 11). Medyatik bir oluşum olarak HH, yukarıdaki video örneklerinde her olay ve kişi ile İslami söylemin bağlantısını kurmakta ve en sonunda kendini öne çıkaracak kısa ekler yayımlamayı ihmal etmemektedir.

HH’nin sosyal medya pratiğinde dikkat çeken başlıca vurgu, bir Müslüman gencin toplumsal varoluşunun yaşamsal boyutları çerçevesinde anlaşılmalıdır. Bunlardan aile ve evlilik, öğrencilik, boş zaman ve eğlence gibi gençlik meseleleri kapsayıcılığa ve etkileyciliğe sahip konulardır. Sosyal medyada bu tür konulara dair daha önce de sıklıkla kullanılmış ve karşılığı olduğu test edilmiş kısa mesajlar, medya hesaplarında ses ve imajlar eşliğinde paylaşılmakta ve başka kullanıcıların desteği ile mimetik alınılmaktadır. Bu mesajlarla din büyükleri referans verilerek dinî söylem tahkim edilmektedir. Diğer yandan genel geçer mesajlar takipçilerce özelleştirilerek algılanmaktadır. Videolarda MY’nin canlı bir üslupla anlattığı hikâyelerin söylemde karşılığı olduğundan pek çok takipçi için *tam da beni anlatıyor*’a denk gelmekte ya da romantik kullanıcılar tarafından bu manaya çevrilmektedir. Görüldüğü kadarıyla MY sohbetlerinin bir kısmı, kitlenin kendilerini izlemekle “ne kadar doğru bir seçim yaptıklarının anlatılması” üzerinedir. Bazen açık bazense örtülü olan bu mesaj incelikli bir propagandadır. Örgütler, modern beyin yıkama teknikleri çerçevesinde insanları fiziki ikna etmekten ziyade onları kendi değerleri doğrultusunda *yeniden sosyalleşme* sürecine maruz bırakarak psikolojik yönden etkilemektedir (Kirman, 2010, ss. 196-197).

1.2.7.1. Gençlerin Dilinden Konuşmak ya da Yeni Trend Markalaşma

HH'de daha önce de belirtildiği gibi dinî mekânın farklılaşması ve seküler hayata yaklaştırılması önem arz etmektedir. Nitekim mekânın gençleştirilmesi teması, MY'ye ait bir kitapta “gençlerin toplandığı bir Risale-i Nur dershanesi” olarak tarif edilmiştir (Yıldız, 2020, s. 97). Bu sözle diğer Nur cemaatlerinde sadece gençlere mahsus yerler olmadığı, hatta o mekânların ileri yaşta olanların sıkıcı sohbetler yaptığı yerler olduğu düşüncesine gönderme yapılmaktadır. Bir Meşveret yetkilisi Veli (47), bu konuda çizilen imajla *babalar Meşveret'e, çocuklar Hayalhanem'e* şeklinde bir formül-retorik üretilmeye çalışıldığını söylemiştir.

Yapılan görüşmelerde genç katılımcılar; derneği kıyafeti, konuşması ve cari dili ile *kendileri gibi* olanların toplandığı mekân olarak tanımlamıştır. Kadir (30, memur), mekânın birçok çekici özelliğinden tüketime yönelik yanını şu şekilde dile getirmiştir:

Gençlerin istediği birçok şey var orada. Lüks tüketim, gezmeler sıkıyor seni... Günümüzde görüyorsun ekonomik sıkıntılar vs. mutsuz gençler. Onları oyalayacak bir şeyler arıyorlar. Onları oraya yönlendiriyor bu durum. Kebap yiyorsun yazlıkta. Şerbetleri çok güzel mesela. Gezmelere gidiyorsun. Bunlara da para vermiyorsun. Bedava gidiyorsun. (24.05.2022 tarihli görüşme)

Mustafa (31, memur) ise çok tanınırlığın nedenini “*kendilerini simgeleyen araçlara önem vermeleri olabilir*” şeklinde açıklamıştır. Bir firmanın öne çıkması ve kendiliğinden değerli görülmesi için sembollere yaslanması gerektiği bilinir. Mesela en bilinen ticari firmaların hep birer dikkat çekici logosu vardır. Grup logo ve tasarımları da HH için ideal yatırımlar olarak anlaşılmalıdır. HH'nin diğer pek çok gruptan biçimsel farkı, kendisine ait tasarımlara sahip olması ile açıklanabilir³³. Takipçileri etkileşime çağıran hatırdaki kalıcı bir sembol kullanımı onları öne çıkarıyor olmalıdır. Grubun kullandığı logolar şu şekildedir:

³³ Grup logolarının sembolik-etkileşimci ve çağrışımçı gücü son zamanlarda diğer birçok dini grupça keşfedilmiş görünmektedir. Hayalhanem kadar reklam odaklı olmasa da Menzil Grubu'nun “Semerkand” adıyla basın-yayın faaliyetlerinde bulunurken belli bir logo-tasarım kullanması dikkat çekmektedir. Benzer bir uygulama İsmailağa cemaatinin sosyal medya hesaplarında da rastlanmıştır. Bu “marka sunumlu” cemaat olgusunu, dijitalleşmenin piyasalaşmayı kolaylaştıracağı tezine dair birer delil saymak mümkündür.



Resim 8. Hayalhanem Logoları

Kuruluştaki ilk sıradaki logo kullanılırken kuvvetle muhtemel yapraklı ağaç motifinin aktüel bir partinin logosuyla benzeşmesi nedeniyle bu imaj terk edilmiştir. Artık ilk sıradaki logo, paylaşımlarda tercih edilmemektedir. Zira piyasa mantığına göre kimseye benzemeyen ayırt edici bir imaja sahip olunmalı, medyada kullanıcıların tepkisi ölçülmeli, hesap edilmeli ve dramatik değişimlerden kaçınılmamalıdır.

Katılımcıların aktardığına göre HH'nin gençlere cazip gelen diğer önemli özelliği dilidir: “Bu devirde şöyle bir şey var, gençleri etkilemek zor biraz. Normalde iman hakikatlerinden bahsedersin. Ama onların yöntemleri farklı. Hani kardeşleriymişim gibi yaklaşıyorlar. Hiç görmediğim biri bana kırk yıllık dostummuş gibi muamele ediyor.” Akif’in (28, memur) ve diğer birçok gencin anlattığı üzere HH görevlileri, beden dili de dahil pratik dil kullanım becerisine sahiptir. Binaya “dört katlı”, çalışanlara “içeri ekibi”, grubun tüzel kişiliğine “Hayal” denilerek resmîyeti kaldıran, takipçilerle aradaki mesafeyi yakınlaştıran sembolik bir dil kullanılmaktadır. Zamanında sohbetlere düzenli katılan Melih’in (34, memur) söyledikleri, MY’nin dilin psikolojik işlevini kullandığını ve sohbete katılanları motive etmeye çalıştığını göstermektedir: “Kalabalıklar içinde adınızın anılması, sizin özelliklerinizden bahsedilmesi müthiş özgüven verici bir şey. İnsanı onore ediyor.” Örgütün diğerlerinden ayrışmasını sağlayan ve algıyı kolaylaştıran diğer sembolik sermayesi bu kullanılan dildir. MY’nin sıklıkla kullandığı gençlere hitap eden farklı üsluba, “dayının oğlu bir makama oturduğunda sana yok çekiyor” ifadesi tipik bir örnektir (Hayalhanem, 2021a). Dildeki bu değişim, dinî sunuma yansımaktadır. HH’deki bazı gençlerin model aldıkları MY gibi sahip oldukları sokak jargonunu sunumlarına yansıttıkları gözlenmiştir. Böylelikle İnsanların aklından önce psikolojik ihtiyaçlarına -hislerine- seslenilmektedir. Sosyal medyada videolar için tercih edilen dilde buna bariz örnekler vardır. Örneğin video başlıklarının dili pratik ve psikolojik çözümler sunan, sihirli değnek misali tılsım

vadeden ve kestirme bir dildir: “İzlersen Hayatını Değiştirmek Zorunda Kalırsın”, “Kendini Keşfet Bu Güzellikleri Yaşa”, “Yalnız Kadınlar İzlesin”, “Sizi Ortamlarda Zeki Gösterecek Üç Pratik Bilgi”, “Bunu İzleyen İstedığı Derdinden Kurtulur”, “Hayatını Değiştirecek Motivasyon Konuşması”, “Seni Herkesten Farklı Gösterecek Bir Özellik” vb. Bu başlıklar, büyük oranda bir çarpıtmayı, başka bir ifadeyle grup manipülasyonunu içermektedir. Uydurulan başlıklarla takipçilere tabiri caizse yem atılmaktadır. Zira örnekteki başlıkların hiçbirisi dinî bir motif çağrıştırmasa da içerikler büyük oranda geleneksel diskurun tekrarıdır ibaret dinî anlatılardır. Bu dille daha az doğruluk/mükemmellik kaygısı taşımakla beraber niceliksel üretim azmine şahit olunmaktadır. Başka bir örnek, MY’nin kitap tanıtımlarında geçen; *yeni siyer kitabı*, *yeni romanı*, *yeni namaz kitabı* gibi ifadelerdir. Aslında yeni kelimesinin tanımı gereği eskisi de varmış gibi anlaşılabilir bu hatalı kullanımlarda, *yeni* vurgusu ile hedeflenen heyecan üretildiğinden hatadan sarfinazar edilmektedir. MY videoları ve HH paylaşımlarında dikkat çeken diğer bir özellik dilin ispat özelliğinden çok bir edebi yön olan mecaz ve metaforlarla aracılanmasıdır. Buna çok sayıda numunesine rastlanılan Twitter’den seçilen üç ileti şu şekildedir:

* ‘*namaza alarm değil gönül kurulur*’ derler... (Yıldız, 2022b) Gönül alarma benzetiliyor. Cümle; kurulum (sentaks) olarak yanlış olsa bile bu ifade okuyanların zihninde seher vakti, namaz, huşu, bağlılık çağrışımları yaparak mesajı yollayan sayfa editörünün amacına ulaşmasını sağlıyor.

* *Bir kişi, evlendiğinde eşine şu manidar cümleyi kurmuş; “Kimse kimseye itaat etmesin, ikimiz birlikte Allah'a itaat edelim..”* (Hayalhanem, 2022e) Hekimoğlu İsmail olarak tanınan Ömer Okçu’nun “Bir Deliyle Evlendim” kitabından atıf belirtilmeden alınan bu söz, öncelikle kısa bir aşk öyküsü içermektedir. Evlenen kişi HH takipçisi herhangi bir gençmiş gibi düşünülebilir. Cümleden çıkarılacak birçok manipülatif tartışma yerine *Allah* ve *itaat* sözcükleri mesajın kutsal zırhına bürünmesi için yeterli görünmektedir. Zira aranan, romantizmin İslami versiyonudur ve bu mesajın müşterisi, benzer mesajların sıklıkla paylaşılmasından anlaşıldığına göre oldukça fazla görünmektedir.

* *Unutmamak lazım; Olmuş olan, olacak olanlar arasında en hayırlı olandır..* (Yıldız, 2022) Aslında internet kaynaklarına göre İbn-i Arabî’ye ait olan bu sözü sayfa editörü, atıfsız ve tırnak işareti olmadan aktarmakta diğer bir deyişle kendine mal etmektedir. Bu söz, halk arasında “Olanda hayır vardır” denilerek kısaltılmıştır.

Gelgelelim teville muhtaç olduğu aşikârdır ve hangi bağlamda hayır çıkarmak gerektiği açıklanmalıdır. Ancak özet kabiliindeki dinî mesajlar buna uygun değildir. Paylaşım MY'nin hitap ettiği “yaralı gönüllere” yönelik teskin edici mahiyettedir. Zira takipçilerin ona ‘şifacı’ rolü biçtikleri anlaşılmaktadır. Bu durumda bu tür paylaşımların üretilmesi takipçiler tarafından istenilmektedir ve grup için bir görevdir. Yapılan netnografik gözlemler, maddi manevi derdi olanın ve buna çare uman sosyopsikolojik arayış yönelimli bireylerin HH paylaşımlarından daha çok etkilendiği ve onların takipçisi olmaya meyilli oldukları yönündedir. Bu şekilde çok sayıda mesaj alan MY, “unutmamak lazım” kalıbıyla *ruhu bunaltan kötü yaşanmışlıklara ve tercihlere* bir inanç ögesi olan kader gözü ile bakılmasını istemektedir.

Hasan (19, lisans ö.), video içeriklerini “Ahiretimi kurtarmak için bu videoları izlerim. İman esasları var bu videolarda.” diyerek methetmekte ve dinî hayatına yönelik tesirine vurgu yapmaktadır. Hemen hemen her katılımcı, videoların etkileyciliğinden söz etmiştir. Bu kişiler için etki o denli kuvvetlidir ki grubun dijital ekran yüzlerin örnek alan genç liseli ya da mezun takipçiler, işin aslına vâkıf olmadan “ben de böyle olabilirim” hissine kapılıp üniversite tercihlerini HH'nin olduğu Mersin'den yana kullanmaktadır: “İyi puanım vardı. Marmara falan geliyordu. Hayal’i istediğim için Mersin’i seçtim.” (Orhan, 21) “1844. oldum sözel puanda. Marmara, Ankara bile gelirken ben Mersin’i ve İslami ilimleri tercih ettim. Başka bölümlere de gidebilirdim.” (Hasan, 19). Bu gençlerin aynı heyecanla merkezde karşılandıkları söylenemez. Belki de bir daha geleceğini bildiklerinden her gelen ziyaretçinin telefon numarasını almalarına rağmen Hasan’ın numarasını almamışlardır. Her hâlükârda dijital medyada hayal edilen ile bu hayal evinde karşılaşılan aynı olmamaktadır. *Sosyal medyadaki hareketli ve renkli hayatın* HH merkezinde olmadığını sohbet dinleyen gençler de aktarmışlardır. Söylemin kadrja indirgeme kolaylığına karşın eyleme dönüştürülmesi aynı oranda kolay olmamaktadır.

Genç dindarların ebeveynlerinininkine göre görüş ve düşünüş farklılığı, araştırma boyunca karşılaşılmış bir başka unsurdur. Akif (28, memur) kıyafet tercihinine dikkat çekerek diğer dinî grupların gençlere cazip gelmediği konusunda kesin kanaat taşımaktadır: “Maalesef gençlere hitap edebilen bir kuruluş kalmadı. O kadar Kuran, Hadis adı altında hizmet veren yer var ama genç yok. Hiç yok! Çok aşırı katı kuralları var oraların. Kot pantolon yasağı gibi. Günümüzün gençlerine katı kuralları kabul ettirmek zor.” HH'nin dilin gramer yapısına bağlı kalmadan rahat konuşması, saç-sakal

sitilleriyle moda uyması, giyim kuşamdaki marka tutkusu gençlik alt kültüründe konumlandıklarını gösteren unsurlardır. Said Nursî'nin bir strateji olarak ve muhtemeldir ki seküler kamuya hitap edebilmek amacıyla sakal bırakmadığı söylenmektedir. Belki de bugün aynı gerekçeyle HH gençleri sakal bırakmaktadır. Paylaşılan fotoğraflarda neredeyse sakalsız bir HH görevlisi yok gibidir. Zira yerli tarih dizilerinin de etkisiyle zaten dinî kamuoyunda itibar ajanı olan sakal, seküler kesimde dahi zamanla kabul edilirliliği artıran bir fenomene dönüşmüştür. Nurcuların alametifarikası sayılan sarık sarma adeti ise bu gençlerde hiç gözlemlenmemiştir. Görüşülen Meşveret grubu temsilcisi duruma “Takke yok ki sarık olsun” biçiminde gelenekten sapıldığına dair bir itiraz yükseltmiştir. Zira Said Nursî'nin şapka devriminden sonra bile sarıkla dolaştığı ve bu yüzden defalarca mahkemeye verildiği bildirilmektedir.

Gençlerin dikkatini celbeden diğer bir unsur mekândaki tefrişatla kazanılan ambiyandır. Hayalhanem binasının lüks ekipman ve mobilyalarla donatılmış olmasını abartılı bulup bu kadar şatafata ve masrafa ne gerek vardı diyenlere kurucu üyeler savunma olarak “Burada âlemin, dünyanın en önemli meseleleri konuşuluyor. Siz dünyalık zevkler, işler için o kadar masraf ederken insanları çağırmak için biz bu kadar masraf etmişiz çok değil” şeklinde cevap vermektedir. Anlaşılan o ki HH kendini “dünyalık” lüks eğlence mekânlarına alternatif postseküler bir mekân olarak sunmaktadır. İsmail (28, esnaf), mekânın çekiciliğini şu sözlerle vurgulamıştır: “Mehmet Abi söyledi, bazıları burayı diskoya benzetiyormuş. Bu bilinçli yapılıyor aslında, dikkat çekmek anlamında. Bu yeni ve müthiş bir tarz.”

Gençlerin iş bulmaktan başka hatta daha önce eş bulma problemi hem fizyolojik hem de duygusal-kognitif bir ihtiyaç olarak kültüre de yansımaktadır. Toplumca kabul gören bir evlilik için gençler toplumun onayladığı kişileri öncelikle nazarıdikkate alırlar. Örneğin dindar/laşan bireyler yeni jargonla ifade edilirse “haram sevda”dan kaçınırlar. Evlenme her ne kadar bireysel bir mesele gibi gözükse de bir organizasyon içerisinde olanların eş bulma ihtimallerinin arttığını göz önünde bulundurmalıdır. Karşı cinse duyulan “sevdaya uğramış” bir gencin HH'ye gelerek manevi danışmanlık hizmeti almasına dair yönlendirmeler, MY kitaplarında mevcuttur (Yıldız, Aşk 5 Vakittir, 2020, s. 110). Burada verilen hizmet, özendiricilik anlamında bir evlilik rehberliği hizmetidir. Bir nevi *yaşam koçluğu*dur. Bu uğurda kendi çocuklarının sempatisi de kullanılmaktadır. MY'nin kızı için çektiği videolar dinî videolar kadar ilgi görmektedir.

Ali (22, lisans ö.) “Sosyal medyada çocuklarını, sempati için kullanıyorlar. Çocuklarının tatlılığını, güzelliğini. Zaman içinde çocukları da popüler olmaya başlıyor.” demiştir. MY fanlarından bazıları kendi kız çocuklarına MY’nin kızının adı olan *Ecmel Vera* ismini verdiğine şahit olunmuştur. Çocukların sempati amaçlı kullanımının çoklu amaca hizmet ettiği söylenebilir. *Bizim aile hayatımız İslami ve imrenilesi. Siz de bizim gibi olun* mesajı da içerebilir; *benim çocuğum var ve evliyim, bana hayran olan bayan takipçilerim, lütfen kem gözle bakmasın* mesajı da. Eğer ikincisini düşünecek olursak çocuk görseli paylaşımları aynı zamanda ailevi bir koruma kalkanı saymalıdır.

HH’nin gençlerin dilinden konuşuran diğer bir özelliği her zaman ciddilik kasmaması ve mizahi anlatıma yer vermesidir. P. Moss “Bir şeyi komikleştirerek onu erişilebilir kılabilirsiniz” der (Janmohamed, 2018, s. 166). Espri ile karışık bir sözel sunum dinleyenler açısından her zaman daha dikkat çekici ve albenili olmuştur. Eski üye katılımcıların da belirttiğine göre Hayalhanem’de bazı ağır konulu dinî anlatımlar esnasında bile stand-up performansı izlenebilir. Bu, mesela Neslihan’ı (28, memur) etkileyen bir unsur olmuştur: “Salt bilgiden ziyade kişilere yaklaşımları ile insanları cezbediyorlar. Şakacı tavırlar, ikili iletişimler çok iyi işin açığı...” Netnografik gözlemlerde, mizahın öne çıktığı özel eğlenceli video çekimlerinde imitasyon (aşırma) yönteminin kullanıldığına şahit olunmuştur. Bu duruma iki örnek:

* “Survivor”: Akdeniz (Mersin) kıyılarında yat turu ile yapılan bir gezinti sırasında üyeler arasındaki oyunlar “Survivor” programına benzetilerek çekime alınmıştır (Hayalhanem, 2018c).

* “Soğuk Savaş, Gülersen Kaybedersin”: Başka bir Youtube kanalında fenomen haline gelmiş yarışma programının birebir taklidi yapılmıştır (Hayalhanem, 2019b).

1.2.7.2. Sosyal Medyanın Popülist Kullanımı ve Algoritmik Otorite

Dinî gruplar için seslerini duyurmak; mesajı çok sayıda insana ulaştırmak ve daha geniş sahaya yayılmak demektir. Bu *yayılma* eylemi kitle iletişim araçları üzerinden yapıldığında maliyet azaltılmış, etki ise çoğaltılmış olacaktır. Dinsel popülizm ve yeni medyanın gösteri mantığı, “doppler etkisi” denilen (Arıkan, 2020, s. 33) ivmelenmeye dayalı hız etkisi ile HH’nin lehine çalışmakta, her etkileşim bir sonrakini kolay ve hızlı hale getirmektedir. Nitekim bir dijital cemaat olarak Büyük

HH'nin pazarını ifade eden Türkiye'de sosyal medya kullanıcı sayısı, "wearesocial"³⁴ verilerine göre her geçen gün artmaktadır (2022). Said Nursî, bu misyon için kendi zamanında radyoyu hedef göstermişti: "Radyo öyle bir nimeti ilahiyedir ki ona mukabil şükür ise radyo milyonlar dilli bir külli hafız-ı Kuran olup bütün zemin yüzündeki insanlara dinlettirsin." (Nursî, 2016g, s. 367). O, bugünkü dijital çağda yaşamış olsaydı muhtemelen radyo için kurduğu cümleleri sosyal medya için de kuracaktı. Bugün RNK radyo, Nur Radyo, Moral FM, Bizim Radyo gibi radyo istasyonlarına sahip olan Nurcu ekolün yeni *kızıl elması* artık sosyal medyadır.

MY, neden sosyal medya stratejisi geliştirdiklerini ve buna ne oranda değer verdiklerini şu sözlerle gerekçelendirmiştir: "Bizim %10'umuz mekân, %90'ımız sosyal medyaya bakıyor. Sebebi şu, bizimkiler bir kapı çalsa size İslam'ı anlatalım dese sopayla kovalarlar. Ama internetle onların evlerine girebiliriz, dedik. Ne demiş bu çocuk, ne demiş bu genç diye dinleyebiliyorlar." (Hayalhanem, 2017b) Dernek başkanı F. Ünal da aynı tezi işlemiştir: "Ehli dünya bunları kullanıyor. Bazı dini bütün insanlar burun kıvrıyor. Yanlış buluyorum. Biz teknolojiden mahrum kalmamalıyız."

Retorik argümanlar dinî konularda muhatabı etkilemek için sıkça kullanılır. Youtuberlar da eş ansız iletiler marifetiyle söz sanatı, jest ve mimikler kullanılarak insanların duyuşal sahasına hitap eder. Ruhlara tesir etmek için mümkün olduğunca aynı kelimelerin tekrarı yoluna gidilir. Bu tekrarın ispat edilmiş bir hakikat gibi sunulması ve beyinlere yerleştirilmesi şarttır (Le Bon, 2009, s. 103). Örgütlü yapılar, sunduğu sınırlı gündelik hayat içerisinde üyelerin kendi isteği doğrultusunda yeni bir kimlik edinmesi için söyleşme (dinî cemaatte sohbet) sıklığını etkili bir biçimde kullanırlar (Saatci, 2017, s. 421). Tüm bunlar iç sosyalleşme içerisinde bir nevi büyüleme ritüelleri olarak anlaşılabilir. İzleyiciler videolar karşısında çok etkilendiklerini söylerken kendilerinde yarattığı tesirin boyutunu da ele vermektedir. "Peki ikna metodu mu kullanılıyor yoksa propaganda mı" sorusu bu çalışma için önem arz etmektedir. Ya da soruya bir dinî cemaat için hangisi daha öncelikli olmalıdır? şeklinde değer yüklenebilir. Büyük oranda inandırıcı bir iş yaptıklarını düşünen cemaat müntesiplerine dijital ortamın sahiciliği hatırlatılmalıdır. Zira samimi gibi görünen mitolojik anlatımların arkasında çok değişik motivasyonların yattığı durumlara az rastlanılmamıştır. HH medyasında tanıtım

³⁴ Her yıl Ocak ayı verilerine göre yayımlanan istatistiklerde ülkemizde sosyal medya kullanıcısı 68.9 milyon görünmektedir. Buna göre kullanıcılar günlük ortalama 2 saat 59 dk. zamanlarını sosyal medya platformlarında geçirmektedir.

şeklindeki kısa video içeriklerine bakıldığında propaganda metodu öne çıkıyor gibi görünmektedir. Nitekim dinî sohbetin analitiği ve kısa video paylaşımlarının iletisi; bir grubun, fikrin, söylemin üstünlüğünü, ayrıcalıklı oluşunu, hatta eğlenceli oluşunu yansıtan propaganda içerikleri olarak okumak mümkündür. Diğer yandan bireyin günlük hayatını ve toplumsallığını dönüştürmek hedef alınmıyor ise propaganda ile yetinilmesi zordur. MY'nin konuşmalarında 'elinde tuttuğuna inandığı' hakikatlerin bedel isteyeceğini sıklıkla vurgulaması da bundandır. Son tahlilde kendilerine yakın üyelerin bulunduğu Küçük HH için ikna (beyin yıkama), daha geniş Büyük HH için propaganda/reklam tekniğinin kullanıldığı söylenebilir.

Güç sahipleri genel anlamda davranış değişikliği sağlayabilmek için propagandayı yeterli görmezler. Söylem repertuarını farklılaştırıp kişisel hale getirirler. HH'nin da skeç tarzında hazırlanmış Instagram videolarından anlaşıldığına göre bireyin günlük uğraşları ve sorun çözme yöntemleri ekrana taşınarak takipçilerde aşinalık meydana getirilmektedir. *Çaya şeker atmamak, namazda kaçınıcı rekâta olduğunu unutmak, dışarı ilk çıkan arkadaşına çöp attırmak, sabah namazı için birden fazla alarm kurmak, sahur yemeğini kaçırmak, gece karanlığında prize fişi takmamak* gibi günlük anlatılara pek çok kişi yaşamında rastlamıştır. Bunlar muhatap kitleyi, grup sosyalitesine yakınlaştırmamanın ön aşamalarıdır. Sonraki aşamalarda küçük grupta sosyalleşme ikna ile devam eder. Birey adeta benliğini yıkıp yeniden inşa eder. Nurcu olmak amacıyla “büyük bir havuza sahip olmak için bir buz parçası hükmündeki enanietini ve şahsiyetini cemaat havuzuna atmak ve eritmek gerekir” (Nursi, 2016c, s. 106). Nitekim grup şuuru edinmiş bireyin sonradan fikir değiştirmesi oldukça zor olacaktır. Zira birey, grup dışında hiçbir anlam bulamayacaktır. Özet olarak ikna (beyin yıkama) ideolojik bir hayat tarzının stratejik bileşenleridir ve salt propagandanın ötesindedir.

Yapılan gözlemlere göre daha çok Twitter ve Instagram'dan yapılan sosyal medya içerikleri; sohbet videosu özetleri, günlük hayat pratikleri, özlü sözler, gruba özel paylaşımlar, mitsel anlatılar, bilimsel argümanlar, ayet-hadis paylaşımları şeklinde başlıklandırılabilir. Birçoğu dinî hayat merkezli konuları içeren paylaşımlar dinî bilgisi kısıtlı genç muhataplarca kolaylıkla alınılanmaktadır. Birçok katılımcı “dinî bilgimi artırmak için takip ediyorum” derken yorumlarda da kullanıcıların teşekkür mahiyetinde “Allah razı olsun” tepkilerine sıklıkla rastlanır. Oysa aktarılan dinî bilgi yüzeysel, harcıalem, edinilmesi için özel bir çaba gerektirmeyen türdendir.

Diğer yandan HH dikkatleri üzerlerine çekmek için video başlıklarında açıkça çarpıtma yöntemini kullanmaktadır. Aslında başlık sadece bir yemdir. Atılan başlıktaki konu genelleştirilerek geleneksel öğretinin tekrarı yapılır: 2017 tarihli “Sizce Erkeğe Huri Verilen Cennette Kadın Ne Alabilir?” (Hayalhanem, 2017a) başlıklı videonun tanıtımı dikkatleri nasıl üzerlerine çektikleri konusunda örnek bir kullanımdır. Toplumsal cinsiyet algısının cennete yansması minvalinde bir tartışmayı içerdiğini düşündürten ancak geleneksel söylemin düz bir aktarımından başka bir şey olmayan video başlığının altındaki özet metin de aynı kurgusallığın ürünüdür: *Sırat Köprüsünde Eşi Önde Gitti Diye Trip Atan Kadına Türk Denilir. Peki Cennette Erkeklerle Huri Verilirken Kadınlara Ne Verilecektir? Mehmet Yıldız'ın Yeni Videosu Yayında. MUTLAKA İZLEYİN.* ifadeleri yer almaktadır. Benzer başlık örnekleri:

- * Biraz Aklın Varsa Bu Videoyu Sakın İzleme! Aklın Mertebeleri (23 Şubat 2018)
- * Mastürbasyonun Hükümü Nedir? - Kurtulmak İçin Kesin Yöntem (2 Kasım 2018)
- * Hayatınızı Değiştirecek 28 Dakika (14 Şubat 2020)
- * Sadece Kadınlar İzlesin (17 Ocak 2020)
- * Hayalhanemin Gerçek Yüzü (Tüm Çıplaklığıyla) (18 Kasım 2017)
- * Sevgili Olmak Haram İse Nasıl Evleneceğiz (4 Kasım 2015)
- * Buraya Kadarmış Kapatıyoruz- Yüreğin Buna Dayanmaz Sen Git Magazin İzle! (19 Ekim 2018)

HH'nin dinî sosyal medya evreninde öncülüğü ve bugün gelinen nokta itibarıyla bir otorite edinmişliği vardır. “Sosyal medyada dinî kanal denince akla Hayalhanem geliyor. Ehli dünya için bile bu böyle.” Mahmut'un (21, lisans ö.) bu iddiası dernek başkanı F. Ünal'ın ifadesi ile örtüşmektedir. Mahmut'a göre ünlü şef ve lokantacı CZN Burak'ın üzerinde Hayalhanem logosu bulunan bir dinî mesaj paylaşması toplumun seküler kesimlerince de onaylandığını göstermektedir.

Adana'da benzer bir derneğin üyesi Bekir (26), “gzt.com” sitesini örnek vererek “Gzt, TRT'nin. Onu keşfettik denedik ve tuttu.” demiştir. Bu ifadede denenen, vazgeçilen ya da tuttuğu için devam edilen taktikler olduğu anlaşılmaktadır. Metin'in (25, esnaf) ve Osman'ın (21, işçi) ifadelerine göre videoların hangi saatte paylaşılacağı bile hesap edilmiştir. Hasan (19, lisans ö.) ise “Hayalhanem diğerlerine göre daha seri daha güzel (video a.n.) atıyor. Sahabeleri anlatan direk dersler yapıyor. Daha derin dersler yapıyor.” diyerek HH'nin prodüksiyon olarak başarısını bu cümlelerle tasdik etmiş görünmektedir. HH'nin video çekimlerindeki başarısı, kullandığı ekipmanların kalitesine bağlanabilir. Mersin'de akademik bir personelle yapılan görüşmede

üniversitelerin İletişim Fakültelerinde olmayan ekipmanların Hayalhanem'in stüdyosunda olduğu belirtilmiştir. Halil (24, işçi) de bu yorumu doğrularcasına teknolojinin güncelliğine dikkat çekmiştir: “Aslında bir cep telefonu ya da webcam’le de video çekilebilir. Fakat HH bunu yapmıyor. Güncel kameraları takip ediyor. Yeni bir lens çıktığında onu sipariş ediyor hemen. Çoğu film setlerinde görmediğiniz bazı teçhizatları HH’nin envanterinde bulma ihtimaliniz var.” Eski görevli Metin, tüm bu güncelliği ve iyileştirme çalışmalarını grubun misyonuna bağlamıştır: “Teknolojinin en iyisi kullanılıyor. ‘Niye İslam için en iyi teknoloji kullanmayayım’ düşüncesi var.”

Ali’ye (22, lisans ö.) göre sosyal medya sayfaları için seçilmiş üyelerin istihdamı söz konusudur: “Hayalhanemin sosyal medya yorum ekibi var. Ben de ekibe dahildim. Herkes bir sayfaya bakar. Kötü yorumları ayırıyoruz. Abiye gönderiyoruz. O abi hesaba girer, yorumu siler. İnsanların kötü yorumları görmesi kesinlikle istenmiyor. Anında silinir ya da engellenir.” Burada HH oluşumu, sosyal medya hesaplarını özel mülk olarak düşünmekte, istenmeyenleri dışarı süpürmektedir. Dijital medyanın bir simülasyon evreni olarak gerçekliği değiştirebilir, dönüştürebilir bir araç olmasını da hesaba katmak gerekecektir. Bu simülatif gerçeklik uygulaması, HH’nin grup mantalitesine hâkim olmuş, fiziki ortamında, gerçek mülkünde de aynı taktiği prensip haline getirmiştir. HH dernek binası herkes için değil, grubun parıltılı imajına halel getirmeyecek kişilerin mekânıdır.

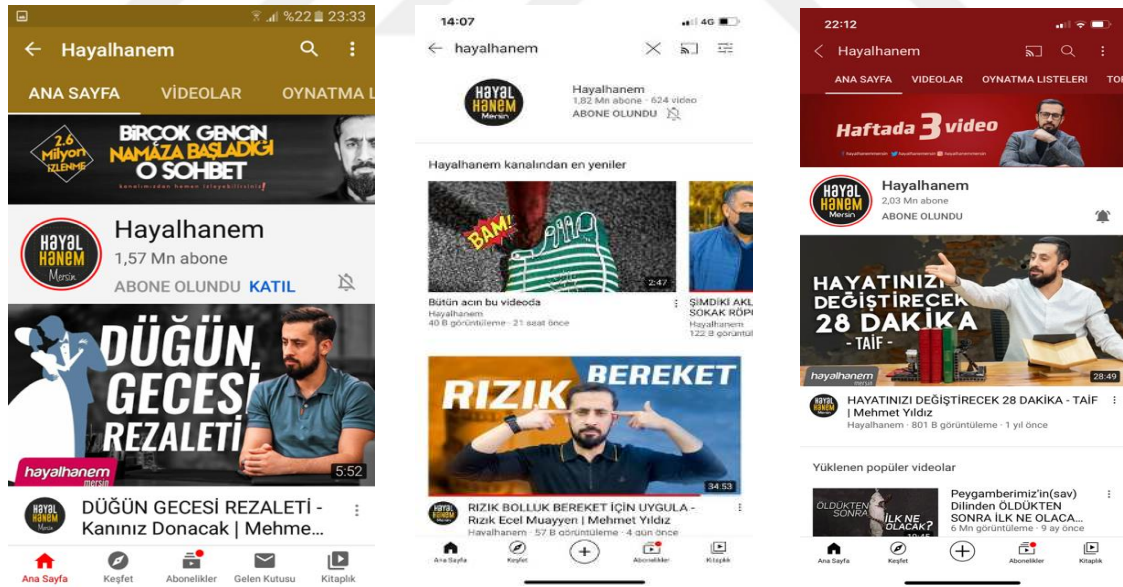
Türkiye’de kullanıcıların gözüyle yeni oluşan sosyal medya kültüründe bir dinî grubun ne kadar takipçisi varsa seveni de o kadar çoktur denebilir. Bu algoritmik ölçüt neredeyse tüm kullanıcılar tarafından benimsenmiş gibidir. Böylelikle dinî grupların hemen hemen hepsinde bulunan ‘güç istenci’, sosyal medyada kendini takipçi sayısı ile gösterir. HH videolarının sonunda görsel efektli “abone olmayı unutmayın” çağrısı ve videolarda üyelerin yazdığı “Videonun daha fazla izlenmesi daha fazla kişiye ulaşması için lütfen paylaşın” mesajları bu çoğalma/büyüme isteklerinin yansımasıdır. Dinî kurumların, varlıklarını devam ettirebilmek amacıyla tüketici odaklı hareket ederek üye sayılarını ve üyelerin katkılarını artırmaya, onları memnun etmeye yönelik ürünler üretmeye gayret ettikleri varsayılır (Selman, 2011, s. 56). Ancak bu popüler algıya karşı duran bir damar da bulunmaktadır. Geleneksel Nurcu kimliğini gizlemeyen Veli (47), sosyal medyadaki albenili çekici tarzı, Risale-i Nurların “mizacına” ters bulmakta ve “Bizim hizmetimizde ihlas ve samimiyet esas.” demektedir.

HH'nin ve MY'nin takipçi artırma amacıyla birçok ünlü ismin de denediği bot hesap satın alma yöntemini kullandığı katılımcıların bazılarının iddia edilmiştir. Bu iddiayı test etmek amacıyla Twitter bloğunda ikili bir 'gözetim çalışması' gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada; 2021 yılının Kasım ayında Hayalhanem'i takibe almış, ancak anonim görüntüleri ve hesap adlarının karmaşıklığı ile şüpheli görülen 33 kullanıcı tespit edilmiştir³⁵. Bu hesaplar, 8 ay boyunca gözetlenmiş (stalk) ve hareketleri kaydedilmiştir. Sonuçta bu hesaplardan yalnızca ikisinin aktif hesap olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer 31 Twitter hesabının aynı zamanda birbiri ile dünya görüşü tutarlılığı olmayan bazı ünlü kişileri de takip etmek için açılmış bot hesaplar olduğu kanaati hasıl olmuştur. İkinci gözetim çalışması ise II. Bölüm Tablo 4'de daha ayrıntılı incelenebilecek Hayalhanem Youtube kanalının takipçi istatistiğidir. Aşağıda ise üç farklı zamanda kaydedilen YouTube abone sayıları verilmiştir:

Tablo 3.

Hayalhanem Youtube Kanalının Kayıt Altına Alınan Üç Zamanlı Takipçi İstatistiği

Kayıt Tarih ve Saati	24 Ocak 2021 / 23:33	25 Ocak 2021 / 14:07	7 Tem. 2021 / 22:12
YouTube Kanalı Abone Sayısı	1.57 milyon	1.82 milyon	2.03 milyon



Resim 9. Araştırmacı Tarafından 24 ve 25 Ocak, 7 Temmuz 2021'de Alınan Ekran Görüntüleri (bkz. Tablo 3)

³⁵ Bu hesaplar, birbiri ile uyumsuz ve dünya görüşü birbirine rakip olan ünlüleri takip etmekteydi. Gözlemlenen sürede takipçileri ya hiç yoktu ya da çok azdı. Ayrıca beğeni veya retweet gibi hareketlere neredeyse hiç girmemişlerdi.

Görüntülerdeki abone sayılarından anlaşılacağı üzere Hayalhanem grubu, Youtube kanalının abone sayısını *14 saat 34 dakikalık* zaman diliminde 250 bin artırmıştır. Gelgelelim 25 Ocaktan 7 Temmuz tarihine kadarki yaklaşık altı aylık süreçte sayı 210 bin değişmiştir. Kuvvetle muhtemeldir ki bu büyüme, tesadüfi ve doğal yollarla oluşmamıştır. Eğer Hayalhanem fanlarının organize bir çalışması yoksa -ki bu ihtimal de bir güne sığmayacak şekilde sınırların çok zorlanması anlamına gelmektedir- istatistik, bize takipçi sayısına dışarıdan bir müdahalenin olduğunu göstermektedir. Bu durumda şu soruyu sormak elzemdir: Neden bot hesaplar HH'yi takibe alıyor ya da HH tarafından kullanılıyor? İnternet kaynaklarına göre bot profiller; algı oluşturmak, kitle iknası, gerçek dışı içerik yayımlamak, etki oluşturmak, mesajları yaygınlaştırmak, gerçek kullanıcılar için “spam” başvurusunda bulunmak, desteklediği kitlenin sosyal medyada sesinin daha yüksek çıkmasını sağlamak gibi amaçlarla yaratılmaktadır (Barojan, 2018). Bu konuda Mahmut’a (21, lisans ö.) ait, uzman kişilerin de dahil olduğunu söylediği takipçi artırma iddiaları anlamlı ve tartışılabilir görünmektedir:

(MY a.n.) Takipçisini yükseltmek için bot hesaplar atıyor kendi hesabına. Zamanında oldu bu yani. Boğaziçili bir kardeş vardı. Sosyal medya işleri ile çok uğraşıyordu. Takipçi satışı falan yapıyordu. Sen diyorsun ki 30 bin takipçi almak istiyorum. Parasını veriyorsun. 30 bin takipçi atıyor senin hesabına. 850 bin takipçisi olan Mehmet Yıldız'ın hikâyelerine 50 bin kişi bakıyordu. Bu normal değil. Çok daha fazlası olması lazımdı. Bu konuda ben eminim... Takipçilerini artırmanın bir başka yöntemi de çekilişlere katılmak. Çağrı Taner'in (16 milyon takipçili a.n.) takipçi etkinliğine katıldığını hatırlıyorum. Diyor ki benim takip ettiklerimi takip edeceksiniz. Onun içinde MY de var. 20 bin koy 600 bin olsun. Hediye çekilişi yap. İş artık popülerliğe gidiyor. Niyetlerinde benim dinî içerikli paylaşımlar; daha çok dikkat çeksin, izlensin de olabilir tabi. (19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

1.2.7.3. Sosyoekonomik Göstergelerin Kullanımı

Çağımızda bireysel özgürlük çerçevesinde düşünülebilecek “kendini memnun etme, kendine iyi bakma” olgusu, ekonomik göstergelerde de ifadesini bulan bir külte dönüştürülmektedir (Özbolat, 2015, s. 20) Hayalhanem merkezinde kalan gençler, bu anlamda küçük bir ekip için oldukça başarılı bir statü seti edinmişlerdir. Araştırma neticesinde derneğin logosu, binası, motorlu taşıtları, elektronik araçları gibi simgesel sermayelerin dışında kişisel saygınlığı pekiştirecek kıyafet, ayakkabı, telefon, saç-sakal tarzı, çanta-gözlük gibi aksesuarlara da çok önem verildiği görülmüştür. Ayrıca -bazı zamanlara özgü de olsa- dilediğin yerden ve hesabını çok da düşünmeden yemek yeme,

alışveriş yapma, herkesin gidemediği gezinti yerlerinde gezme gibi sosyoekonomik sermayeye bağlı serbestlikler, dışarıya bakan yönüyle üyelere failliğin arttığı izlenimi uyandırmaktadır. Eski görevli Orhan (21, lisans ö.), “Giyim ve kokuya çok önem verilir. Birbirini kontrol ederler. Kılık kıyafet konusunda. Eğer yoksa temini konusunda yardımcı olurlardı.” derken bu hassasiyete vurgu yapmıştır. Yine eski üye Halil (24, işçi) grubun varsıllığına dair şu ifadeleri kullanmıştır:

En çok şaşırtan, içerideki son teknoloji cihazlar. Üç dört arkadaşın bir araya gelip yapabileceğinden çok fazlasıydı içerideki... O dönem henüz yeni çıkan kavisli televizyonlardan gırla vardı. İçerdeki dekorasyon çok ciddi akılda kalıcıydı. Donanımı görünce maddi bir sıkıntının olmadığını anladım. Misafirler için envaiçeşit ikram vardı. Çocuklar için çikolata dolapları vardı. Gençlerin gelmesi, özellikle kendi market mağazalarını açmalarına sebep olmuştu. Defterler, kalemler, ayraçlar... bunlarla maddi bir kazanç sağlıyorlardı. Bu kazançlarla yapılmış olabilir mi bütün bunlar? Bence hayır. (28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Halil, kendi fikrinde ekonomik göstergelerin kaynağı konusunda tatmin olmadığını ve şüpheye düştüğünü vurgulamaktadır. Melih’in (34, memur) “Konseptleri lüks üzerine kurulu. Koltuklarından aydınlatmasına, döşemelerinden teçhizatlarına, kameralarına kadar vs. her şey en kalitelisi, en iyi markalar; birinci sınıf olmasına özen gösteriyorlar.” ifadesi ziyaretçiler üzerinde tesir bırakan etkileyciliği özetlemektedir. Yine HH’nin çekirdek grubunu yakından tanıyan Kadir (30, memur), teknolojik cihazlara nasıl çekinmeden para harcadıklarına şahit olduğunu ve bunun kendisini çok şaşırttığını şu sözlerle dile getirmiştir:

Bilgisayar odasının hazırlanmasından bahsediliyordu yanımda. Abi şunlar şunlar lazım, spor sistem ‘gimbıl’ lazım dedi sorumlu kişi. Tamam dedi ‘hallederiz’ denildi. Pahalı bir piyasası olan, ancak büyük prodüksiyon şirketlerinin temin edebileceği bir malzemeydi bu. Sadece bir gimbila bile muazzam paralar harcanıyor, düşünebiliyor musunuz? (24.05.2022 tarihli görüşme)

Grubun yönetici aklı da olan Mehmet Yıldız’ın bu gösteriş ve etiket pazarlamasında nasıl bir rolü olabilir? Bu soruya onun kılığı ve kıyafet seçimi üzerinden cevap vermek mümkündür. Vakıf üyelerin gözünde *hitabeti mükemmel*, *giyimi mükemmel*, *çok çalışkan* şeklinde nitelenen Mehmet Yıldız’ın sosyoekonomik göstergeleri gruba ve takipçilerine yönelik başka bir cazibe unsurudur. Kordonunu kıyafetine göre değiştirdiği “Apple Watch” serisi saati, renkli çerçeve gözlükleri,

neredeysse her videoda değişen markasını özenle gizlediği Hugo Boss ve Lacoste tişörtleri, Beymen gömlek ve kazakları gibi kıyafetleri youtuber takipçisi gençlerin dikkatlerinden kaçmayan simgesel göstergelerdir. *Bandholz sakal tipi* ile izleyicide *modern görünümlü bir Müslüman genç* izlenimi uyandırmakta ve görüntüsü üzerinde özel çalışıldığı anlaşılmaktadır. Su içmek için sıradan bir şişe ya da bardak MY için yakışır kabul edilmemiş olacak ki *Stanley* marka mini termoslar masa üzerinde arzıendam etmektedir. Kendi bünyelerindeki e-ticaret sitesi My Bedesten’de satılan Çin malı termoslara hiç benzemeyen ve vitrine imajın tamamlayıcısı olarak konulan bu bardağın ve giyilen kıyafetlerin takipçiler için bolluk ve refaha dair çağrıştıracı gücü vardır. Videolarda görülmeyen ancak merkeze gelen gençlerin dikkatlerinden kaçmayan başka bir unsur MY’nin kullandığı otomobildir. Yine Kadir’in belirttiğine göre lüks bir sitede ikamet etmektedir. Grup liderinin taşıdığı tüm sosyoekonomik göstergeler, tatmin edilmemiş ekonomik arzulara sahip muhafazakâr gençler karşısında MY’nin “etkileyciliğini ve üstünlüğünü” tamamlamaktadır. Binanın donanım ve teçhizatı da çevrelerinde alışık olmadıkları, kendi imkânları ile erişemeyecekleri bir tarzda olunca yokluk ve yoksunluk içinden gelen gençler adeta kültürel bir ilk çarpılma hissi yaşamakta, bu ambiyans içinde kendilerini özel hissetmektedirler. Manevi açlığın ve grup olma büyüünün yanında bu maddi unsurlar es geçilemeyecek derecede önemlidir ve sembolik etkileşimin potansiyelini göstermektedir. Nitekim üniversiteyi MY ve HH ekibini görmek için Mersin’de tercih eden gençler bu çekim gücünün en çarpıcı delilleridir. Bu çalışmaların katılımcıları olan Orhan (21) ve Hasan (19) gibi başka üniversiteleri kazanabilecekken Hayalhanem’in büyüüne kapılıp Mersin’e gelen hatırı sayılır sayıda genç olduğu düşünülmektedir. Talha (19, lisans ö.) da HH’nin çekim merkezi oluşunu ve kendi motivasyonunu şöyle dile getirmiştir:

Mehmet Yıldız’ın Fatih Yağcı ile ortak yaptıkları videoda pilot kaleminden Allah’ın varlığını ispatladıkları bir video vardı. Başlık dikkatimi çektiği için videoya girdim. Sonra Hayalhanem hep benim için bir hedef oldu. Lise yıllarımda dış hekimliği okumak istiyordum. Dış hekimliğini Mersin’de okuyacaktım. Mersin, Hayalhanem demekti. Dış hekimliği olmadı yazılım mühendisliği oldu. Mersin olmadı Adana olsun dedim, Hayalhanem’e yakın diye. O da olmayınca Elâzığ’a geldik. (27.03.2022 tarihli görüşme/Zoom)

Erkan (20, lisans ö.), Youtube videolarında (kadrajda) diğer dinî mecralardan farklı bir canlılık olduğunu belirtmiş, bir gün kayak kaymaya gidilirken bir gün pikniğe, başka gün okuma kampına dağ evine gitmelerini imrendirici bulmuştur. Talha ise çizilen imaj için “Genç nesli çekmek için elinden geleni yapıyorlar. Dinin bu kadar sıkıcı bir şey katı bir şey olmadığını yansıtmaya çalışıyorlar.” şeklinde görüş belirtmiştir. İsminin hiçbir dinî cemaatte geçmesini istemeyen Talha, hissettiği güven(siz)lik probleminden dolayı “kaçınma” hissine karşın *dilediği dinî hayatı dilediği arkadaşlarla tatil yaparcasına yaşama* arzusuyla “yaklaşma” hissi ile yüzleşmekte ve bu, onda bir gerilime ve iç çatışmaya neden olmaktadır. Açıkça güvenlik-özgürlük paradoksu yaşamaktadır. Hepsi de üniversite okuyan bu gençler; HH’nin dijital medyasının spektaküler yapısından etkilenmekte, dijital kuşak Nurcuları dijital ekranların parıltısı önünde tanımakla zihinlerinde bambaşka bir dinî grup imajı çizmektedirler. Erkan’ın HH’yi içerden tanıyınca “sosyal medyadaki reaksiyon içerde yok maalesef” itirafını da buraya eklemek gerekir. Dijitalin büyüünden yansıyan bu algısal durum, başarılı bir *imaj yapıcı* olarak HH’nin gençlerin hislerine ne denli hitap ettiğini göstermektedir.

1.2.8. Yeniden Tanımlama: Hayalhanem Nedir?

Peki, tüm bu bulguların değerlendirilmesi ve birtakım analizlerin yapılmasından sonra Hayalhanem oluşumu için hangi kavramlaştırmayı kullanmak daha uygundur? Bu bağlamda sahada görüşülen katılımcıların da kullandığı kavramlardan tarikat, cemaat ve dinî şirket (firma) kritik edilecektir:

1. **Hayalhanem Tarikat mıdır?** Tarikatların genel özelliklerine göre (Thompson, 2003, ss. 69-70) bu iddiayı değerlendirmek mümkündür:

- Gönüllülük: HH üyeliğinde yaş gibi seçicilikler söz konusu olsa da nihayetinde ikna edilen üyeler, gruba gönüllü katılırlar.

- Karizmatik otorite: Karizma, lider etrafında halkalanan ve onun ölümü ile sonlanacak olan çekim gücüdür. MY’nin grubun geneli tarafından kabul edilen bir karizması mevcut görünmekte ve onun söyledikleri hususiyle yerine getirilmektedir.

- Grubun üstünlüğü anlayışı: Türkiye’de birçok grup için “seçilmişlik” (selamete erme, hakikate ulaşma), Ehli sünnet anlayışında yer edinmiş haliyle fırka-i naciye (kurtuluşa erecek grup) (Bilgin, 2021, s. 122) anlamındadır. HH’de de bu, gruplaşmanın dayanaklarından birini teşkil eder. Grupların çekirdek kadrosunun açıkça bu hisse sahip

oldukları görülmektedir (Büyükkara, 2007, s. 114). Nitekim dernek başkanına grubun akıbetinin ne olacağı sorulduğunda “kıyamete kadar” cevabını vermesi, bu his bağlamında yersiz değildir.

• Katı disiplin: Üyelerin belli kurallara tavizsiz riayet etmeleridir. HH’de misyoner ruh eşliğinde görev ve ibadet kuralları benimsenmiştir. Kurallar çerçevesinde hareket etmeyen üyeler çekirdek ekipten uzaklaştırılmaktadır.

• Bireyselliğin bastırılması: Geçmişle bağın kopması ve bireyselliğin bastırılması “beyaz sayfa” ve “yeniden doğmak” metaforları çerçevesinde karakteristik bir özelliktir. HH’de görevlilerden yaşamlarının önceki kısımlarına göre anlamlı bir farklılık beklenmektedir.

Hayalhanem yukarıdaki maddelere bakılarak tarikat olarak nitelendirilebilir. Üstelik söylem ve kimlik bütünlüğü örtüşmektedir. Ancak tarikatlarda olmayan birtakım yeniliklere de sahiptir. Bilindiği gibi tarikat tipi yapılar “tekke ya da dergah” denilen belli bir mekâna bağlılık gösterirler. Hayalhanemin de hizmet üretimi görünüşte “dershane” denilen mekâna bağımlıdır. Nitekim “Derneğiniz bir gün kapatılır, bu binayı kullanamaz hale gelerseniz ne yaparsınız?” şeklindeki soruya dernek başkanı sosyal medyanın gücüne işaretle, “45 metrekaare çayımızı içecek bir yer bulur yolumuza devam ederiz.” demiştir. Ancak Hayalhanem’in kadınlar dahil, dernek binasına hiç gelmemiş üyeleri mevcuttur. Günümüzde artık dijital mecralarda da dinî aktivite gerçekleştirilebilmektedir. ‘Siber-tekke’ de denilebilecek ses ve imajın her yerde olduğu bu farklı form, Hayalhanem için de söz konusudur. Diğer yandan ülkemizde tarikat kavramı, tasavvufi ekollere bağlılıkla beraber kullanılmakta ve silsile halinde köklü bir geçmişle anılmaktadır. Oysaki Nurculuk, her ne kadar çeşitli tarikat ritüellerine yaklaşmış olsa da tasavvuf yolunu takip eden bir ekol değildir. Said Nursî, tarikat geleneğinde eğitim almış olmasına rağmen “zaman, tarikat zamanı değil” retoriği ile, hayattayken klâsik tarikat örgütlenmesinden ayrı bir çizgi benimsemiştir (H. Arslan, 2012, s. 49; S. Nursi, 2016b, s. 28; Kısakürek 1965’ten akt. Karabaşoğlu, 2017, s. 325).

2. Hayalhanem Cemaat midir? Literal anlamda cemaat, Türk toplumundaki dine ilişkin cari kullanımının fevkinde, yalın anlamıyla topluluğu karşılar. Bu haliyle bile cemaatin onlarca tanımı yapılabilir. Kavram sözlükte, *ortak değerlerin ve inançların çok kuvvetli bir şekilde paylaşıldığı, toplumsal bağın çok güçlü olduğu, ancak küçük ölçekli ve yerel özelliğe sahip bir toplumu, ideal tipi veya modeli tanımlamaktadır* (Kirman, 2016, s. 56). Cemaat kavramı ile birlikte düşünülen duygu ve

amaç birliği, samimiyet ve informel ilişkiler Hayalhanem çekirdek grubunda rastlanmaktadır. Nitekim literal anlamıyla kullanıldığında hiç şüphesiz HH çekirdek yapısı (Küçük HH) biz şuuruna sahip bir topluluktur ve belirli bir aidiyeti barındırır. Onun için “mikro cemaat” denilebilir. Zaten bireylerin dini yaşamak için daha yakın ilişkilere, samimiyete; mikro grupta olmaya ihtiyaçları vardır. Bir keresinde kapıda görevli olan bir gencin HH’de kalanların *bir aile olduğunu* anlattığı bir konuşmaya denk gelinmiştir. Ancak dışardaki üyelerin ve takipçilerin çoğu, aile niteliğindeki bu küçük cemaat kategorisine konulamaz. Zira onlar takipçi olsalar da sıkı aidiyet duyguları taşımamaktadır. Belirli bir sürekliliğe sahip olunamadığı, dijital katılımcıların ifadelerinden de anlaşılmaktadır. Semboller etkilidir ancak uzun süreli ve derinliğine etki edecek düzeyde işlememektedir. Aynı zamanda dijital üye ve takipçilerin tekil yokluğu, grupta hissedilecek bir anlam boşluğu yaratmaz. Bu geniş halkada; güçlü bir aidiyetin olmadığı, yüz yüze ilişkiler olmadan da toplumsallığın ve yardımlaşmanın geliştirilebildiği müşahade edilmiştir. Ancak Hayalhanem’in geniş bünyesinin (Büyük HH) diğer üye ve takipçilerin iletişim şekliyle dolaylı *dijital cemaat* olduğu göz önüne alınırsa yerel olmaktan çıkmaktadır. Avrupa şehirlerinden Orta Asya ülkelerine kadar Türkçe konuşulan her yerden dijital takipçiye rastlanılmıştır. Diğer yandan soruya din vurgusu katıldığında grubun yetkililerinin de kabul ettiği üzere HH’yi daha geniş dairede Nur cemaatinin (makro cemaatin) bir şubesi olarak saymak da mümkündür.

3. Hayalhanem Dinî Şirket midir? Şirket veya firma, yasaya uygun olmak kaydıyla iki ve daha fazla gerçek ya da tüzel kişinin bir araya gelip emek veya mallarını müşterek (ortak) bir amaç ve sözleşme ile birleştirmeleri sonucu ortaya çıkan tüzel kişiliktir. Ayrıca şirket tanımında, *uzmanlığa veya meziyete dayalı olarak oluşan yönetici elit sınıfa ve anonim sermayeye* vurgu yapılmaktadır (Marshall, 2009). HH için gözlemler sonucu tespit edilen yapısal özellikler dikkate alındığında çevrim içi videolar marifetiyle üretim yapan, bilgisayar tabanlı ağlarda bunu tüketime sunan, anonim sermayeye sahip, maneviyat temelli bir şirket ya da firmadır, denilebilir. Hiç şüphesiz bu eylemsellik, (dinî) piyasanın arz-talep dengesi gözetilerek oluşturulmaktadır. Özellikle kâr amacı güdülmeyeceği iddia edilse de öz sermayesini (mülk, eşya, teçhizat) her geçen gün arttıran, tanınırlığını aynı ve nakdî yardımlara ve yaptığı yatırımlara borçlu olan bir yapıyla karşı karşıya olduğumuz rahatlıkla söylenebilir. Ne var ki tüm bunlar üyelerce Said Nursî’nin “şirketi maneviye” tabirinin teviliyle de açıklanabilecektir. Hayalhanem, şüphesiz kapitalizmin çağdaş örgüt yapısından bir hayli

esinlenilerek oluşturulan organizasyonel bir “marka sunumu” gerçekleştirmektedir. Gelir, gider, iş, iş bıraktırma, ürün, üretim, tüketim, tüketici, çalışan, yönetici, satış, ekipman, operasyonellik, yatırım, kaynak, sermaye vb. çağdaş bir şirketin neredeyse tüm kavram setlerine sahip dinî bir oluşumdan söz etmek mümkündür.

Bazı şirketler güçlerini ve önemlerini vurgulamak maksadıyla etkileyici binalar inşa eder ve böylece akılda kalıcı olmaya çalışırlar. Bu binaların tefriş ve dekore edilme biçimleriyle de bazı ayrışmaları ve kültürü vurgulamak isterler. Hofstede işyerinin mimari özelliklerini statü sembolü olarak vurgular. Yönetici ofislerinin büyüklüğü, bulunduğu katlar, araçlarının park alanları, yöneticilerin dinlenme yerleri, mobilyaların büyüklüğü ve kalitesi, yuvarlak masalar hep bir mesaj taşırlar. Bir örgüt ortamında yöneticinin ve örgütün duvarlarını dolduran tablolar ve resimler, vb. de çeşitli anlam ve mesajlar içeren kültürle yakından ilgili olmaktadır (Şişman, 2014, s. 69) HH ise fizikî ve siber uzam yönüyle bu sembolik değerleri içerir. Hayalhanem, her ne kadar ciddi yapısal benzerlikler olsa da özel teşebbüs veya devlet korporatizmi şeklindeki bilinen iş dünyasından özellikle toplumsal algı yönüyle ciddi anlamsal farklar da arz etmektedir.

Burada yeni çağın postmodern kültüründe gayet doğal karşılanan sosyal göstergeler sorgulanacak olursa Hayalhanem hem tarikat hem cemaat hem de şirket özelliği göstermektedir. Ancak diğer ikisi çeşitli yönlerden tartışmalı olmakla beraber ekonomik varoluş dikkate alındığında HH, en çok manevi yönelimli şirket kavramına yakın durmaktadır. Nitekim neden diğer şehirlerde var olmadıkları sorulduğunda henüz o derece “büyümedikleri” belirtilmiştir. MY, 16.06.2021 tarihli görüşmede “bugünkü desteğin üç beş katı daha olursa yeni yerlere ve yeni insanlara ulaşabileceklerini” söylemiş, F. Ünal da bu haliyle bile derneğin kurumsal ve malî işlerini takip etmenin zorluğundan bahsetmiştir. Görüldüğü üzere manevi temelli bir dernek olan HH’nin varlık kesp etmesi büyük oranda iktisadi girişim ve idareye bağlı görünmektedir. Belki de bu yüzden HH’ye daha yumuşatılmış bir tabirle “marka sunumlu cemaat” demek yerinde olacaktır. Onun yeni görünümlü bir oluşum olması da buradan gelmektedir.

Bir kısmı çevrim içi gözlemlerden oluşan etnografik araştırmanın nihayetinde, henüz 1983 yılında bahsedilen “insan duygularının ticarileşmesi bağlamında dinî duyguların yönetimi” (Hochschild, 2012, ss. 259-262) ile karşılaşıldığının altı çizilmelidir.

BÖLÜM II

DİJİTAL MEDYA, M-NESLİ VE NURCU KOLEKTİVİTE

2.1. Dijitalliğin Yükselişi

19. yüzyıl teknolojik birçok icadın yüzyılı olmuştur. 1830’larda fotoğraf ve telgrafla başlayan icatlar; daktilo (1860), telefon (1876), sinema (1894), manyetik bant kaydı (1899) ile bir silsile oluşturur. 1906’daki radyo ve nihayet 1923’teki televizyon bir iletişim aracı olarak insan hayatında derin iz bırakacak icatlardır. “Gutenberg galaksisi” tabir olunan basılı medya, kitaptan başka ansiklopedi, gazete ve dergi ile toplumu bilgilendirme ve kitleleri yönlendirme karakteri ile etkili bir ideolojik araç halinde kullanılıyorken sesli ve görüntülü medya teknolojileri daha yaygın propaganda imkânı vermiştir. İnsanlar, konvansiyonel medyayı bu etkileyciliği ile bir savaş aleti gibi kullanmaktan geri durmamıştır. Özellikle *sihirli kutu* (magic box) televizyon, başat kültürel form haline gelmiş ve mucitlerinin tahminlerinin ötesinde bir *mimesis* yaratmıştır. Görüntülü medyada kullanılan reklam teknikleri ile kapitalin uzanamadığı coğrafya neredeyse kalmamış gibidir. Yalnız burada batılı demokrasilerin kurduğu söylemin tersine bir kullanım pratiği söz konusudur. Zira analog medya, akış hareketini doğrusal düzlemde yapar ve sokaktaki vatandaş bu akışa çoğunlukla katılamaz. İleti tek bir kaynaktan kitlelere yayılır ve geri dönüt alınsa bile eş anlı veya aynı oranda etkili ve yaygın bir reaksiyon imkânı vermez. Belki başka kanallardan iletiye cevap fırsatı doğsa bile bir fırsat eşitliği söz konusu değildir. Mesela gazete kitleye önceki günlerin haberlerini iletebilecektir. Televizyon yayın akışına akla gelen en hızlı dönüt için başka bir kanaldan, bir telefondan, bağlanmak icap edecektir.

Fotoğrafla elektriksel bir kablo mesajlaşması olan telgrafın birlikteliği 20. yüzyılda televizyonda temsilini bulan bir iletişim sistemini ortaya çıkarmışken 1960’larda “transistör” adı verilen minik bir elektronik devre elemanının icadı, dijital teknolojileri de içinde barındıracak olan bilgisayarların önünü açmıştır. İşitsel ve görsel öğelerin 0 ve 1 sembolleri ile ikili sayısal verilere dönüştürülüp kodlanarak bilgisayar ortamına aktarılması ise “dijitallik”tir. Oysa dış dünyadaki değişkenler 0 ve 1 gibi ikili değil daha farklı ve çoklu değerlerle tespit edilir. Örneğin termometre aleti analog bir cihazdır. Analog ile dijital arasındaki dikotomi, fotoğraf makinesi ile daha anlaşılır açıklanabilir. Sürekli gelişen ve küçülen analog makinelerde fotoğraf elde etmek için iz

ve yüzey gereksinimi vardı (Çetin, 2022, s. 220). Oysaki dijital teknolojide maddi özelliklerin birbirine aktarımı söz konusu değildir. Onun yerine bu nitelikler enformasyona, yani 0 ve 1 temelli sayısal özelliklere dökülmektedir. Bunun madde algımıza manipülatif bir müdahale olduğu çok nettir. Böylece yeni ve farklı bir *varoluş* ile insanlık yüzleşmiştir. Tezde konu edinilen yeni tip dinî oluşumun da bu yeni teknolojisi ile yakından alakası bulunmaktadır. Zira kodlanan kutsala dair materyallerin dijital tabanlı bilgisayar ve mobil cihazlarda okunması, dinlenmesi ve izlenmesi artık mümkün hale gelmiştir. Dijital teknoloji içeren araçların dinî sahada kullanımını ve yaygınlaşmasını “dinî dijitalleşme” olarak adlandırabiliriz. Bu olgunun sosyo-dinî boyutta ne tür değişimlere yol açacağını muhtemelen dijitalin mucitleri de kestirememiştir. Birey, kurum ve toplum bazında dijitalleşmenin tüm sonuçlarının bugün hala görülebildiği söylenemez. Bu tez yazılırken gündem oluşturan “metaverse” tartışmaları bu olgunun öngörülemezliğini anlatmak için yeterli bir örnektir. Dijital üzerinden kurgulanan bir gelecek, henüz sosyalliği kavrayamamış çocukların bile ağa katılması, tüm yaşamsal ihtiyaçların internet tabanlı ile desteklenmesi tipik bir dijitalizm örneğidir. Yeni kuşaklar buna teşne görünmektedir.

1996 yılı itibariyle Türkiye’de kullanılmaya başlanan internet, 2004 yılında Web 2.0 sosyal ağlarına dönüşerek “yeni medya” dönemini başlatmıştır (Aydemir, 2020, s. 105). Önce Facebook ile başlayan sosyal medyanın yaygın kullanımı Twitter, Instagram ve Whatsapp ile genişlemiş, genç kitle içine doğduğu dijitalliği kolaylıkla benimsemiştir. Günümüzde dijital içerik sağlayıcı yeni iletişim teknolojileri, bilhassa sosyal medya, insanların alışageldik eylem ve davranış biçimlerini başlangıçta bireysel ve devamında yaygınlaşan internet kullanımı ile toplumsal boyutta değişime zorlamıştır. İnsanlar artık varlıklarını bu ortamlarda göstermekte; istediği insan imajını çizmekte ve kendi kişisel hayatından kesitleri, mahremiyet algısını değiştirecek denli sergileyebilmektedir. İnsanlar ağlar üzerinde kendine ve özel hayatına dair sürekli dijital bilgi kırıntıları bırakmaktadır (Darı & Yalçın, 2020, s. 247). Bu durumda ağ bağlantılı alanda hiç durmaksızın devam eden bir birikim mantığı ile sermaye kapitalizmi kendini gözetim kapitalizmine dönüştürebilmektedir. “Google’ın kurumsallaştırma uygulamaları ve operasyonel varsayımları” üzerine yapılan çalışmalardan bu çıkarıma ulaşılmıştır (Zuboff, 2015). Bu demektir ki Türkiye’de dinî gruplar, bilginin güç olduğu dijital çağda genç kitleye ulaşmak uğruna bu gözetim mekanizmasına bile isteye dahil olmaktadır.

Dijitalliğin önemli bir özelliği de önceleri farklı cihazlarla sağlanan teknik işlevlerin bir araya getirilmesidir. Dijital tekniklerin kullanıldığı bilgisayar sistemlerine bağlanılarak kullanılan yeni-dijital medyanın (ortamın) ileti şeması eş anlı, döngüsel ve yakınsaktır. Yeni medyanın yeni olarak adlandırılmasının belki de en önemli nedeni kendinden önceki tüm teknik aletleri bünyesinde toplayabilmesidir. Telefon, mektup, gazete, televizyon ve fotoğraf türleri tek bir dijital cihazda birbirine harmanlanarak yakınsama kültürü yaratılmıştır. Geleneksel medya araçları arasındaki ayrımı temelli kaldıran sürekli ve yenilikçi aktiviteler, hizmetler, sistemler kullanılır olmuştur. Yeni Nurcu oluşumların yolunu açtığı tarzda eğlencenin ve dinin ya da bilim ve dinin aynı ekranda sunulmaya başlandığı “dinî yöndeşme”ye tanık olmaktadır. Örneğin gözlemler esnasında dinî kavramların rap müzikle klibinin çekildiğine, dinî grup iddiası taşıyan HH çekirdek ekibinin *survivor paradossi* yaptığına şahit olunmuştur. Daha önce tecrübe edilmemiş internet ilişkileri, kişinin farklı ihtiyaçları için belirli konular etrafında odaklanmış sanal cemaatten yararlanmasına ve karşılığında katkı sunmasına imkân vermiştir (Narmanlıoğlu, 2018, s. 124). Fiziki dünyada farklılaşmış sosyal ağlara olan ihtiyaç, sanal cemaatlere kolay ulaşmakla karşılanabilir hale gelmiştir. Bu gelişmeler, kamuda din tartışmaları süredursun dinî çoğulculuğu dijital kamunun karakteristiği haline getirmektedir.

Üzerinde yeni bir kültür ve kamusalılık inşa edilen internete, Türkiye’ye ilişkin veriler ışığında bakılacak olursa kısa bir sürede ne denli hızlı bir gelişim gösterildiği anlaşılabacaktır. TÜİK (2022) verileri, 2004’te web 2.0 araçlarının kullanılmaya başlanmasıyla nasıl internetin rezonansına tutulduğumuzu göstermektedir. 6-15 yaş grubu çocuklar için 2013’te %50,8 olan internet kullanımı, 2021 yılına gelindiğinde %82,7 olmuştur. 2021 yılında hanelerden internete erişim oranı %92 seviyesine ulaşmıştır. Yine aynı kaynağa göre 16-74 yaş skalası için cep telefonu kullanım oranı %96’dır (data.tuik.gov.tr, 2021). Bu veriler, Türkiye’nin akıllı cihaz teknolojisi ediniminde geri kalmadığını, hatta bilgisayar tabanlı ağ toplumu haline geldiğini göstermektedir. Ağın akışı, geleneksel medya araçlarında olmayan interaktif etkileşimle hızlanmıştır. Geleneksel medya göndericiden alıcıya tek yönlü bir iletim seyri izlerken yeni medya, çift taraflı bir akışı mümkün hale getirmiş ve insanlar *kullanıcı* haline gelmişler, pasif-alıcı olmaktan çıkarak başka insanlara ve makinelere kolaylıkla mesaj gönderme imkânı kazanmışlardır. Hatta *nesnelerin interneti* ile makineler arası ileti zinciri de artık konuşulmaktadır. Bu yeni iletişim şemasının işlediği en popüler mecralar

sosyal medya olarak adlandırılmıştır. Akıllı cihaz teknolojileri ile sosyal medyanın yaygınlaşması belki de tarihte görülen en hızlı toplumsal değişim fenomeni olan *dijitalleşmeye* denk gelir. Artık bulut depolama teknolojileri ile nette yeniden ve bazen benzersiz bir yaşam alanı inşa edilebilirken oraya silinmez ayak izleri bırakılmaktadır. Öyle ki internet denen bu yeni icad, insan hayatına kattığı anlam ve önem bakımından ateşin ve tekerleğin icadı ile bile karşılaştırılabilir.

İnternet'in daha özel bir biçimi olan ve diğer bireyler gibi dindarlar arası etkileşimde yaygın şekilde kullanılan sosyal medya platformları için We are Social'ın Türkiye verileri incelenmiştir (Recro Digital Marketing, 2022). Türkiye'de ağa bağlananlar içinde kullanım oranına göre en popüler dört sosyal medya platformları şu şekildedir: "Whatsapp %93.2, Instagram %92.5, Facebook %78.1 ve Twitter %69.6." Ocak 2022'de Türkiye'de 68,9 milyon sosyal medya kullanıcısı kayda geçmiştir. Bu sayı, toplam nüfusun yüzde 80,8'ine denk gelir. İnsanların Instagram'da geçirdiği süre aylık 20,2 saat, bir video paylaşım sitesi olan Youtube'ta geçirdiği süre ise aylık 18,5 saattir. Youtube'un 2022'nin başlarında Türkiye'de 57,40 milyon kullanıcısı bulunmaktaydı. Bu sayı Türkiye'nin toplam nüfusunun yüzde 67,3'üne eşittir. Diğer yandan Youtube reklamları Ocak 2022'de Türkiye'nin toplam internet kullanıcı tabanının yüzde 82,1'ine ulaşmıştır. Bu veri, sosyal medyanın nasıl bir ticari potansiyele sahip olduğunu açıklamaktadır. Yine aynı kaynağa göre Ocak-Aralık 2021 tarihleri arasında toplamda 3,5 milyon mobil uygulama indirilmiştir. Aktif kullanıcısı en fazla olan 3 mobil uygulama; *Whatsapp*, *Instagram* ve *Facebook* iken Türkiye'de bu tarihler arasında en çok indirilen üç uygulama *e-Nabız*, *TikTok* ve *Getir* olmuştur. Yine 2021 içerisinde insanların en çok zaman harcadığı 3 uygulama özellikle -dindar muhafazakâr kamuoyunda ahlaki dejenerasyon çağrıştıran- *TikTok*, *Azar* ve *Livu* şeklinde sıralanmıştır.

İstatistikler, henüz sosyal medyanın bilinmediği 2000'lerin başından yaklaşık 20 yıl gibi görece kısa bir süre zarfında, Türk toplumunun hayatında dijital uygulamaların yayılışını ortaya koymaktadır. Şüphesiz eğlence, eğitim, alışveriş, boş zamanı da kapsayan bu farklı *hayat* formu din söz konusu olunca kendine has bir kültür geliştirecektir. Bundan sonra dinî hayatlar da çevrim içi ve dışı olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bu ayrışma sosyal bilimler için "dijital din sosyolojisi" çalışmalarının zeminini hazırlar. Genel anlamda nette dinin görünümü, bu kültürel farklılaşmaya dayandırılarak "religion online" (dinî çevrim içi) ve "online religion" (çevrim içi din)

olmak üzere kategorik şekilde ele alınmıştır (Helland, 2005). Bu ayrım daha çok yeni medyanın interaktif bir iletişim kurma potansiyeli temelinde yapılmıştır. Başka bir ayrıma göre çevrim dışı fiziki koşullarda oluşan dinî görünüm, internetle düz bir şekilde aktarılabileceği gibi (religion on syperspace) internetin araçtan ziyade ortam olduğu, bizzat çevrim içi koşullarda doğmuş dinî görünüm (religion in syperspace) de mümkündür (Karaflogka, 2002, s. 285). Bu iki tasnif ışığında dinî olanın dijitale taşınması ve tek yönlü bir tebliğ faaliyeti olarak geleneksel Nurcu oluşumlar “dinî çevrim içi” örnekleri sayılabilir. Zira onlar için henüz internetin araç özelliği daha baskın görünmektedir. Oysaki Hayalhanem vb. dijital oluşumlar siber uzamda varlık kazanan ve orayı araçtan çok ortam olarak gören interaktif topluluklardır. Bu gerekçelerle grubun faaliyetleri; “online religion”, Türkçe söyleyişle “çevrim içi din” kapsamına girmektedir. Oysaki geleneksel cemaatler; “religion online”, diğer bir deyişle “dinî çevrim içi” olarak köklerini yüz yüze samimi ilişkilerden alıp sonra sanala ak(tar)maktadır.

Dinî gruplarda modernite ile görülen sismik değişimlerden sonra dinî dijitalleşme apayrı bir dönüşümü imlemektedir. Aynı zamanda kuşaklar arası farklılaşma 2000’lerden önce doğanlar ve sonra doğanlar için farklı iki dünya tasavvuru üretilmesine yol açmış görünmektedir. Türkiye’yi de içeren küresel toplumdaki bu kültür değişimini dijitalle sonradan tanışanlar ile dijital içinde doğanların yeni teknolojileri kullanma pratiklerine bakılarak iki farklı kültür ürettikleri vurgulanmıştır. Bunun için “dijital göçmen” ve “dijital yerli” kavramları üretilmiştir (Prensky, 2001). Kentleşmenin bu kadar yaygın olmadığı, televizyonun bile her hanede bulunmadığı 2000 öncesi dönemde dinî konulara merak duyanın birtakım enformatik engelleri bulunmaktaydı. Mesela bilgi devşirmek için kütüphaneye gidilir veya ansiklopedilere müracaat edilirdi. Zahmetsizce en yakındaki dinî sosyofere dahil olmak da yaygın bir varoluş biçimiydi ancak bu da bir nevi enformatik engel teşkil edebilirdi. Dinî gruplar, üye tabanlarını oluşturmakta çok da zorlanmazdı. Bugünse otonom cihazlar entelektüel üretim potansiyelini artırmış, tipografik metinler dahi dijitale aktarılmıştır. Gazetelerin kuponlarla dağıttığı, evlerin süsü, aydınlanmanın ikonu olan ansiklopediler artık ıskartaya çıkarılmıştır. Çok sayıda dijital cihaz dinî temsilcilerin söylemini evlere kadar taşımaktadır. Televizyon, internet ve telefonların yaygınlaşması kalabalık sohbet ortamlarını da dönüşüme uğratmıştır. Yüksek kültüre ait dinî bilgilerin halk tabakasından gizlenmesinin ve özel kılınmasının pek mümkün olmadığı (M. Arslan,

2016, s. 19) bir dijital evren kurulmuştur. Ancak yeni kuşağın maruz kaldığı enformatik bombardıman ya da 2020 pandemisinde görülene benzer, doğru/yanlış seçilmesi zor bir “infodemi” (bilgi salgını), dinî metinlere erişimin önünde bambaşka bir engel oluşturmaktadır. Bu sefer doğru kaynaklara erişmek için *dijital çöplük* içinde arama yapma sorunu ortaya çıkmış, ayrıca eğlenceye dönüşen dijital araçlar dinî konulara karşı kayıtsızlığı da artırmıştır. Bu eğilim, tipografik metinlere dayalı yorum çağının yerine hatibi öne çıkaran gösteri çağını başlatmış görünmektedir (Postman, 2010, s. 76). Gençlerin dikkatleri, ancak yeni medya araçları ile eğlencenin, şovun ve görselliğin dinle yan yana, iç içe verilmesi ile çekilebilmektedir. Böyle bir toplumsallıkta Hayalhanem’i, yeni kuşak *dijital yerlilerin* kurduğu görülmektedir. Oysaki bu oluşuma rakip addedebileceğimiz geleneksel Nurcuların Meşveret cemaati, kuşatıcı dispozitifin izin verdiği ölçüde ve şekilde -bugünlerde her ne kadar dijital teknolojileri kullanma pratikleri edinme çabasında olsalar da- *dijital göçmenler* cemaatidir.

2.2. Türkiye’de M-Nesli ve Özellikleri

Kuşaklar arası kültür farklılaşmasını kategorik seviyede ele almak için çok sayıda öneri geliştirilmiştir. Amerikan toplumunun kültürel değişimini esas alan popüler tasnife göre (akt. Darıcı, 2021) II. Dünya Savaşı’nın ardından kuşaklar ortalama yirmi beş yıllık zaman dilimlerine ayrılır ve şu anda dünyada aktif olarak dört kuşak yer almaktadır: bebek patlaması, X, Y ve Z kuşakları. Milli kültürlerin dikkate alınmasıyla yapılacak kuşak çalışmalarında ise bu gruplandırmaların her hâlükârda geçerli olduğu söylenemez. Ancak teknolojik cihazların etkili şekilde kullanıldığı ve benimsendiği toplumlarda kuşaklar arası farklılığın derinlik kazandığı aşîkârdır. Dijitalleşme esas alındığında Prensky’nin dijital yerli kavramlaştırmasının daha işlevsel olduğu düşünülebilir. Bundan başka internetin olmadığı zamanları *hatırlamayan* gençler için kullanılan “İ-Nesli” ifadesi de (Twenge, 2018) bu çalışma açısından oldukça işlevsel görünmektedir. Yine aynı yazarın özgüvenli, iddialı ama aynı zamanda depresif ve kaygılı olarak nitelediği “Ben-Nesli” ifadesi de dikkate alınmaya değerdir. Bu yeni kuşak, bir dönem moda bir tabirle ve pejoratif bir yaklaşımla “selfie nesli” olarak da anılmıştır. Ancak asıl aranan, dijitalleşme sürecinde Müslüman kimlik taşıyan gençlerin nasıl ve hangi gerekçeyle dinî organizasyonlar kurdukları olduğundan buna en yakın ve işlevsel tanımlama M-nesli’dir. Bu kavramla 11 Eylül sonrasında dinleri üzerinden aşığılama ve ayrıştırma ameliyesine maruz kalan gençlerin kendilerini Batı kültürü

içerisinde kanıtlama çabasına odaklanılmıştır (Janmohamed, 2015, s. 84). *M-nesli* bu durumda *İ-Nesli* içerisinde kimlik olarak ayrılmış bir *grup içi gruptur*.

Yeni kuşak Müslümanların hem modern hem inançlı hali bu tezdeki özel durumla da örtüşmektedir: “Biz kayak yaparız, snowboard yaparız, beste yaparız, âşık oluruz, şiir söyleriz, çuval gibi pantolonlar giyeriz, zayıflarız, kilo alırız, duygusallaşırız. Aynı zamanda namaz kılarız, Kur’an-ı Kerim’i ezberleriz, oruç tutarız, zekat veririz, bir şeyler öğretiriz ve dinimizi (temsil ederiz)...” Bu sözlerden mülhem teknoloji tabanlı ağlarla örülen *küresel toplum* algısıyla, evrensel ve ilerici bir Müslüman gençlik olduğu iddia edilmiştir (Janmohamed, 2018, s. 382). Türkiye’deki siyasi tartışmalarda çokça kullanılan *evrensel ve ilerici olma* retorikinin Müslüman kimlikle yan yana gelmesi postseküler bir durumu özetlemektedir. Bu haliyle gösterilen imaj, Batılı; retorik kurulan Müslüman gençlik, yerlidir. Belli zevklerin, görüşlerin, alışkanlıkların yönlendirdiği davranış kalıplarına sahiptir. Büyük oranda önceki kuşaklardan farklılığını ortaya koyan şekilsel özelliklerine rağmen zihinsel kodlarında belirgin bir değişiklik olduğu söylenemez. Yine de dijital çağda Müslüman gençler; büyüklerinin beklentileri doğrultusundaki geleneksel, fedakar, diğerkâm tipten uzak görünmektedir. Büyüklerinin gözüyle; yaşadıkları toplumla güçlü bağlar geliştirmekte zorlanan, yabancı dil yetisi olmasa bile ülke dışına açılma istencine sahip, geçmişin toplumsal kaygılarından habersiz ama gelecek kaygısı taşıyan, duygularını ifade edecek müzik gibi alternatif yollar arayan, internet fenomenlerine öykünen ortalama bir Türk gencinin aile geleneklerinden kaynaklı dinî söylem ve zihniyete sahip olanına M-nesli denilebilir.

Dinî söylemin girdiği bu yeni uzamda, orada bulunan genç toplulukların bir diyalektik aşamaya girdiği iddia edilebilir. Dijitale göç edenler için yepyeni bir mecra olan sosyal medya, gençlik alt kültürünün çoktan yerleşik olduğu “dijital bir köy”e dönüşmüştür. Bu gençlerin hemen hemen hepsinde bir dönüşüm aracı (medyası) olarak bilgisayar tabanlı iletişim araçları vardır. Aynı zamanda bu cihazların marka ve modeli, şarj ve bağlanılacak ağ problemi konfor alanlarını belirlemektedir. Oyun, spor, eğlence ihtiyaçları; radyo, televizyon bağlantıları; ders, kurs, dil öğrenme gibi eğitime yönelik etkinlikler ve daha fazlası yalnız *cep telefonu* demenin yetersiz kaldığı bu sihirli kutularla gerçekleştirilmektedir. Müslüman dijital yerliler (M-nesli) dindar ve bilgiye hâkim, bilgiyi kullanan ve hızlı öğrenen bir tiptir (Karslı & Aycan, 2020, s. 264). Görünmek ve göstermek içgüdüğü ile hareket eden gençler, dijital göçmenlerin tersine

suhuletle dijital teknolojiye ve sosyal medyaya adapte olabilmektedir. İlkokul çocuklarının bile eğlence amaçlı TikTok videosu çektikleri, mahalle bakkalından aldıkları ürünleri annelerinin telefonlarının kamerasına tanıtip videolarını Youtube'a yükledikleri bir vasat ile karşı karşıya olunduğu bilinmelidir. Hatta henüz yürüme yaşına gelmemiş bebeklerin pek çok yaşlı bireyin yapamadığı *ekran akışı* parmak hareketini kolaylıkla yapabildiklerine şahit olunmuştur.

M-neslinin diğer dijital yerli akranlarıyla hem ortak hem de ayrılan bazı özellikleri bulunmaktadır. Bazıları harcıalem bilgiler de olsa literatüre yansıyan ve bu araştırmada da gözlemlenen ortak özellikler; *sorgulama ve gelenek karşıtlığı, bireysel maneviyatçılık, imaj/tarz peşinde olma, tüketim/marka düşkünlüğü, teknolojik araç kullanımı, boş zaman arayışı, dijital fenomenlere öykünme, yeni toplumsal hareketlere eğilim* şeklinde sıralanabilir. HH takipçileri izleğinden hareketle M-neslinin akranlarından bazı yönlerden ayrılan ve dinî sosyalleşmelerini doğrudan etkileyen dört özelliği ise şu şekilde belirlenmiştir:

Sosyalite Yetersizliği: Özellikle tasavvufi anlayışta insanlardan uzak kalınınca günahlardan da uzak olunacağı, kendini dinî ibadetlere vermenin kolaylaşacağı ve böylece kutsal olana yaklaşılabileceği şeklinde bir yaklaşım bulunmaktadır. Türkiye'de bu anlayışa benzer, çocuklarını toplumdan uzak tutarak yaşanan kötülüklerden azami sakınma eğilimi seküler çevrelerde görülse de muhafazakar ailelerde daha yaygındır. Bu, temel bir problem doğurur: *ikincil sosyalleşme*. Ailede içselleştirilen içerik zaten mevcut olan sosyal gerçekliğin üzerine bindirilmektedir (Berger & Luckmann, 1991, s. 160). Dini bütün ailelerin çocuklarında birincil sosyalleşmenin ev dışındaki sosyalite ile uyuşmama durumu sahadaki gözlemlere de yansımıştır. Hele de kız çocuğu ise topluluklara karışması; yeni insanlar, yeni mekânlar ve ortamlar görmesi çoğunlukla kısıtlanmakta olduğundan bu gençlerin sosyal anlamda insan ve toplum analizi zayıf kalabilmektedir. Gençler, oynanan rollerin ardındaki kişilikleri ve farklı niyetleri sezemeyebilmektedir. HH'nin eski görevlilerinden Osman (21, lise m.) ve Mahmut (21, lisan ö.), sosyal medya iletişimde ve kermes etkinliklerinde özellikle kızlardan talep, istek ve sorular geldiğini belirtmiştir. Ali (22, lisans ö.) de bağış kutularının doldurulmasında kızların daha fedakâr hareket etme eğiliminde olduklarını söylemiştir. M-neslinin çoğunda, ailedeki sosyaliteden aşına olunan hem de dışarda popülerliğini ispatlamış kişi, grup ve organizasyonlara doğal bir eğilim; beklenen bir durumdur.

Kültürel Kafa Karışıklığı: M-neslinin seküler gençlerden büyük oranda ayrıştığı bir özelliktir. Ağır bir kültürel şizofreniden ülkemizde bahsedilemese de yaşanan derin çelişkilerden etkilendikleri söylenebilir. Bu, bir anlamda “yaralı bilinç” doğurur (Shayegan, 2018). İslami youtuberların videolarında sıklıkla imanı kaybetme derecesinde dünyevileşmek için “ayağın kayması” deyimini kullanılmıştır. Türkiye’de geleneğin, kültürün din olarak sunulması, geleneksel fıkıhta iman ve küfür gibi konular için koyu ve keskin sınırlar çizilmesi ve fıkhi konuların güncellenememesi gibi meseleler modern kent hayatındaki M-neslini ya –mış gibi yapmaya devam ederek iç dünyalarında bir reddiye yaşatmakta ya da cesaret göstererek açıktan itiraz etmeye sevk etmektedir (Akkurt, 2020). Bireysellikleri ile dinî sorumlulukları arasında nasıl denge kuruyorlar? Tüketmeye olan düşkünlüklerini israftan kaçınma emriyle nasıl bağdaştırıyorlar? Hem hazdan kaçınmak hem de hayatın güzelliklerini kaçırmamak nasıl mümkün olabiliyor? Moda ile tesettür sınırları arasında nasıl bağlantı kuruyorlar? (Janmohamed, 2018, s. 381) gibi soru(n)lar modern Müslüman genç için günlük hayatını zorlayan yeni çatışma alanları doğurmuştur. Bu çelişki ve çatışkılar, İslami kolektivite için dindar-muhafazakâr ailelerin çocuklarında deizm, ateizm sorunsalının büyümesini beraberinde getirdiği düşünülebilir. Nitekim medya kaynaklarındaki çeşitlilik, dijital yerli Müslümanlarla dijital göçmen Müslümanlar arasındaki olay ve olguları okumaktaki farklılaşma yeni bir kriz alanına işaret etmektedir. Artan bir tempoyla modernleşen Türkiye’de dinî grupların medya odağında yaşadığı çelişkili durumlar Müslüman gençleri dekadansa (altı boş taklide) ve açmaza sürüklemektedir. Bu çelişki ile karşılaşan çok sayıda gencin “acaba aradığım bu olabilir mi?” düşüncesiyle modern görünümlü Yeni Nurcu oluşumlarla irtibata geçip sorular sorduğu görülmüştür. Üstelik dinden uzaklaştığını düşünen “kafası karışık” çocukları için ailelerin (özellikle annelerin) bu oluşumlardan yardım istediklerine yahut babaların dernek kapılarını aşındırdığına bizzat şahit olunmuştur.

Birden Çok Dinî Gruba Yaklaşma: Aynı anda ya da kısa aralıklarla birden çok gruba bağlılık da dijital kuşağın genelinde rastlanan bir özelliktir. Bilgisayarların teknik bir özelliği multi-tasking’in (çoklu görev) zihne yansıyan bir mimesisi olan aynı *anda birden çok iş yapmak* becerisi gençlerde oldukça yüksek olduğu için aynı anda birçok rol üstlendikleri de görülmektedir. Bu özelliğin özel bir biçimi olarak sahada karşılaşılan M-nesli üye ve takipçilerin çoğunlukla yalnız bir dijital grubu ya da İslami youtuber’u tercih etmedikleri, farklı mecralardan farklı gruplarla iletişim içinde

oldukları belirlenmiştir. Örneğin birbirine rakip konumlanan Nurcu gruplar oldukları halde hem Meşveret hem de Hayalhanem sohbetlerine katılan üyelere (İsmail, 28; Cihangir, 28) rastlanılmıştır. Yine Menzil cemaatinin üyesi olmakla beraber Hayalhanem hayranı olan Emel (işçi, lise m.) de buna tipik bir örnektir. Eskişehir/İskele İKD’de kalan üniversite öğrencisi Salih’in (23, lisans ö.) kendi derneğinin videoları dışında Enis Doko, Kadir Mısıroğlu, Sinan Canan, Muhammed Emin Yıldırım gibi isimleri düzenli takip ettiğini söylemesi bir kaynaktan beslenmediklerini gösteren başka bir örnektir. Kullanılan teknik cihazın farklı dinî gruplarla iletişimi kolaylaştırması, çevrim içi ve dışı grup bağlılığına ve bunun derecesine de etki ettiği anlaşılmaktadır.

Evlilik Sorunsalı: M-nesli gençler, genel anlamda etnik kökenden ziyade aynı değerleri paylaşacakları eşler aramaktadırlar ve evliliğin geleneksel pratiklerine uymak yerine onu kişisel bir seçim olarak düşünmektedirler. Farklı etnik ve dinî gruplar arası evliliklere mizahi bir örnek olarak Sünni-Şii evliliğine Su-Shi dendiği belirtilir (Janmohamed, 2018, s. 301). Mersinli ve Alevi bir aileye mensup MY’nin, aslen Diyarbakırlı ve Sünni biri ile evlenmesi de yeni kuşak Nurcuların evlilik olayına nasıl baktığına dair manidar ve yerli bir örnektir. Evlilik konusunu aşamayan bireylerin iletişimin bu kadar kolay ve hızlı olduğu bir mecrada “sosyal medya mücahidi/mücahidesi” olarak tanımlanan kimlik çerçevesi kazanması da kolay görünmemektedir. Muhtemelen Nurcu youtuber’ların diğer “vakıf” üyelere göre daha erken evlenmeleri de bu nedenledir. Bu konu, M-neslinin adeta yumuşak karnıdır. İslami habitus içerisinde zihnen hazır bulundukları evlilik olayına erişmek -sosyal medyanın güncel dili ile söylenecek olursa evlenerek “piyasadan çekilmek”- özellikle sosyalitesi düşük ve kafa karışıklığı yaşayan bazı gençler için Kaf Dağı’nın ardında görünmektedir. M-Neslinin jargonuyla “haram sevda” denen flört/geçici arkadaşlık, dinen nişanlılığın/evliliğin yerine ikame edilecek bir olgu olmasa da az ya da çok bu durumla yüzleşildiği müşahade edilmektedir. M-nesli için bu “duygusal gel-gitler”in ve genel anlamda cinselliğin günlük hayatta aşılması zor problemlere yol açtığı, yeni Nurcu oluşumlara ulaştırılan mesajlardan okunabilmekte ve bu problemin yansımalarına İslami youtuberların videolarında sıklıkla rastlanmaktadır. Tanınmış Nurcu youtuber’ların *Seviyorsak Git Konuş Bence*, *İçiyorsak Sebebi Var*, *Başlarım Senin Aşkına* gibi çifte anlamlı, arabesk çağrışımlı kitap isimleri de bu flört açmazının tecimselleştirilen ifadeleridir.

2.3. Kamera Önünde Bir Gençlik Yapılanması

Kuşaklar taşıdıkları kültürle oluşan zihniyet yapısını ve dünya görüşünü kendilerinden sonrakilere bir şekilde aktarmak amacını taşırlar. Bu, grup saykesinin (kolektif şuur) doğal bir tepkisi, varlık garantisi şeklidir. Sayke kendini söylemle ifade eder ve sosyalleşme döngüsünü kullanarak yaşamaya, sosyal ilişkilerde devinim içinde kalmaya devam eder. Hususiyle kimlik kazanarak toplum ya da topluluk şeklinde de tezahür eder. Toplumsal kalıtım yoluyla ve dil aracılığıyla bireylere tevarüs edilen söylemin içselleştirilmesi, çoğu zaman bilinç dışı içgüdüsel tepkilerle gerçekleşir. Bunlar *biz şuurunun* yol açtığı bir nevi komplikasyonlardır. İnsan doğal olarak ailesini taklit eder, mesela ondan dil öğrenir. Dilde ise etimolojiden sentaksa binlerce yıllık bir geleneğin karakteristik izleri, örüntüleri saklıdır. Grup dinamiklerinin psikolojik kalıtım olarak bireysel hayata intikali için taklit mekanizması gerekmektedir (Simmel, 2017, s. 113). Dilde taklit yolu ile aktarılan etkin bir toplumsal gen (mem) gömülüdür. Bu, davranışlarımız üzerinde söylemle vücut bulan bir toplumsal varoluş biçimidir. Ancak söylemin aktarılabilmesi için ihtiyaç duyduğu mimetik formlar (edebi ürünler, görsel materyaller, çocuk oyunları, dinî materyaller vb.) bugün değişmektedir. Bunu insanın bir uzantısı ve ampütasyonu kabul edilen (McLuhan, 2016) teknik araçların zihniyeti dönüştürecek denli keskinleşmesine bağlamak mümkündür. Bu işlevsellik en saf haliyle dijital uyum yeteneği yüksek düzeyde olan gençlerin yaşam dünyalarında görülmektedir.

Gençlerin oldukça farklı dinî sosyalleşmeler yaşadığı Türkiye’de geleneksel tarikat dindarlığı, dünyayı kaderci anlayışla değerlendirmek kaynaklı bir kendini yenileyemeyişe müptela olduğundan ancak orta ve üzeri yaş gruplarına hitap edebilmektedir (Efe, 2017, s. 296). Yaşa dayalı gruplaşmanın dinî gruplarda daha önce bu denli spesifik hale geldiğini söylemek de zordur. Melih’in (34, memur) sözleri genç cemaatleşmenin önemini ortaya koyacak niteliktedir: “Ümraniye’de Nur Mektebi’ne gidince gençler beni yıllardır tanıyorlarmış gibi, eski bir dost ahbapmışım gibi karşıladılar. Bir süre daha devam etsem can ciğer arkadaş olacağız. Gayet eğlenceliydi. Gençler gülüyor, eğleniyorlar.” İsmail (28, esnaf) ise gençlere her grubun her durumda kapısının açık olmadığı fikrini taşımaktadır: “Ne olursan ol gel mantığı maalesef diğer gruplarda yok. Ayrımcılık hususları var ve gruplarının kendi içinde kapalı kalmasını isteyenler var. Mesela kot pantolon giyen sigara içen gençlere Süleymancılar tamamen kapalı.” Abdullah (47, imam), cemaat olmanın modern zamanlarda imkânı üzerine

konusurken Hayalhanem tarzı dijital cemaatleşmenin bugüne hitap ettiği görüşündedir. Hem modern hem de söylemden taviz vermeyen bir cemaat istediğini şu sözlerle aktarmıştır:

Ben şu an birazcık daha *modern*, günümüze uyan ama iman esaslarından taviz vermeyen cemaatten yanayım. Ben şekilci Müslüman olmak istemiyorum. İphone, Mac kullanıyorlarmış. Eğer düzgün kullanılırsa makinelerin suçu olmaz. Makineyi kullanma şekline bağlı bu. Onun için bence kaliteli cihazlar kullanmaları en doğrusu. (16.11.2021 tarihli görüşme, Kozan/Adana)

Yukarıdaki sözler dijital teknolojileri hayatlarının bir parçası gören Müslümanların cemaatten beklentilerinin değişmekte olduğuna bir örnektir. Üstelik sahada sıkça kullanılan “arz, talep” sözcükleri dönüşümün iktisadi parametrelerce yönlendirildiğini düşündürmektedir. İslami hareket dijitalleştikçe daha pratik hale gelmiş bir görüntü çizmektedir. Gelenekselin çekildiği kamusal alanları modern kurumlar temellük ettiği için eski söylemi taşıyan cemaat yapıları risk pahasına modernite içinde yer almayı tercih etmişlerdir. Bu iç içe geçişin yol açtığı postmodern zihniyet ise geleneğin iddia taşıma iradesini ‘modifiye edilmiş modernite’ ile dindar aktöre vermiş görünmektedir. Hayalhanem ve benzeri Nurcu derneklerin tanıtım kartlarında yer alan “İslami, bilimsel ve felsefi konularda haftalık sohbetler” retoriğindeki bilim ve felsefenin dinle birlikte anılması da postmodern durumda olduklarına tipik bir örnektir.

I. bölümde detaylı şekilde yapısal analizi çizilen HH’nin ortaya çıkışı, geleneksel Nurcularda olduğu gibi bir ayrışmanın sonucu değildir. Bu yeni oluşumda siyasi, etnik, yerel ya da kitabın taliminden kaynaklı bir problem durumu yoktur. Bu seferki bölünme yaş kriterine göre yaşanmaktadır. Ayrıca benzer bir oluşum olan Nur Mektebi’nin yer aldığı İstanbul değil, bir *piyasa paylaşımı mantığı* ile Mersin kalkış noktası olmuştur. Çayhouse Bursa’da, Çınaraltı Ankara’da, Sözler Köşkü İzmir’de temerküz etmiştir. Nurculuğu temsil eden, saygın *eşik bekçisi* önderlerin yaşlanarak bir vefat etmesi de piyasaya açılmak için uygun bir fırsat yaratmıştır. Her bir kuşağın hüküm süresi kırk senelik periyotlar halinde düşünülebilir (İbn Haldun, 2018, s. 394). Buna göre bir gençlik organizasyonu olarak adlandırılabilir yeni Nurcuları, Türkiye’de Nurcu ekolün üçüncü kuşağı saymak mümkündür. 1930’lardan itibaren ilk kuşak, mektup (risale) kardeşliği üzerinden *tipografik kuşak* sayılacak olursa 1970’lerden sonra beliren ikinci kuşak, radyo ve televizyonun analog dünyasına denk gelir ve *analog kuşak* olarak

adlandırılabilir. 2010'larla beraber belirmeye başlayan *dijital kuşak* ise bu çalışmada yeni tip bir örgütlenmeyi gerçekleştirdiği öne sürülmektedir. Bu ekol içerisinde ilk kez yaş faktörüne bağlı, böylesine bir dikey ayrışma yaşanmaktadır. Bu kuşaktaki youtuber'lar "keşfet" algoritması gibi dijitalin fırsatlarını kullanmak suretiyle *proliferasyon* (hızlı yayılma) özelliği göstermekte ve böylelikle parçalı yapıda sosyolojik oluşumlara dönüşmektedir. Risale-i Nurlar ve I. kuşak Nurcular, sözlü kültürden yazılı kültüre geçişi temsil etmekteydi. Bugün III. kuşak Nurcuların bir aksiyonu olan yeni oluşumlarla yazılı kültürden görsel temelli dijital kültüre geçiş söz konusudur. Geleneksel Nurcuların kameradan ve popülerlikten kaçınan tarzlarının aksine yeni kuşak adeta *kamera önünde bir yapılanma* kurmaktadır.

Artık Nurculuğun ikinci kuşağı ile dijitalle doğmuş üçüncü kuşağı baş başadırlar. Nurculuğu bir ekol haline getirmiş yazılı kültürden beslenen bu geleneksel yapılara karşın içine doğdukları dijital kültürle Nurcu gençler, klasik otoriteden uzaklaştıklarını ilan ederler. Araştırmada HH'yi ilgi odağına almakla beraber Risale-i Nurları e-tabletten okuyan ve bunu dijital mecralarda paylaşan çok sayıda benzer oluşumun varlığına şahit olunmuştur. HH dernek başkanı bu oluşumlarla organik bir bağlarının olmadığını ısrarla belirtmiştir. Ankara'da aynı soru Çınaraltı yetkilisine sorulduğunda benzer bir cevap alınmıştır. Aslında basit bir gözlemle alakalı oldukları anlaşılmaktadır. O halde kastettikleri *ortak hareket platformu* kurmadıkları şeklindedir. Mesela Okuyucular gibi diğer Nurcu gruplarla da bağımız yok denilmiştir. Aynı şekilde diğer gençlik dernekleri ile de organik bağlarının olmadığı belirtilmiştir: "Arkadaşız. Tanırız. Bazen birbirimize soru da sorarız. Bunu nasıl yapıyorsunuz diye. Ancak herkes kendi içinde karar alıyor. Sıkıntımızı Çınaraltı olarak kendi aramızda çözüyoruz. Onlarla ortak bir merkezimiz yok." Sinan (24, lisans ö.), bu ifadeleriyle bir kolektivitenin olduğunu yadsımazken merkezi bir yapılanmayı kabul etmemektedir.

İstanbul, Ankara, Bursa ve Mersin'de kurulan derneklerin liderlerinin hepsinin de İzmir'de üniversite okuması ve birbirini tanıyan arkadaşlar olduğunun öğrenilmesi olguya farklı açıdan bakılmasını gerektirmektedir. Bu haliyle "Hikâye nerede, nasıl ve neden başladı?" sorusu daha da önem kazanmıştır. Bu amaçla 2021 Temmuz'unda Kayseri, Ankara, Bursa, Eskişehir ve İstanbul illerini kapsayan bir haftalık bir saha araştırmasına çıkılmıştır. Görüşme yapılan yetkililer, İzmir'de dört üniversite öğrencisinin ortaklaşa Sözler Köşkü'nü açtıklarını, sonra herkesin kendi şehrine

dönerek bu tarzı bir nevi kopyaladıklarını anlatmıştır. Hikâye bu kısıklıktır. Bu, gidilen her şehirde ayrıntı verilmeden aynı şekilde anlatılmıştır.

Ardından nette sürülen izlerde dikkat çekici bir videoya rastlanmıştır (Serhat Kılıç, 2017). Buna göre İzmir’de üniversite öğrencisi bir arkadaş grubu İstanbul’da Nur Mektebi’ni ve “abileri” Uğur Akkafa’yı ziyaret ederler. Ondan esinlenerek gençlere yönelik kafalarındaki “projeyi” başlatırlar. Böylece hikâyenin giriş kısmı İzmir’de başlamış olur. Önce İzmir/Bornova’da Sözler Köşkü adıyla başlanan çalışmalar İstanbul’a kadar uzanır. Videoya göre Nur Mektebi lideri Uğur Akkafa’nın yeni oluşumlarda açıkça yönlendirici olduğu ortaya çıkmaktadır. Nitekim onu bizzat tanıyan Melih (34, Hatay, memur), “Uğur Akkafa bu konsepti çıkaranın kendisi olduğunu söyledi bana. Bu hareketin temelini kendisi olduğunu anlattı. Bu tarz oluşumları ilk kuran benim, dedi. Benden önce bu yoktu, dedi.” diyerek bunu doğrulamaktadır. Ancak youtuber’lık yoluyla sosyal medya araçları üzerinden hatiplik yapmak, Türkiye’ye özgü bir durum değildir. *Nouman Ali Khan* örneğinde olduğu gibi önce Amerika’da görülmüştür. Khan da benzer bir söylemle; “a beginner Qur'an student” (başlangıç seviyesinde bir Kur'an talebesi) şeklinde videolar yayımlamaktadır. Türkiye’deki Nurcu youtuber’ların kişisel hikâyelerinde olduğu gibi gayri dinî yollar dolaşarak Müslümanlığa avdet edilmiştir (Digital Mimbar, 2009). Hatta bu tarz bir İslami youtuber’lık trendi Nurcu ekol dışında da başlamış görünmektedir.

HH vb. oluşumları, dernek merkezini hiç görmemiş dijital takipçileri dikkate alındığında bir *çevrim içi topluluk* ya da *dijital Judaizm* (Campbell, 2015) örneğinde olduğu gibi “dijital Nurcu” oluşum saymalıdır. Nitekim dernek başkanı F. Ünal’ın “sosyal medya olmasaydı biz olmazdık” itirafı doğrudan bu olguya işaret eder. Peki, bunca dinî oluşum ya da kendi tabirleri ile “gençlik merkezi” dinî grupların bir nevi işlev kaybına uğradığı dönemde, üstelik kısa bir sürede nasıl ortaya çıkmış olabilir? Bu kritik soruya tekno-politik konjonktürel şartların Nur Mektebi’nden başlayan söyleme dayalı *mimetik kopyalama* yönetimiyle üst üste gelmesi şeklinde cevap verilebilir. Nitekim MY’nin birbirine benzeyen dernekler olarak çoğullaşmayı yetersiz bulduğu, oluşumların bir orijinallik ortaya koyamadığına dair bir nevi özeleştirici sayılabilecek görüşleri de bulunmaktadır. Yine de bu yapılanma için temel stratejinin bölünerek çoğalmak olduğu anlaşılmıştır. Bölünmenin hem görünen hem de görünmeyen fonksiyonları olmalıdır. Liderden başka birisi sivrildiğinde onu ayırarak grup içi rekabetin yıpratıcı etkilerinden kurtulmuş olunmaktadır. Diğer yandan ayrıldığı

söylenen kişiler önceki derneğe öykünmekte adeta onu kopyalamaktadır. Böylece hem çevrim içi hem de çevrim dışı söylemin yaygınlaşmasına ve güçlenmesine hizmet etmiş olunmaktadır.

Sözler Köşkü ana bünyesinden ayrılan gençler, kendi memleketlerine giderek “gençlik merkezleri” projesini uygulamaya başlarlar. Serkan Aktaş Bursa’da Çayhouse (sonradan Maksat 114 olacaktır), Osman Sungur Yeken Ankara’da Çınaraltı isimlerini kullanır. Hayalhanem Mersin ise neredeyse aynı zamanlarda kurulur. Buradan bir “öykünme silsilesi” olduğu sonucunu çıkartmak zor değildir. Zira bu dört yeni Nurcu oluşum burada kalmamış diğer büyükşehirleri kapsamına almaya devam etmiştir. Örneğin HH Mersin grubunda sivrilen ve geniş maddi olanaklara sahip olduğu söylenen Onur Kaplan, sonradan Adana’ya taşınarak “Mesken” adıyla bir oluşum meydana getirmiştir. Yurt sathında dijital Nurcular tarafından Youtube üzerinden kanal açıp dernekleşen, çalışmada gözlemlenen oluşumlar³⁶ şunlardır:

ERKEKLER İÇİN DERNEKLER	KADINLAR İÇİN DERNEKLER
Sözler Köşkü/İzmir-İstanbul	Uhre/İstanbul
Maksat 114/Bursa (önceden Çayhouse)	Huzme/Bursa
Çınaraltı/Ankara	Mina/Ankara
Hayalhanem/Mersin-İstanbul	
Mesken/Adana	Tükenmez Kelam/Adana
İskele/Eskişehir	
Sığınağım (Yolgeçen Hanı)/Gaziantep	
Kafile/Kayseri	Visal/Kayseri

Bu oluşumları -olumsuzlayıcı ve taraflı bir gözle- ilk kez yazan Sait Çamlıca’dır. Onun tespitlerine göre bunlardan başka 56 dernek daha aynı yapılanmada yer almaktadır (Çamlıca, 2018)³⁷: Dijital Nurcuları yakından tanımak için bazı ilim kültür derneklerine yapılan gezilere dair gözlem notları şu şekilde özetlenebilir:

³⁶ Bu listeye Nur Mektebi/İstanbul, başındaki isim Uğur Akkafa’nın ikinci kuşak Nurcu sayılmasından ötürü alınmamıştır. Yaptığı örneklik dikkate alınacak olursa onu ikinci kuşak ile üçüncü kuşak Nurcular arasındaki köprü şahıslardan biri saymak yerinde olacaktır.

³⁷ Farklı şehirlerde açılan dernekler Çamlıca’nın yazısında belirttiğine göre şunlardır: *Yelken İstanbul, Son Liman İzmir, Güverte Şanlıurfa, Risale Ofis, Ara Sıra, Semaver, Tebessüm, Moral İstasyonu, Risale Mekânı, Çatı Katı, Keyfe Kaft, Nur Ekseni, İlim Diyarı, Gençlik Forever, Gençlik Limanı, Puzzle Hanımlar, Nar Bahar Hanımlar, Beyruha Hanımlar, Hanımlar Derneği, Nur Ekseni Hanımlar, Yüz On Dört Derneği, Maveria, Hifa, Ayine, Lamelif, Vera, Hüve İzmir, Aypare, İrfan Çatısı, Visal Derneği, Hidayet Mektebi, Yakaza Van, Mıknatıs, Cennet Mekân, Gençler Konağı, Lemalem, Revha Derneği,*

Kayseri/Kafile İlim ve Kültür Derneği: Dernek, Kayseri'nin en merkezi yerlerinden Cumhuriyet Meydanı'na yakın bir iş merkezinin son katındaki dairede bulunmaktadır. Dairenin üstündeki terasın da kendileri tarafından kullanıldığı öğrenilmiştir. Dernek avangard, göz alıcı mobilyalar dışında iyi donanımlı bir öğrenci evini andırmaktadır. Evde gri renkte ve renkli gözlü bir kedi dikkat çekmiştir. Zira bir "Risale-i Nur dershanesi"nde cins bir kedi beslenmesi pek rastlanır bir durum değildir. Kafile nedir? sorusuna yetkili kişi Nurullah (24, lisans m.) "Kafile, iman meselelerin konuşulduğu ilim ve kültür derneğidir. Gençlik sorunlarını Risalelere referansla açıklıyoruz. İman hizmeti diyebiliriz." şeklinde cevap vermiştir. Derneğin 20 Aralık 2015'te açıldığı, açılışta Çınaraltı derneğinden Osman Sungur Yeken ve o zamanki adıyla Çayhouse derneğinden Serkan Aktaş gibi isimlerin bulunduğu belirtilmiştir. Nurullah ve derneğin sosyal medya yüzü Osman Bulut açılışta henüz yoktur. 15 kişilik bir çekirdek kadrodan bahsedilmiştir. Neden burada olduğu sorusuna Nurullah; "Fikir olarak kendimi burada buldum. Namaza burada başladım. Kuran'ı burada öğrendim. Gelen sorulara cevaplar veriyorum. Bunun için Whatsapp uygulamasını kullanıyorum." şeklinde cevap vermiştir. Bu etkinliğe İngilizce tabir kullanarak "*bire bir iletişim, face communication*" demektedir. Ayrıca siyer alanında ihtisas kazanmaya çalıştığını, Muhammed Emin Yıldırım'ı takip ettiğini, evrime karşı yaratılışı savunduğunu eklemiştir. Dinî hizmetten çok dini koruma hizmeti ile açıklanabilecek misyon ifadeleri dikkat çekmiştir. Nurullah, felsefenin anlam kazandırma fonksiyonuna değinerek İslami söyleme bir açılım katma gayreti göstermektedir. *Neden varsınız* sorusuna 'özgür düşünce' cevabı vermesi de dili aslında bu manada kullandığına açık bir örnektir:

Özgür düşüncüyü savunuyoruz. Seküler zihin altında yontulmamış özgür düşüncenin peşindeyiz. Sekülerleşme ve modernleşmenin sonucu yozlaşmayı engellemek istiyoruz. Her şeyi sunulduğu gibi kabul etmek yerine 'critical thinking' denilen, bizim mihenk taşı dediğimiz, Kuran'ın emri ile değerlendiriyoruz. Her insan bir din adamı olmalı. Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersleri bunu sağlayamıyor. Bizse bunu kazandırıyoruz. (25.08.2021 tarihli görüşme, Kayseri)

Nurullah; “din adamı olmak” vurgusu ile Diyanet İşleri’ne, “Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinin yetersizliği” görüşü ile Milli Eğitim’e gönderme yapmış ve kendini bu kuruluşların rakibi durumuna belki de farkında olmadan konumlandırmıştır.

Ankara/Çınaraltı İlim ve Kültür Derneği: Ankara’nın en merkezi yerlerinden Tandoğan Meydanı ve Anıtkabir’e oldukça yakın bir muhitte bulunan dernek, dört katlı bir iş merkezinin son iki katında yer almaktadır. Bekleme odası, duvar süslemeleri, mobilya ve halılar tıpkı HH’deki gibi göz alıcıdır. Dernek kurucusu Osman Sungur Yeken’in İstanbul’da Nurettin Yıldız’ı ziyarette olduğu bildirilmiştir. Dernek yetkilisi Sinan (23, lisans ö.) *neden varsınız* sorusuna tıpkı Nurullah gibi *İngilizce ifadeler kullanarak* şu şekilde cevap vermiştir:

Basic mantık. Yanlış yola sapanlara doğru yolu göstermek için dernek var. Bu dert üzerine kurulmuş. Biz kuruluştaki yoktuk. Video düzenleme işlerine bakıyorum burada. Artık 15 yıl, her gün 15 saat ilim tahsil edilmiyor. Bunun yerine birkaç ay belki birkaç hafta Risaleleri okuyoruz. (26.08.2021 tarihli görüşme)

Gençlerle derneğin tanıtım kartında yazıldığı gibi felsefi konular üzerine konuşulmak istenmiş ancak HH’de olduğu gibi felsefenin dine indirgenmesi ile karşılaşmıştır. Risalelerde geçen tabiat üzerine mülahazalar, modern kılıflarla sunulmaya çalışılmıştır. Dernek binasındaki grup üyelerinin heyecanlı gençler olduğu ve aralarında samimi bir ortam kurdukları gözlenmiştir. Ayrıca güncel siyaset ve futbol konuşmanın yasak olduğu öğrenilmiştir. Dernekteki diğer bir genç, bu derneğin kurulmasının ekonomik olarak zor olduğunu ve ancak zengin ailelerce desteklenen, Yeken gibi kişilerin bunu başarabileceğini belirtmiştir ki bu sözler HH’den ayrılmış eski görevli Ali’nin (22, lisans ö.) *ben de yaparım* iddiası ile örtüşmektedir:

Ben bütün sistemi biliyorum çok param olsa bir trilyon gibi bu işe başlarım. Bir daire kiralarsın. Süslerim iyice. Çok iyi hitap yeteneği olan birini öne çıkartırım. Bir sürü reklam yaparsın. Zamanla videolar izlenir. Takipçi gelir. Zengin takipçiler de seni severse kendini satabilirsene destek muazzam. Arkanda ayrıca birinin olmasına gerek yok. (24.09.2021 tarihli görüşme)

Adana/Mesken İlim ve Kültür Derneği: Hayalhanem İKD’nin A kadrosunda yer alırken yeni bir gençlik derneğine öncülük yapmak isteyip ayrılan Onur Kaplan tarafından kurulmuştur. HH’nin eski görevlilerinin belirttiğine göre bu yeni derneğin Kayseri ve Konya’da açılma düşüncesi varken sonradan Adana’da karar kılınmıştır.

Buradan muhafazakâr toplumun kalesi olan yerlerin değil de Adana, Mersin gibi kozmopolit yerlerin tercih edildiği sonucu çıkarılabilir. Katılımcıların anlattıklarına göre Kaplan, bu yeni tarz dijital tebliğ metodunu Hayalhanem'den öğrenmiştir. Kişilerin kendi imkân ve yeterliliklerini de buna kattığı anlaşılmaktadır. Mesken derneği yetkilisinin not ve kayıt tutulmasından imtina ettiği için görüşme kısa tutulmuştur. Genel anlamda söylenecek olursa dernek binasının kitap kafesi, bahçesi ve etüt odası gezilerek HH ile benzerliklerine şahit olunmuştur. Adana/Medeniyet Vakfı yetkilisi S. Gürbey (40) derneğin yetkililerini tanımaktadır ve onun verdiği bilgilerden de HH ile kesin bir ayrılığın çıkarılması zordur:

Onur Kaplan Mehmet Yıldız'dan bahsederken hocasına hayran birinden bahsediyormuş gibi övücü sözler kullanıyor. Anladım ki onun ayrılma sebebi anlaşılamazlık değil. Şöyle bir usulleri var galiba; bir kardeş ön plana çıkıyorsa, sivriliyorsa enaniyet işin içine girmesin diye içe dönük bir davet çalışmasının içten dışa adam götürür mantığı ile, dışa dönük bir davet çalışmasının daha büyük kitlelere ulaşacağını düşünerek farklı illerde kıvılcım tutuşturarak teşbihte hata olmasın orayı ateşe vermeye çalışıyorlar. Böyle bir yol bulmuşlar birbirilerini karalamıyor ve organik bağımız yok diyorlar. (16.11.2021 tarihli görüşme, Seyhan/Adana)

Eskişehir/İskele İlim ve Kültür Derneği: Derneğin bulunduğu muhitin eskiden şehrin varlıklı kesiminin oturduğu bir mahalle olduğu öğrenilmiştir. Şimdilerde üniversiteye yakınlığı dolayısıyla yerlerini öğrenci apartlarının ve yurtlarının aldığı görülmüştür. Dernek yetkilisi Ömer (27, lisans m.) ile yapılan derinlemesine görüşmeden organizasyonel anlamda Hayalhanem ile aynı örgüt şemasına sahip oldukları anlaşılmıştır. Derneğin nasıl kurulduğu sorusuna kendisinin olmadığı bir zamanı işaret ederek şunları söylemiştir:

2014'te kuruldu. A. önceden Kurtoğlu cemaatinde kalmış biraz. Yaklaşık bir yıl kadar herhalde. Yeni gençlik dernekleri çıkınca, Sözler Köşkü en erken kurulanlardan biri hatta; gençlere de ulaşma, orada kendini biraz daha rahat hissetme güdüsü ile bu tarz bir şeyin içine girildi. Serkan da Osman da burası açıldıktan sonra ziyarete geldiler. Tabi bunların hepsi manevi yardım. (29.08.2021 tarihli görüşme, Eskişehir)

Dernek temsilcisinin söyledikleri oluşumların birbiri ile bağlantısına ilişkin önemli bir delildir. Nitekim aynı minvaldeki sözler Kafile'de de söylenmiştir. Eski cemaatlere benzememek adına maddi anlamda bilerek birbirinden ayrı durulduğu,

dostluk anlamında ise tanış oldukları ve ziyaretleştikleri anlaşılmıştır: “Hayalhanem manevi anlamda da ayrı duruyor. Bunun sebebi sanırım 2016’dan sonra cemaatlere olan bakış. Hepsi bir yerde hissedilirse o zaman eski cemaatler gibi olunur.” Ayrıca bu sözleri destekler mahiyette HH’nin eski görevlileri, başka bir dernekte sıkıntı çıkarsa onlardan etkilenmek istenmediğine dair düşünceler taşındığını aktarmışlardır. İskele İKD derneğinin başlangıcının Sözler Köşkü’nün çalışmalarına bağlandığı sözler dikkat çekicidir. İlk meydana gelen grubun kendini çoğaltma gayretiyle şehirleri dolaştığı anlaşılmaktadır:

Sözler Köşkü ekibi Türkiye turuna çıkıyor. Birçok şehre uğruyorlar. Eskişehir’e de uğruyorlar. Kurmak isterseniz diye sadece yol yöntem gösterme yapılmış. İşte şunu şöyle yaparsan şöyle olur anlamında bir başlangıç, küçük bir yönlendirme olarak destek oluruz diyorlar. Takipçiler 40-50 kişi Gar Kafe’de buluşuyorlar. Sonra devam etmek isteyen irtibata devam ediyor. (29.08.2021 tarihli görüşme, Ömer, 27)

Bursa/Maksat 114 İlim ve Kültür Derneği: Dernek binası ne üniversiteye ne de kent merkezine yakındır. Ancak çok göç almış Yıldırım ve Kestel ilçeleri yerine daha modern görünümlü Nilüfer ilçesinde konumlanmıştır. Bu özellik, Hayalhanem dahil diğer derneklerin lüks muhitlerde yer almalarını anımsatmıştır. Soruları ortamda 5-6 kişi bulunmasına rağmen daha yetkili görünen Edip (25, lise m.) cevaplamıştır. 20 kişiden oluşan çekirdek kadro içinde görev dağılımının kendiliğinden oluştuğunu ve sosyal medyaya ise çok önem verildiğini belirtmiştir. Ayrıca e-ticaretle ilgilendiklerini aktarmıştır. Dernek binasında herkesin telefon kullanmasına izin verildiği görülmüştür. Ancak Edip; herkesin sosyal medya hesabının olmadığını, sadece 5-6 kişinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğunu söylemiştir. Ayrıca; “Her şey burada programlı gider. Kalkış zamanı, kahvaltı zamanı, okuma saatleri, hizmet saatleri, hepsi planlı olduğundan burada lakayt tarzda davranıp devam edemiyorsun.” şeklinde “medrese”de kalmanın belirli bir disiplinle mümkün olduğunu belirtmiştir. Dernek binasının her katında ayrı bir müderris (idareci) bulunduğu öğrenilmiştir. Örgüt şeması, hiyerarşi ve disiplin, HH’yi hatırlatıcı görünmektedir. Diğer oluşumlarla iş birliği sorulunca Edip, birlikte olmadıklarını ama alakadar olduklarını ifade etmiştir:

Mesela bir arkadaşımız Adana'ya gitti. Adana'da bu tarz bir yer varsa oraya gidiyor oradaki arkadaşlara yardım ediyor. F. Hocamız vardı mesela Antep'te. Üniversiteyi bitirdi Antep'e gitti. Orada Sığınağım var. Onların ortak projelerine katıldı. Video çekimleri oluyor vs. onlara yardımcı oluyor. Burdaki arkadaşlar şehir dışına çıktığında bağlantı devam eder. Ancak bu, kişiye de bağlı. (29.08.2021 tarihli görüşme, Bursa)

Anlatılanlardan oluşumlar arası eleman geçişgenliğinin olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır. Böylelikle perde arkasında bir iş birliği olduğu emareleri güçlenmiştir. Edip, buna itiraz babında söyledikleri aslında organizasyonel bir özerkliğin yanında fikirde ve işte birlik olduğunu doğrulamaktadır:

Herkes kendi işinde bağımsız. Onlar video mu üretecek, üretirler. Derslerini mi yapacaklar, yaparlar. Bize sormazlar. Ancak fikir almak için aradıkları olur. Serkan abi (Bursa a.n.) Fatih abi (İstanbul a.n.) ile görüşür. Çınaraaltı'ndan buraya gelirlerse beraber muhabbet ederiz. Kafeye gideriz beraber. Bayramda olsun başka zaman olsun 'kardeşim nasıl gidiyor hizmetler tarzında.' görüşürüz.

Eleştirilerin kendilerine çekidüzen vermelerini sağladığını söyleyen Edip'e göre gençlerin oluşturduğu bir toplulukta elbette hatalar olur. Örneğin lakaytlık eleştirisi yapıldıktan sonra daha ciddi videolar çekmeye başlanmıştır. Derneğin ekonomik işleyişi konusunda ise şu bilgiler verilmiştir:

Maddiyat konusunda eski yerimizde kirayı çıkaramıyorduk. Büyük sıkıntılar yaşadık. Vakıf odamızda bir buzdolabımız vardı. Bütün vakıflara beyaz peynir kutusu verilirdi. Alın bunu bir hafta boyunca idare edin. Yemeklerde makarnanın dışında pilav olduğu zaman seviniyorduk. Fetö olayları sırasında insanlar korkup kaçtı bizden. Sonra seminerler yapmamız, e-ticaret açmamız büyük katkı sağladı. Şu kafeyi açarken 200 bin lira gitti. İnegöl'de A. lar var. Mobilyacı. Kardeşim dedi siz kafenizi açın, ne kadar koltuk masa sandalye varsa hepsi benden dedi. Döner şubeleri olan bir abi halınız benden dedi. Müteahhit bir abimiz alçıpan boya benden dedi. Adamlar sahipleniyor. Buraya gelip giden insanlar bunlar. (Edip, 25, lise m.)

Gençlik ve Spor Bakanlığının bu tür derneklerden “gençliğe dair neler yapabiliriz” konulu yazılar istediği, bunun üzerine grup lideri Serkan Aktaş'ın bir proje üzerinde çalıştığı söylenmiştir. Bu tarz bir projeyi HH üyesi İsmail (28, esnaf, lise m.) de Mehmet Yıldız'dan duyduğunu aktarmıştı. Edip'in iddiasına göre Cumhurbaşkanı kadar çıkan S. Aktaş'ın projesinin akıbeti belli değil. Pandemiden önce tüm okullarda

seminer yapma izinleri alındığı ve TRT ile "Kıssalı Harikalar Kumpanyası" adıyla ortaklaşa Ramazan programı çekildiği de öğrenilmiştir. Oluşumun pandemiden önce çocuk dersleri de dahil 35 civarı ders halkası olduğu belirtilmiştir. Ayrıca kadınların derneğe gelemeyişi, evlerinde Risale okudukları ancak onlardan gelen sorulara cevap niteliğinde tavsiyeler verildiği ve videolara yönlendirildiği söylenmiştir.

Ankara/Mina Kültür Merkezi: Araştırmada netnografik gözlemlenen ve çevrim içi görüşme yapılan tek kadın derneği Mina Kültür Merkezi'dir. Derneğin Çınaraltı grubu gençlik lideri Osman Sungur Yeken'in eşi tarafından yönetildiği öğrenilmiştir. Bir anlamda aynı oluşumun kadın şubesi gibi çalışmaktadır. Videolarda kadınların yüzleri görülmemektedir. Önceleri yalnız doğa görüntüleri ve alt yazılı dekor videoları çekilirken, son videolarında adeta konuşan elleri ve sesleri ile yüzleri görünmeden kadrajda yer almaktadırlar. Erkeklerin kurduğu oluşumlarla aynı misyon ve benzer gerekçelerle internette var oldukları öğrenilmiştir:

Risale-i Nurlardan besleniyoruz. Müslümanlar olarak Kur'an, sünnet çizgisinde kalmakla birlikte asrın tarzına da uyum sağlamak gerektiğini düşündüğümüz için sosyal medyada oldukça aktifiz... Biz de elimizdeki iman hakikatlerini teknolojiyi bir araç şeklinde kullanarak bütün dünyaya ulaştırma gayretindeyiz. (06.01.2022/Instagram)

Mina Kültür'e Ankara dışındaki başka Nurcu kadın derneklerle iş birliği sorulduğunda olumsuz yanıt alınsa da Adana çevresi için "Tükenmez Kelam Derneği" işaret edilmiştir: "Fakat bizim bu yerle bir bağlantımız olmadığından net bir yönlendirme yapamıyoruz. Siz kendiniz tecrübe edin." diye eklenmiştir. Netnografik gözlemler işaret edilen derneğin "Mesken İKD" gençlik lideri Onur Kaplan'ın eşi tarafından yönetildiğini göstermiştir. Bu durumda "Tükenmez Kelam" için "Mesken" derneğinin kadın şubesi denilebilir. Ancak aynı grup ismine Mesken kurulmadan Hayalhanem'in ilk yıllarında da rastlanılmıştır. Bu işaretler açıkça dijital Nurcuların kolektif bir yapılanma içinde olduklarını göstermektedir.

Web sayfaları ve sosyal medya hesapları üzerinden gözlemlenen Dijital Nurcu oluşumların takipçi istatistikleri, aralarında bazılarının (özellikle ilk kurulanların ve metropolde yer alanların) daha popüler bir hale geldiğini göstermektedir. Gözlem boyunca belli aralıklarla tutulan sayısal veriler³⁸ şu şekildedir:

³⁸ Boş bırakılan kutular veri olmadığını değil veri kontrolü/tespiti yapılmadığını göstermektedir.

Tablo 4.

Yeni Nurcu Oluşumların Youtube Abone Sayılarındaki Değişim

YOUTUBE KANALLARI	Ocak 2021	Tmmz 2021	Aralık 2021	Nisan 2022	Tmmz 2022	Aralık 2022
Hayalhanem	1.82 milyon	2.03 milyon	2.31 milyon	2.55 milyon	2.79 milyon	3,10 milyon
Sözler Köşkü	2.3 milyon	2.46 milyon	2,61 milyon	2.71 milyon	2.84 milyon	3,07 milyon
Çınaraltı	517 bin	559 bin	603 bin	637 bin	657 bin	713 bin
Maksat 114	837 bin	910 bin	933 bin	964 bin	988 bin	1,01 milyon
Mesken	212 bin	253 bin	308 bin	338 bin	369 bin	405 bin
İskeledeyiz	75,8 bin		76.2 bin	76.5 bin	76.6 bin	76,9 bin
Sığınağım TV	92.4 bin		134 bin	143 bin	155 bin	167 bin
Mina Kültür	5.08 bin		5.84 bin	6,07 bin	6.45 bin	8,76 bin

Tablo 5.

Yeni Nurcu Oluşumların Instagram Takipçi Sayılarındaki Değişim

INSTAGRAM HESAPLARI	Ocak 2021	Tmmz 2021	Aralık 2021	Nisan 2022	Tmmz 2022	Aralık 2022
Hayalhanem	998 bin	1.2 milyon	1.3 milyon	1.3 milyon	1.5 milyon	1,7 milyon
Sözler Köşkü	1.3 milyon	1.5 milyon	1.7 milyon	1.8 milyon	1.9 milyon	2 milyon
Çınaraltı	289 bin	309 bin	321 bin	352 bin	420 bin	430 bin
Maksat 114	414 bin	420 bin	428 bin	448 bin	462 bin	496 bin
Mesken	68.3 bin	77.7 bin	108 bin	127 bin	142 bin	193 bin
İskeledeyiz			30.4 bin	30.7 bin	30 bin	30 bin
Sığınağım TV			54.2 bin	120 bin	110 bin	99,7 bin
Mina Kültür			68 bin	73.2 bin	74.1 bin	88,6 bin

Tablo 6.

Yeni Nurcu Oluşumların Twitter Takipçi Sayılarındaki Değişim

TWITTER HESAPLARI	Ocak 2021	Tmmz 2021	Aralık 2021	Nisan 2022	Tmmz 2022	Aralık 2022
Hayalhanem	308.031	315.336	323.476	333.518	350.992	373.597
Sözler Köşkü	286.397	295.533	307.984	318.983	328.382	338.375
Çınaraltı	104.823	107.201	110.291	113.217	114.411	116.746
Maksat 114	106.328	107.492	108.231	110.909	118.354	125.400
Mesken	3.546	4.119	5.098	6.345	7.467	9.755
İskeledeyiz			11.854	11.730	11.648	11.531
Sığınağım TV			67.731	67.677	66.944	66.229
Mina Kültür			1.787	1.946	2.056	2.126

Dijital Nurcu oluşumların bir merkeze bağlı olup olmadığı, eğer bağlı ise bu merkezin neresi ya da kimler olduğu sorusu sahada karşılaşılan en önemli meselelerden biri olmuştur. Muhalif olanlar, mekânların ve tebliğ metotlarının benzerliğine, Nurculuğa getirilen açılımlara bakarak oluşumların tek bir cemaat olduğuna hükmediyorlardı. Sahada konuşulan dernek yetkilileri ise iddiaları kabul etmiyor, kendilerinin bağımsız olduklarını “hiçbir cemaate veya yapıya” bağlı olmadıklarını vurguluyorlardı. Ayrıca Kayseri/Kafile derneğinin yetkilisinin İstanbul/Sözler Köşkü’nün evrim karşıtı videosunu hafife almasını ve onları “Evrin Ağacı” isimli din karşıtı Youtube kanalına koz vermekle suçlamasını da bu teze destek olarak sunmak mümkündür (Kafile, 2019). Pınar (25, İstanbul, lisans m.), İslamcı söylemin ürettiği bir argümanı dillendirerek “İçinde İslam ve liderlik olan her meseleye nifak tohumu düşer bu gruplarda da bu durum çok olası.” demiştir. MY’nin Risale-i Nur orijinli gençlik oluşumlarının birbirilerini kopyaladıkları ve orijinal iş yapamadıklarına dair eleştirisi de bu doğrultuda okunabilir. Ancak bu oluşumlar bir taktik icabı birbirlerini eleştiriyor da olabilirler. Nitekim aşağıdaki ifadeler stratejik olarak dijital Nurcuların nasıl çoğaldığını MY’nin dilinden tasvir etmektedir:

Beş on arkadaş birleşiyorlar. Bir gönül bağı kuruyorlar ve diyorlar ki; evet, biz Allah'ın dinine hizmet edelim diyorlar. Onlar temerküz ediyorlar ve bir araya geliyorlar. Aradan o birkaç kişi, kaç kişi oluyor? Otuz kişi oluyor. Şimdi bir yerde otuz kişi varsa ne olması lazım? Baş olması lazım. 30 kişi olunca ne sevdası başlıyor? Baş olma sevdası başlıyor. Şimdi bu sefer ne oluyor? Çatırdamalar başlıyor. Ben mi baş olsam o mu baş olsa, ben seni niye dinleyeyim, sen onu niye dinliyorsun diye bir bakıyorsun yarıya bölünmüş, on beşi bir yerde, on beşi bir yerde. Aradan birkaç yıl daha geçince bakıyorsun onlarca farklı küçük parçalara bölünmüş... bizim bu yanlış değerlendirmemiz neden oluyor. Biraz itaati bilmememizden biraz baş olma sevdamızdan... Sonra diğer bölünen öbür diğerinin kötü bir taklidi olmaya çalışıyor. Şunu da demiyoruz. Ya tebrik ediyorum bu arkadaşlar şöyle bir açığı dolduruyorlar. (Hayalhanem, 2022b)

Yukarıda bahsedilen yapı “parçalı cemaat tipi”dir (Gellner, 2017, s. 373) ve küçük grupların doğmasına neden olur. Bu gruplar sosyalleşme için birincil nitelikte aile, akran grupları gibi sıcak ve samimi bir atmosferde rahat konuşulabilecek ortamlar sağlar. HH de bu bölünmelerle nispeten *küçük* kalarak grup içinde ilişki yapısını *kontrol edilebilir* kılmıştır. Zira grup yapısı büyüdükçe ilişki sayısı azalacaktır. Her ne kadar gözlemlere göre dijital Nurcu derneklerin köken, fikir ve dil birliği dışında organik bağlarına rastlanmasa da bu derneklerin ortaya çıkış hikâyesi ve sahada algılanışları

böyle değildir. Sözler Köşkü İKD projesi İzmir’de ilk başladığında şimdi İstanbul, Ankara, Bursa ve Mersin’de bulunan gençlik liderlerinin aynı arkadaş grubu içinde oldukları ve Sözler Köşkü’nü İstanbul’a taşıdıkları ve yine burada birlikte faaliyet gösterdikleri dernek yetkililerince saklanmayan bir gerçektir. Ayrıca netnografik gözlemlerde Dijital Nurcu derneklerce paylaşılmayan bir nostalji videosuna denk gelinmiştir. Videoda Fatih Yağcı, gençlik derneği kurma fikrini ilkin İstanbul/Nur Mektebi’nden ilham aldığını söylemektedir. Aynı videoda Hayalhanem’in perde ve halı parasının Nur Mektebi derneğinde toplanacağı, Sözler Köşkü ve Çınaraltı derneklerinin ise Hayalhanem’in açılışına destek olacakları belirtilmiştir (Serhat Kılıç, 2017). Buradan Uğur Akkafa’nın “arayıp bulmadığı ancak onu arayıp bulan” gençlerin ondan “ilham alarak ve onun yönlendirmesi” sonucu -videoda geçen tabirle- bir “gençlik hareketi”ne giriştikleri izlenimi doğmaktadır. Onu tanıyan Melih’in (34, memur) belirttiğine göre Akkafa bu yeni derneklerin öncülüğünü yaptığını kabul etmektedir. Ancak “İslami kitap satışından para kazandıkları” gerekçesiyle ve genç kızların İslami sınırları aşan hayranlık mesajları dolayısıyla onları eleştirmektedir (Akkafa, 2015).

Yukarıda belirtilenlere ek olarak dijital Nurcular içerisinde somut birlik görüntülerine de rastlanmıştır. Serkan Aktaş’ın (Bursa/Maksat 114) Fatih Yağcı (İstanbul/Sözler Köşkü) ve Osman Sungur Yeken ile youtube kanallarında ziyaretleşme videoları bulunmaktadır. Aynı şekilde Fatih Yağcı’nın Ankara/Çınaraltı derneğini ziyaret etmesi nette paylaşılmıştır (Çınaraltı, 2021). Serkan Aktaş ve Osman Sungur Yeken’in özellikle kadın takipçilerin çokça merak ettiği magazinél bir konu olan “Eşlerinle Nasıl Tanıştınız?” başlıklı videoları bulunmaktadır (Çınaraltı, 2017). Hayalhanem’in gençlik lideri Mehmet Yıldız, *bu ligde* bilinçli olarak görünmemeye çalışsa da Bursa/Maksat 114 ekibinden Edip’in (26, lise m.) ifadelerine göre sık sık diğer dijital Nurcularla haberleşmektedir. 2018 yılında bazı dijital Nurcu derneklerin GSB’nin davetiyle Kırşehir’deki gençlik kampına birlikte katıldıkları konusunda da Bursa ve Eskişehir’deki yetkili kişilerden teyit alınmıştır.

HH takipçisi katılımcılarla yapılan çevrim içi görüşmelerde, çoğunun dijital akışkanlık sonucu yalnız bu kanalı değil Sözler Köşkü, Mesken, Çınaraltı gibi kanalları da takip ettiği tespiti yapılmıştır. Bu durumda tablo 4-5-6’de belirtilen sosyal medya abone sayıları da birbirine zincirlidir. Çınaraltı’nı takip eden kullanıcı Hayalhanem’i de takip etmektedir. Örneğin bir kanalı takip etmenin diğerlerine bakılamayacağı anlamına gelmediğini söyleyen Neslihan (28, Hatay, memur), “Herkesten alabildiğimi alıyorum.

Öğreniyorum. Çünkü hepsi aynı hakikati anlatıyor.” demiştir. Her ne kadar bu oluşumların ayrı oldukları iddia edilse de tabanda yer alan gençler, onları bir arada düşünmektedir. Hatta katılımcıların bu çalışmadaki kolektivitinin vurgulanmasına benzer şekilde, “Sözler Köşkü, Hayalhanem vs.” veya “Sözler Köşkü, Çınaraltı vb.” ifadeleriyle sıklıkla kullandıkları görülmüştür. Youtube kanallarının birinin değil, seçilen birkaç kanalın farklı zamanlarda aynı amaçla takip edildiği şu sözlerde de ortaya çıkmaktadır:

Aslında pek farkları yok. Hani sadece Hayalhanem değil, Sözler Köşkü, Çınaraltı, Yelken gibi topluluklar var. Onları da aynı sebepler ile takip ediyorum. Aralarında fiziki bir bağ olmasa bile metotları aynı olduğu için her hâlükârda benzerlikler meydana çıkıyor. (İsa, 20, İstanbul, işçi)

Hayalhanemin vidoları tesadüfen karşıma çıkmıştı. Sonra diğer benzer kanalları keşfettim. O zamandan beri onları da takip ederim. Serkan Aktaş’ın Instagram hesabında bir kadınla fotoğrafını gördüm: Bükre Aktaş. Sonra onun Instagram hesabına girdim. Eşinin de bir sohbet ortamı oluşturduğunu gördüm. Huzme diye Youtube kanalı olduğunu fark ettim. Huzme’nin videolarını da takibe aldım. (Ayşegül, 19, lise mezunu)

Anlaşıldığı kadarıyla gençler kendi şehirlerinde bulunup bulunmadığına bakmaksızın dijital Nurcu oluşumların hepsini zihnen birleştirmektedir. Eskişehir/İskele derneğinde kaldığını söyleyen dernek görevlisi Salih (23, lisans ö.) “İstanbul’da da Hayalhanem var. Sözler köşkü, Yelkenim İstanbul; bunlara gidebilirsiniz” derken yaptığı bu yönlendirme ile ortaklaşmayı ikrar etmektedir. Yine de bir özerklik farkını belirtircesine “Hepsi dine hizmet etme eğiliminde. Nur talebelerinin manevi bağı her zaman olur birbirleriyle. Ancak doğrudan bir bağlantı yok. Herkes kendi merkezinde söz sahibi. Kimse kimseyi bağlamaz. Öyle, yani niyet aynı yöntem farklı.” demiştir. Oysaki niyetten başka yöntemin de benzediği çok açıktır.

“Paylaşılanları doğru bulduğunu ve beğendiğini” söyleyen Betül (32, ressam) gibi hiç Risale-i Nur okumamış ve Nurcuların tarihinden habersiz katılımcılar, zaten bu dijital oluşumları birbirinden ayırt edememektedir. Yine benzer şekilde birçok dinî gruba katılmış ve Nurcularla ilgili malumata sahip İsmail (28, esnaf) gibi katılımcılar da bu oluşumları denk görmektedir: “Risale-i Nur’dan okumalar yapan birisi olarak Hayalhanem’i İslami duruşundan dolayı takip ediyorum. Gördüğüm doğruları alıp hayatımda uygulamaya çalışıyorum. Bunu sadece Hayalhanem için değil internetteki diğer gruplar için de bende aynı.” Bu katılımcı ifadeleri “gösteri, ayrı olanı birleştirir

ama ayrı olarak birleştirir” diyen gösteri toplumu eleştirmenini (Debord, 2021, s. 43) haklı çıkarmaktadır. Dijital cemaatler, bireyleri ancak birbirlerinden ayrıken birleştirebilmektedir. Aynı bireylerin yan yana geldiklerinde ise dijital tesirin etkisinin bir şekilde yitirildiği düşünülebilir.

2.4. Dijital Nurcu Kolektivite ve Türkiye’de Postseküler Parametreler

Grup dinamiğinin temelinde Tarde’a göre “taklit”, Durkheim’e göre “kolektif şuur” vardır. Dijital Nurcuların gruplaşması açıklanırken her iki kavramdan da yararlanılması uygun görülmektedir. Nitekim dikkat çekici diğer bir husus, gözlemlere göre tüm bu oluşumların her ne kadar birbirlerine benzeseler de işleyiş konusunda birbirinden bağımsız karar alma mekanizmalarına sahip oluşlarıdır. En azından organik bir bağdan söz edilememektedir. *Ademimerkeziyetçi* bir yapıdan bahsediliyorsa ve aynı amaçla, benzer motivasyonlarla ortak kültürel sermayeden beslenerek birbirinden otonom olarak farklı işleyen oluşumlar söz konusu ise bunu *kolektivite* kavramı ile tanımlamak doğru olacaktır. Grup niteliğini dijital kanalların desteğiyle kazandıklarından bu ağ tabanlı hareketlilik, ‘Dijital Nurcu Kolektivite’ olarak adlandırılmıştır³⁹. HH dernek başkanı ile yapılan görüşmede bu konu sorulduğunda “Geleneksel kavramlara sığdıramıyorsunuz değil mi? Ne tarikat ne cemaat yeni bir şey, community denebilir.” demişti. Açıkça gelenekselin yanına konumlandırmıyordu kendini. *Community* diyerek aslında kendisi bir teklif yapıyordu. Ancak çalışmada, HH’deki yapılaşmaya ve yeniliğe vurgu yapmak için *oluşum*, benzer oluşumlar kümesine ise community’e benzer fakat daha ekonomiye içkin bir tabir olan *kolektivite* tercih edilmiştir. Kolektivite dijital çağa uygun gevşek bir örgütlenme şekli olarak düşünülebilir ve olguyu önceki organizasyonlarla açıklamaya çalışmak yanlış olacaktır. Nitekim Çiftçi de aynı görüştedir: “Bu yeni sanal mekânda ortak duygu, düşünce ve inançlar etrafında buluşan insanlar bir kolektif yapı oluşturmaktadır. Oluşan bu yeni toplumsal yapıları, geleneksel kavramlarla açıklamaya çalışmak yetersiz kalmaktadır.” (Çiftçi vd., 2017). Nitekim merkezin olmadığı bir durumda üzerinde anlaşmaya varmak koşuluyla her şey söylemdir (Sözen, 2017, s. 56). Öyle ki kolektiviteden neşet eden *İslami kolektif şuur*, dijital alemde yaşam alanı bularak kendine mahsus ethosu daha

³⁹ Çalışmanın bundan sonraki safhalarında söz konusu oluşumlar kümesi için DNK (Dijital Nurcu Kolektivite) kullanılacaktır. Ancak bir kadro hareketi olarak oluşumları ilk kuran İslami youtuber’lar için dijital Nurcular ibaresi kullanılmaya devam edilecektir.

görünür hale getirmiştir. Bir anlamda artık hem özerk olmak mümkündür hem de fikirde ve işte bir olmak anlamıyla “birimiz hepimiz, hepimiz birimiz için” mantığı işletilebilmektedir. Zıtların bir arada bulunma imkânını sağlayan, bilişim ve iletişim teknolojilerinin etkin kullanılmasıdır.

Ortak şuurun oluşması öncelikle kognitif bir olgudur. Dolayısıyla cemaati zihni bir yapı olarak tasarlamak gerekir. Nitekim benzer düşüncelerde birleşebilenler cemaati oluştururlar. Hayata anlam kazandırma çabası, boşluk hissinden maneviyata kaçış fenomeni; cemaatin geri dönüş ve dinsel hareketlerin artış sebebi olmalıdır. Denilebilir ki dijital tabanlı dinî kolektivizmin gerekçelerinden biri maneviyat (erişilmek istenen huzur) arayışıdır. Peki DNK'nin taşıdığı nihai amaç olan idealler uğruna içinde yaşadıkları toplumu değiştirmeleri mümkün olabilir mi? Tarihin de tanık olduğu üzere Nurcular istedikleri yönde bir toplumsal değişimi başarmış görünmemektedir. O halde şu soruyu sormanın tam yeridir: Toplumu değiştirmekte başarılı olamayanlar “toplumdan ayrı bir hayat yaşama” kararı mı vermelidirler (Erkilet, 2017, ss. 53-54)? Bireyin iç/ruhsal değişimini esas alan bu seçenek, teknolojik imkânlardan simgesel sermaye kazanılmasıyla Bourdieucu manada beraberinde iktidar potansiyeli de taşıyan (Swartz, 2011, s. 135) yeni bir *yayılma alanı* üretmiştir⁴⁰. Bu alan daha önceki kuşakların deneyimlemedikleri bir teknik imkânla gelmiştir. Cemaatin içinde değil ama cemaatle beraber olmak dinî dijitalleşme sayesinde artık mümkündür. Diğer bir deyişle “cemaatçi değil ama cemaatle” olunabilmektedir. Bugünkü teknoloji ile insanlar aksiyon ve geri çekilme arasında binlerce tavır belirleme imkânına sahip görünmektedir. Nitekim postmodern zaman ‘ocaksız ülkücüler’, ‘dergâhsız dervişler’, ‘cemaatsiz Nurcular’ zamanıdır. Bu bir yere ait olmadan bir şey olma hali, dijital kolektivite ile kesişmektedir. Ayrıca İslami hareketin kendi içinde yarattığı cemaatçilikle bireycilik arasındaki modern çekişmede (Özdalga, 2015, s. 75) bir ara formül bulunmuş gibidir. Ancak söz konusu olan sınırları belirlenmiş bir bireyciliktir. Öznesi gençlik olan Dijital Nurcu Kolektivite (DNK); bir nevi fildişi kuleden, toplum içine karışmadan toplumu değiştirme düşüncesine kapılmış dindarların birlikteliğidir.

⁴⁰ Pierre Bourdieu sosyolojisinde “sermaye” ve “habitus”la beraber diğer bir önemli kavram “alan”dır. Bir alan, faillerin işgal ettiği konumlar arasındaki nesnel ilişkiler ağı ya da konfigürasyonu olarak tanımlanabilir. Bir yapı unsuru olan alan, piyasanın ve kurumların ötesinde simgeler aracılığı ile iktidar mücadelesini vurgulamak için kullanılır ve üst-kuram olarak nitelenebilir. Detaylı bilgi için bkz. David Swartz (2011), *Kültür ve İktidar, Pierre Bourdieu'nun Sosyolojisi*, çev. Elçin Gen, İletişim Yayınları

İslam'da üç önemli meşru kılma tipi vardır: kitap (ve onun hadisle açılımı), icmâ-ı ümmet (toplumsal mutabakat) ve ardıllık silsilesi (Gellner, 2012, s. 211). Türkiye'de kitap -diğer bir deyişle beyan- üzerine kurulu Nur cemaatinin durumu değerlendirilecek olunursa bir toplumsal değişim hareketi ile karşı karşıya olunduğu ortadadır. Bu anlamda Nurcular, toplumun genel görünümü ile bir gerginlik ve çatışma içindedirler ve sundukları reçeteler pek çok muhafazakâr cemaatte olduğu gibi Cumhuriyet'in kuruluşundan önceye dayanır. Bu aynı zamanda onların söylem boyutunda modernite ile de kavgalı olduklarını gösterir. Buna karşın Nur cemaati her türlü teknik aracı din uğruna kullanmayı misyon edinmiştir. Cemaatin iletişim araçları ile paradoksal ilişkisini, onun bu değişim perspektifine bağlamak mümkündür (Ökten, 2021, s. 276). Nursî'ye göre değişimi gerçekleştirecek Risale-i Nur kitaplarının bir manevi şahsiyeti (şahsımanevi) bulunmaktaydı. O, sık sık müellife değil bu şahsımaneviye bütün değerlerin atfedilmesi gerektiğini belirtir (Nursî, 2006, s. 168; Nursî, 2015, s. 152). “Zaman cemaat zamanıdır. Cemaatten çıkan bir şahsı maneviye hükmedebilir ve dayanabilir.” (Nursî, 2016d, s. 130) Cemaatin tüm özelliklerini bu şahsımanevi kendisinde toplar. (Nursî, *Kastamonu Lahikası*, s. 143; Nursî, *Tarihçe-i Hayatı*, s. 699; Nursî, *Mektubat*, ss.439-440.) Bu sözlerde açıkça kolektif okumadan ve ortak bilinçten söz edilmektedir.

Topyekûn bir Nurcu tüzel kişiliğinden söz edilemese de kaynak ve hedef bütünlüğü açısından bakılacak olursa *dünya kadar büyük* farklılıklardan söz etmek anlamsızdır. Bu durumda *Nurcu kolektivite* mümkündür. Dilek'e göre şahsımanevi; siyasetçilik, cemiyetçilik, bölgecilik, komitecilik, dernekçilik, kavmiyetçilik, şahsiyetçilik gibi vasıf ve biçimler taşımaz. Şahsımanevi bir merkeze, bir şahsa, bir muhite münhasır değildir. Onda emir komuta zinciri, bir alt-üst ilişkisi de yoktur. Bu özel kavrama eser etrafında toplanan ve ona hikmet ve ilim müşterisi olan *halkalar* şeklinde bir tanım getirilmektedir (Dilek, 1992, s. 145). İşte bu birbirinden farklı olmakla beraber, amaç ve itikatta birlik içinde olan dinî dijital harekete şahsımanevi yerine daha sosyolojik bir tabir olan *kolektivite* kavramı önerilmiştir. Kolektifleşme ya da kolektivite, ortak idealler uğruna birlik halini alma şeklinde kullanılan sözcüklerdir. Kolektivite bu anlamıyla söylem derinliği olan ideolojik cemaattir ve “insanların dayanışma ağlarını cemaatçi pratiklerle ikame ettikleri kolektif ve yerel ağlar” (Ünal, 2009, s. 148) şeklinde tezahür eder. Başka bir çalışma, bir muhafazakârlık okuması

yaparak bu tarz bir birliktelik ruhunu “aşkın kolektif” olarak adlandırmıştır (Özsel, 2014).

Dijital kamusalılıkta yayılma imkanı bulan DNK, ister istemez sekülerleşme tartışmaları içine çekilmektedir. “Seküler” kavramı etimoloji yönüyle bu dünyada meydana gelen çağdaş vakıaları, şimdiki zamanda olan olayları ifade eder (Kirman, 2015b, s. 343). Buna göre sekülerlikte zaman kavramı önemli bir parametredir. Nitekim toplumun eskiye oranla doğaüstü kutsallıklara ilişkin referanslarında azalışın olması “sekülerleşme” olarak tanımlanır (Ertit, 2019, s. 47). Durkheim ise konuyu işlevsel boyutta ele alarak iş bölümünün ve uzmanlaşmanın arttığı toplumlarda sosyal yapının git gide dinden özerkleşip kompartımanlara ayrılacağını belirtmiştir (Günay, 1982, s. 79). Konu dinî semboller yönüyle ele alınacak olursa geleneksel Müslüman Türk toplumunda namaz, oruç gibi ibadetler; başörtüsü, sakal, takke gibi semboller dine ilişkin birer memdirler. Dinî memlerdeki azalışın da sekülerliğe delalet ettiği iddia edilebilir. Zira toplumsal hafızada dinî varoluşa ilişkin izler bu azalışla beraber bulanıklaşmaya başlayacaktır. Yine de gelenekle olan bağlarda kırılma ve seküler etkinlik, Avrupa ülkeleri düzeyinde olmadığı söylenebilir (Köse, 2014, s. 178). Diğer yandan dijital cihazlar, belli zihniyet şemalarına hitap eden *memlerin* (yeniden) yayılışını kolaylaştırmıştır. Ellerini genişçe açmış dua eden sarıklı bir figür, elinde asası ve cübbesi ile bir seyyah; bugün sokaklarımızda pek görmesek de dijitalde sıkça karşılaşacağımız *animelerdir*. Deve, ülkemizde bugün neredeyse yalnız turizmde kullanılan bir hayvan iken Ramazan ekranlarında halen Peygamber devrini temsilen dijital memlerde yer bulabilmektedir. O yalnız bir temsili değil “sabrın, hicretin, yolculuğun” derin anlamını bir zaman transferi ile zihinlere kopyalamaktadır. DNK youtuber’ları da benzer şekilde sıklıkla sakallı çizimleri ile karşımıza çıkarılmakta, böylelikle M-nesli için kopyalanacak bir imajınasyon portresi sağlanmaktadır.

Sekülerlik ile dinî çoğulculuşma arasında ise farklı bir ilişki söz konusudur. Alt kültürlerin varlığı ve sayılarının artması toplumdaki dinî görünümde çeşitliliği beraberinde getirmiştir. Artık dindarlığın eskiden sözü edilmeyen kadın dindarlığı, genç dindarlık, köylü ve kentli dindarlık, cemaat dindarlığı, tarikat dindarlığı vb. birçok yeni biçimi vardır. Bu durum sekülerleşmenin göstergelerinden olduğunu aynı kesinlikte söylemek zordur ve bu konu halen tartışılmaktadır. Ancak ilk izlenim çoğulculuşma ile toplumsal bünyede korunan dinî söylemin bir krize girdiği ve dinî varoluşun parçalandığı bir tablo ile yüzleşildiği şeklindedir. Kutsal bilindiği gibi tabulaştırılarak

günlük hayattan uzaklaştırılır (Durkheim, 2011, s. 61) ve profandan steril hale getirilir. Oysa internette rastlanan pek çok cemaat arasında dijital Nurcular, dini modern bir kılıfa büründürerek günlük hayatın dijital versiyonlarına, profan içeriklerin hemen yanı başına taşımaktadır. Üstelik farklı yorumlara sahip olan her bir dinî grubun bu tarzı bir şekilde benimseyip uygulamaya çalıştıkları bir vasat önümüze serilmektedir. Bu, hayatı dinselileştirmek midir yoksa sekülerleşmenin mi bir göstergesidir?

Dinî grupların medya araçları ile ağ toplumuna katılmaları -bir Truva atı gibi algılanmaları mümkün olsa da- Türkiye’de dindarların git gide sekülerleştiklerine işaret eder, ki buna dair çok sayıda veri vardır. Her şeyden önce eylem-söylem realitesi söylem lehine ayrılmış gözükmetedir. Bu haliyle İslamcılığın siyasi ve devrimci halini kaybettiği ancak sosyal ve kültürel gündelik hayat pratiklerine istikrarlı bir şekilde sızdığı bir post-İslamcı aşamadan söz edilebilir (Göle, 2002, s. 94). DNK örneğinde dindarâne çileden uzaklaşılırken satırların altını elektronik kalemle çizerek sohbet verme/dinleme ve mesaj paylaşma konforuna doğru kayılmıştır. Zira “çevrim içi din” boyutundaki dindarlar, tebliğ faaliyetlerini ses ve görüntünün bir kadrajına indirgemiş olmaktadır. Kadrajın ardındaki dinî hayat ise teknolojiye angaje bir hal almaktadır. Diğer yandan modern araçların İslamileştirilmesi, tekniğe yüzeysel de olsa tutunabilmeleri, söylemlerine yeni bir form kazandırmıştır. Yine de söylemin özünde kayda değer bir değişim oluşmamış, üstelik söylem araçsallaştırılmış; buna vakıf olanlar ise bu oluşumlarda tutunamamışlardır. Aslında İslami kolektivite, dijital cemaatler eliyle hayatiyetini sürdürebilmek için kendisine yeni kanallar açmakta ve yeni bağlamlar üretmektedir. Bu vasat hem dindarlaşmayı hem de sekülerleşmeyi yan yana ele almayı gerektirir. Dijital Nurcu aktörlerin çoğu da önce sekülerleşmiş sonra (farklı bir tarzda) dindarlaşmış kişilerden oluşmaktadır. Araştırmada bunun tersini, önce dindarken seküler hayata kendini kaptıran ve ardından bir şekilde DNK’ye katılan gençlere de rastlanmıştır. Bazıları uzun saçlı, dövme veya küpeli bu gençler klasik anlamda dindar görünmenin çok uzağındadır. Dinî öze olan uzaklık, yalnız şekilden ibaret olmayıp yüzeysel bir maneviyat buna eşlik etmektedir. Böylelikle gençlerin büyük bir çoğunluğu bu katılım ile tam bir dindarlık hayatına dönmüş olmayıp bilişsel tatmin yaşıyor görünmektedir. Bu hem seküler hem dinsel durum, her ikisinin de aynı yerde ve aynı anda tecrübe edilmesi yönüyle postseküler bir dinî evrene denk gelmektedir. Modernite ile söylem mücadelesi içinde olan Nurcu ekol pek çok farklı

görünüm arz etmiş ve git gide farklılaşmıştır. Sonuçta DNK örneğinde hem modern hem dinî bir görünüm arz eden post-seküler yapılar ortaya çıkmıştır.

2.4.1. Dine Dönüş Hikâyesi Olarak Dijital Mühtediler

Dijital Nurcuların en iddialı oldukları konu, gençler özelinde dine yönelimi arttırdıklarına dair *söylemdir*. Yapılan faaliyetlerin tümünün dinî tebliğ için yapıldığı ifade edilmektedir. İmansız gençlere iman verildiği iddiası elbette yeni değildir (Armaner, 1964, 38). Bunun için dinden uzak gençlere sesleniyor olmaları beklenir. Ancak gençlerin dinî inanışlardan ne oranda uzaklaştığı ele alınan veriye göre çeşitlilik göstermektedir. Ayrıca uzaklaşılan dinin kime göre din sayıldığı da subjektif bir veri olarak okunabilir. Gözlemler, ulaşılan gençlerin dine tamamen bigâne bir çevrede yetişenlerden çok, halihazırda dinî bir söylem içerisinde büyümüş ancak dinî hayattan uzaklaşmış dindar ailelerin çocuklarını kapsadığı yönündedir. Fatih'teki İslami derneklerle görüşmeler sırasında yaygın olarak paylaşılan fikir; davranış ve stillerde, memlerde oransal dinî kaybın (sekülerleşmenin) en çok halihazırda dindar hayat süren ailelerin çocuklarında olduğuna dair emareler görüldüğü şeklindeydi. Kurra Hafızları Derneği Başkanı Muhammed Gülnar (52, esnaf) görüşmede kendi ailesinde gördüğü kuşak farklılaşmasını şu şekilde anlatmaktadır:

(Kızım) Almanya'ya dil eğitimine gitti. Oradan mesaj attı. 'Baba ben uzun zamandır başımı açmak istiyorum. Ama sen üzülürsün diye senin korkundan dolayı açamıyorum.' Bilmeyen biri olsa anlatırdım. Baskı yapamadım, onun vicdanına havale ettim. Demek ki söylem eskidi. Bizim söylemimizde eylemimize muhalif bir şey yoktu ki. Buna ters örnekler de var. Gamze Özçelik olayı var mesela. Özellikle kendini davetçi olarak gören hocaların, imamların çocuklarının böyle yapması, insanı çok derinden üzüyor. (28.08.2021 tarihli görüşme, Fatih/İstanbul)

Sekülerleşmenin emareleri arttıkça ve deizm-ateizmin güçlendiği retoriği yaygınlaştıkça dijital Nurcuların daha fazla prim yapacağı düşünülebilir. Zira bu tartışmalar, sekülerleşmenin olduğu yerde onun ikiz kardeşi gibi takip eden dinin de var olacağı düşüncesini (Kirman, 2015, s. 354) doğrulayacak bir sonuca işaret etmektedir. Nurcu söylem "karanlığın olduğu yerde aydınlık" iddiasını taşıırken aslında bu gerçeğe yaslanmaktadır. Bu anlamda modernleşmenin bir boyutu olan teknoloji kullanımı ile dindar bir gençlik (M-nesli) göstergesi dikkat çekici bir hal almaktadır. Zira aynı medyada yer alan başka dinî gruplar da gençlerin "deizm-ateizm tuzağında" olduğu

söylemini büyötmektedir. Bu anlamda dijital Nurcular, “iman-küfür mücadelesi” yaptıklarını dillendirerek büyüklerine öykünmekte ve onlardan rol çalabilmektedir. Altı çizilmesi gereken husus, dijitalleşen gençlerin bekledikleri maneviyat etkinliğini geleneksel yöntemlerde bulamayışlarıdır. HH takipçisi Hasan’ın (19, lisans ö.) geleneksel İslami söylemin sürekliliğinde sorun olduğu sonucu çıkartılabilecek ifadelerinde, deist-ateist gençlerin arttığına dair düş kırıklığı okunmaktadır:

Lisedeyken sorgulamalarım oldu. Yurtta kaldım. Arkadaşlarım bir bir deist, agnostik, ateist olup dinimi hafife alıyorlardı. Beni bu durum çok rahatsız etti. Bana sorular soruyorlardı, köşeye sıkışıyordum. Tuvalette kendimi tokatladığım, ağladığım oldu. Tabiri caizse kafa bi milyon. O günlerde Çınaraltı’nın videoları denk geldi. İçimi ferahlattı doğrusu. Sonra video akışı içinde Hayalhanem’e denk geldim. Bu sırada beni 11. sınıfta Cumalara çağıran arkadaşım bile agnostik oldu. Bense Risale okudum. Onlarla benim aramda çok fark oluştu. 5 vakit namaza başladım. Günde 50 sayfa Kuran okuduğum oluyordu. (19.11.2021 tarihli görüşme, Yenişehir/Mersin)

Hayalhanem takipçileri iman çağrısı konusunda onları başarılı görse de takipçilerden önceden ateist ya da deist olduğunu söyleyenine çalışmalar sırasında rastlanılmamıştır. Din dışı fikirlerin çokça savunulduğu görölen ekşisözlük.com sitesinin taranan Hayalhanem ve Sözler Köşkü sayfalarında da böyle bir dine dönüş anlatısı okunmamıştır. Onun yerine Hasan gibi geleneksel söylem içinde büyüyen gençlerin inanç hususunda dara düşmeleri söz konusudur. Oysaki DNK hesapları, kendilerine geldiği söylenen dine dönüş mesajlarını sıkça paylaşarak bu konudaki iddialarını duyurmak istemektedirler. Nitekim ateizmle mücadele eden bir İslami derneğe her dindar Müslümanın destek olacağı fehvasınca, bundan ciddi meşruiyet sağladıkları söylenebilir. Eskişehir/İskele derneğinde kaldığını ifade eden Salih (23, öğrenci), grubunun din dışı akımlarla mücadele söylemini öne çıkarırken “Benim de kardeşim ateist, yapacak bir şey yok” diyerek bir nevi çaresiz kaldığını itiraf ederek çelişkiye düşmektedir. Diğer yandan dijital Nurcular tarafından sıkça paylaşıldığı görölen “kendilerini ateist ya da deist olarak tanıtmayıp o şekilde yaşayan insanların olduğu” varsayımı ise muğlak bir düşüncedir ve kitlesel iktidarı kolaylaştıran bir korku psikolojisi yaratmaktır. Ne var ki dindarlar arasında da yaygın olarak paylaşılan “dinsizlik akımları güçleniyor” söylemi DNK’nin varlığına ve arkasındaki dinî söyleme güç katmıştır. Nitekim Ankara/Mina Kültür Merkezi yetkilisi de bu noktadan yola çıkarak “çare biziz” demektedir:

Toplumdaki deizm, ateizm ideolojisinin de çok yaygınlaştığına şahit oluyoruz. Adına deist, ateist denmese bile o ideolojide olan içi boşaltılmış Müslümanlık yaşayan sayısı çok bir kesim de var. İhtiyaç fazla ve elimizde bu derde inşallah çare olabilecek bilgiler, hakikatler var. (06.01.202/ Instagram)

Hayalhanem'in misyon ifadesinde bulunan "iyi bir eğitimle hayatların değişeceği" sözü, kendilerine gönderildiği iddia edilen hidayet mesajları ile ispatlanmaya çalışılmaktadır. Değişen hayatlara dair anlatılara, fuarlarda imza günlerini gösteren video içeriklerinde sıkça rastlanmıştır. Bu mesaj ve görüntüler, çocukların ve gençlerin -kullanışlı- iltifat mesajlarından başka hem bir *dönüş hikâyesi* barındırmakta hem de MY ve HH'ye övgüler içermektedir. Zaman zaman Telegram, Whatsapp, Facebook gibi medyaların story'lerinde (sürekli görüntü) de paylaşılan bu memler, Hayalhanem'in toplumda neden var olması gerektiğinin ve hangi konuda muhtaçlara reçete sunduklarının zihinlere yerleştirilmeye çalışılan vesikalarıdır. MY'nin Instagram hesabında en kolay ulaşılabilecek yere iliştirilen ve meşruiyet gerekçeleri olarak okunabilecek dikkat çekici mesaj görselleri⁴¹ (Yıldız, t.y.), dijitali kullanan bir grubun toplumun bilinçaltına nasıl hitap ettiğini örneklemek için tasnif edilmiştir:

1- İnançsızlıktan dönenler:

Mesaj 1: *Benim annem ateist, babam da ateist ve alkolik o yüzden geçen seneye kadar dinden hiç haberim yoktu. Bana hiç öğretmediler. Kendi bildiklerini bana öğrettikleri için ben de ateisttim... Ama geçen sene sizin videolarınızla karşılaştım ve anlattıklarınız bana çok mantıklı geldi. Annemin babamın öğretmediğini siz öğrettiniz bana Mehmet abi. Bugün ilk defa namaz kıldım sayenizde.*

Mesaj 2: *Herhangi bir dinî inancım yok ama videolarınızı dinlemek izlemek hoşuma gidiyor.*

Mesaj 3: *İnanmayan birisi olarak sizi dinliyorum. Her şeyi mantığıyla bir tek siz anlatıyorsunuz ve sayenizde araştırıyorum teşekkürler...*

Mesaj 4: *15-16 yaşına kadar kilisede düzenli dua eden birisiydim. Fakat içimde anlam veremediğim bir arayış vardı. Bir şeyler yanlış gidiyordu. Bir gün internette sizlere denk geldim. Bir dersinizde şunu demiştiniz 'insan kendi fitratına baksa, dünyaya geliş amacını düşünse hakikati bulur' demiştiniz. Bu cümle o zamanlar zihnimde tohum olmuştu, şimdi ağaç oldu meyve verdi. Bulgaristan'dan selamlar.*

⁴¹ Mesajlar, yazım ve noktalama yanlışları raporlama sırasında düzeltilerek aktarılmıştır.

2- Günahlardan dönenler:

Mesaj 5: Zina için kullandığım odamı artık mescit diye kullanıyorum. Haramlara dalmak için kullandığım telefonumu Allah'ı öğrenmek adına kullanıyorum. Arzularımızın heveslerinin kölesi olan ben, sayenizde nefsine gem vurur oldum. Hidayet ışığını yakmaya vesile oldunuz. Deparla harama koşarken şimdi hevesle Allah'a koşuyorum.

Mesaj 6: Ben 30 yaşında eski bir bağımlıyım... Alkolü de uyuşturucuyu da dibine kadar yaşadım. 16 yaşında alkole 17'de sigaraya 20 yaşında uyuşturucuya başladım. 2 aydır sohbetlerinizi dinler oldum. 1 aydır da namazıma sarıldım. Alkolü de bir anda kestim öbürü aklıma bile gelmez oldu. İlaçlarla idare ediyorum ama manevi huzur maddi huzurumun önüne geçti. Eşimle, ailemle aram düzeldi.

Mesaj 7: 8 yıldır uyuşturucu kullanıyordum. Aşırı derecede bağımlıyım. O kadar ağır şeyler yaşadım ki artık duygusal olarak da iflas etmiş ve sadece madde bulmaya çalışan, nefes almayı bile unutan, bir gün köşede bir yerde düşüp ölmeyi bekleyen biriydim. Sizlerin vesilesiyle kendime geldim. Bir aydır elimi sürmedim. Kendime iş buldum ve hayatıma çeki düzen verdim.

Mesaj 8: Her sabah kalktığımda ilk işim oynadığım bahisleri kontrol ediyordum. Kayıpları çıkarmak için tekrar bahis veya masa oyunları oynardım. Moral bozulunca alkol içerek kafamı dağıtırdım. Akşam olur tekrar kumar, tekrar alkol bir de baktım ki yavaş yavaş her şeyimi kaybediyorum. Sizi tanıdığım günden beri evim de kalbim de ruhum da huzur dolu.

3- Bunalımdan dönenler

Mesaj 9: Kocaeli Darıca'dan yazıyorum Mehmet abi. 30 yaşındayım, optisyen esnafım. Sohbetlerini fırsat buldukça takip ediyorum. Dükkan sahibi kiramı 4 binden 6 bine çıkardı o gün bugün panik atak gibi stres ve kaygı bozukluğu başlamıştı. Şu an psikolog tedavisi de alıyorum. Fakat belirtmeliyim ki "Rızık Meselesi" ile ilgili olan videon 10 psikoloğa bedel.

Mesaj 10: Yıllardır psikoloğa giden ama sonuç alamayan en son canına kastetmeye karar veren arkadaşımınla bir saat konuştuk. Sizin videolarınızdan da gönderiyorum onları da izliyor. Arkadaşımın hayatı değişti. Çok sağ olun.

Mesaj 11: 17 yaşında genç kızım, 3 sene psikolojik tedavi gördüm. Kendime vücuduma zararlar verdim. Sonra sizin sohbetlerinize denk geldim. Güzel duaları yalnız

ağızla değil yüreğinizle ettiğinizi gördüm ve gerçekten değerli olduğumu ve yaptığının büyük bir günah olduğunu gördüm.

Mesaj 12: *Ramazan'ın son üç günü 10 yıldır çalıştığım biriktirdiğim ve geçen yıl düğünümde olan bütün takıları Bitcoin'de kaybettim. 10 gün kendime gelemedim. Bir gün işe giderken ufak bir kaza yaptım. Sonra sizin şefkat tokadı videolarınızı izledim. Dayanamayıp her gün günde en az 4-5 video izledim. Şimdi çok şükür namazıma başladım. Çok yalan söyledim şimdi bunu en aza indirmek için uğraşıyorum.*

Hayalhanem İKD, “iman kurtarma” retoriğinden başka toplumun ve bireylerin dinsel bütünlüğünü de ilgilendiren küfür, zina, içki, intihar gibi büyük günahlara karşı çare olduğu iddiasıyla sözlü ikna çalışmaları gerçekleştirmektedir. Bununla beraber verilen mesajlar, bazen dolaylı bazen de doğrudan bir dinî ekolün propagandasını içermektedir. Ayrıca isteğe göre muhataplarının (takipçilerinin) şahsi kemâlâtları (kişisel gelişimleri) izlenerek okudukları Kuran, Cevşen ve Risalelerin çetelesi⁴² tutulmaktadır. Buna benzer uygulamaların bazı takipçilerde karşılık bulduğu görülmüştür. Ayrıca yukarıda psikologların seküler metotlarından kendilerinin dinî yöntemlerinin daha iyi olduğu söylemi çok açıktır. Bundan dijital Nurcuların psikologlara rakip oldukları, onların işlevini üstlenmek istedikleri anlaşılmaktadır. MY videolarının psikoterapi etkisi yarattığına dair ifadeler katılımcılarda da rastlanılmıştır. Örneğin HH'ye maddi yardımda da bulunan Neslihan (28, memur) pandemi günlerinde sağlık endişesiyle evde bulunurken dinin denkleştirici gücünü dijital Nurcuların videoları ile hissettiğini “içim ferahlıyordu” şeklinde yansıtmıştır. Her ne kadar bir tebliğ faaliyeti olarak adlandırılrsa da yapılan işin modern bir meslek alanı olarak tanınan “manevi danışmanlık ve rehberlik” (MDR) hizmeti olduğu belirtilmelidir.

2.4.2. Kent, Dil ve Yeni Jargon

Günümüzün kitlesel dinî hareket toplulukları, üçüncü dünyanın geleneksel köylerinde değil, yeni şehirlerinde bulunabilir. Modern üniversitede eğitim gören insanlar, çoğunlukla bu hareketin çekirdek kadrosunu oluşturmaktadır (Berger & Luckmann, 2016, s. 55).

⁴² Adana/Mesken derneğinin Instagram paylaşımından (Mesken, 2022) mesaj ekibinin görev içeriği bu şekilde anlaşılmaktadır: (bkz. <https://www.instagram.com/p/Cg-CDUmDSn1/>) Adana/Mesken derneği kendine Hayalhanem'i rol model aldığına göre bu işleyişin orada da olması kuvvetle muhtemeldir. Nitekim Hayalhanem görevlisi bir katılımcı da kendilerinin “psikologlardan farklı olarak geri dönüş yaptıklarını ve arayanların manevi durumlarını takip ettiklerini” belirtmiştir.

Dijital Nurcu kolektivitinin neden seküler kesimin ağırlıklı olarak yaşadığı Mersin, İzmir, İstanbul, Ankara gibi büyükşehirlerde yapılandığı sorusu bu pasajdaki fikre göre açıklanırsa *anlam krizi, modernite ve çoğulculuğa* eğilmek gerekecektir. Bu konu sekülerleşme açısından da son derece önemlidir. Anlaşıldığı kadarıyla dinî bir örgütlenme olan DNK'nin sürekli devinim içerisindeki büyükşehirlerin modern kent hayatı ile *seçici yakınlaşması* söz konusudur. Nitekim dijital Nurcuların ontolojik kökeni İzmir'dir. Bu köken diğer kentlerdeki *varoluşlarını* da etkilemektedir. Nasıl Erzurum'un kırsal bir köyünde doğan bir tarikat yapısı, İzmir merkezinde varlık iddia etmekte doğal olarak zorlanacağı düşünülürse; onun gibi doğuştan kentli bir cemaat yapısı da kırsal yörelerde tutunmakta zorlanacaktır. Kendi varlığını geliştirmek uğruna doğduğu kente benzer yerleri kollayacaktır. Buna göre kent ne kadar büyük ve kozmopolit olursa DNK'nin kök salması o kadar hızlı ve etkin olmaktadır. Bu sebepten araştırma kapsamında bulunan Hayalhanem, Mersin'de; Mesken, Adana'da kurulsalar bile piyasanın cezbediciliği onları dinî derneklerin bir cenneti olan İstanbul'da “medrese” açmaya itmiştir. Aslında eylem, İzmir merkezli Sözler Köşkü'nün stratejik hamle olarak İstanbul'a açılmasına bir öykünmedir. Diğer yandan büyük olmakla beraber homojen yapıda bir *kent* olmayan, daha çok *şehir* sıfatı taşıyan Kayseri (Kafile), Gaziantep (Sığınağım TV) ve Şanlıurfa'da (Güverte) bir dijital aktivizm olarak DNK'nin tutunamadığı görülmüştür. Tutucu özellikler gösteren Karadeniz şehirlerinde ise dijital Nurculara hiç rastlanılmamıştır. Yine nispeten homojen bir kültürel bütünlüğe sahip Konya, Erzurum, Diyarbakır gibi şehirlerde de benzeri dijital tabanlı dernekler kurulmamıştır. Antalya'da başlatılan hamle ise bir “dost” müdahalesi ile geleneksel Nurcuların kontrolü altında kalmıştır⁴³. Oysaki üç büyük kentten başka Bursa, Mersin, Adana gibi kozmopolit büyükşehirlerde kırdan kente göç etmiş, köklerine hasret ve kolektif şuuru diri olarak yaşayan göçmen ailelerin anlam boşluğundaki M-nesli çocukları, dinî topluluklar için hazır bir kitle oluşturmaktadır. Toplumsal hareketlilik bağlamına uygun olarak özellikle Bitlis, Muş, Van yöresinden batıdaki metropollere gelen ailelerin çocukları Nurculuğa yatkın olmakta, bu tarz bir dindarlık “sosyal gömülü” (Özbolet, 2017, s. 119) bulunmaktadır. Nitekim Hayalhanem'le ilk temas kurulan Ahmet (26, lise m.) de dernek içerisinde “Bitlisli” olarak çağrılmaktadır. Bu

⁴³ Araştırma kapsamında ziyaret edilen Isparta/Barla'da tanışılan ve Meşveret cemaatinden olduğunu söyleyen Antalyalı bir avukattan alınan bir bilgidir ve teyide muhtaçtır. Ancak netnografik gözlemlerde Antalya'dan bir DNK derneğine ve dijital Nurcu youtuber'a rastlanmamıştır.

araştırma verileri, metropollerle dijital Nurcular arasında seçici yakınlık olduğunu göstermektedir.

Dinî grupların coğrafi dağılımı konusunda eski bir saptamaya göre Türkiye'nin kırsal bölgelerinde, dinî hareketler ve dinî katılım dernekler aracılığı ile olmamakta onun yerine tarikatlar ve şeyhler aracılığıyla şekillenmektedir. Ekonomik açıdan farklılaşmış, ilerlemiş bölgelerde ise parçalanmış ve farklı değerlere yönelmiş toplum, bir cemaat toplumu görünümünden uzak olduğu için dinsel katılmayı derneklerle örgütlemek kaçınılmaz olmuştur (Yücekök, 1971). Ancak kırsalda kök salan tarikat yapılarının şehirlerde de dernekleşmeye başladığına göre bugünkü görünümü postmodern teori daha iyi açıklamaktadır. Kentle postmodern dinî hareketler arasında Batı'da görüldüğü üzere sıkı bir bağ olmalıdır. Köylerden kopup kente gelenler, geleneksel dinî anlatılarla bağlarını korumaya çalışsalar da bir sonraki dijital kuşak, evin içinde ev ahalisi ile bağlantılarını asgariye indirdiğinden birincil sosyalleşme halen etkili olmakla beraber eski önemini kaybetmiştir. İnternet, gerçeğin yerine ikame edilen “gerçekçi gösterge” özelliği ile akran grupları ve kitap üzerinden yaşanan dinî sosyalleşmeyi dahi baskılamış görünmektedir. Dijital evrende videolarla tanıştığı sanal cemaatine öykünmek, aynı zamanda aile çevresinden boşalan bağlılık hissine de geçici/yüzeysel bir çözüm anlamına gelmektedir.

Şehirler/kentler, topluluk asabiyetinin azalmasını netice verdiğinden bireysel hayatın rahatlığını ve pervasızlığını öne çıkaran (İbn Haldun, 2018, s. 327) özerk hareket etme imkânı sunan bir sosyal yapıya sahiptirler. Nitekim kentleşmenin sekülerliğe yol açtığı genel kabul gören bir görüştür (Ertit, 2019, s. 193). Ancak dijital Nurcuların dinî bir örgütlenme olarak muhafazakâr yönelimli şehirlerde değil kozmopolit büyük kentlerde tutunabilmesi klasik sekülerleşme teorisine aykırıdır. Söz konusu kentlerin seküler karakterinin altını yeniden çizmekte fayda vardır. Dinî otorite sayılan şeyhlerin sosyal kontrolü ve mesafeleri belirlediği bir Doğu Anadolu yerleşim çevresi, geleneğe koşut *yeni dinî oluşumların* ortaya çıkması için fazladan zor bir yer olmalıdır. Postsekülerliği davetiye çıkaran şehir “karanlığı”nın din “ışığı”nı çekeceğine dair tebliğci söylem, dijital Nurcu kolektivizmi özellikle büyük metropollere yönlendiriyor olmalıdır. Talebin bu kentlere özgü anlam krizi yaşayan gençlerden geldiği düşünülecek olursa dinî arzın da buralarda yoğunlaşması gayet doğaldır. Özellikle de kaynakların harekete geçirilmesinin ve ekonomik imkânların elde edilmesinin bu kentlerde daha kolay işlediği anlaşılmaktadır.

Kent hayatının diğerk bir özelliğı resmî ve kısa süreli ilişkilerin geçerli olmasıdır. O yüzden insanlar en kısa sürede en fazla dikkat çekecek gösteriş içerisine girmek durumundadır. Tüketim anlayışını tetikleyen ve ekonomik döngüye girmeyi kolaylaştıran bu pratik, dijital Nurcu kolektivizmi de besleyen toplumsal damardır. O yüzden kısa bir zaman diliminde etkili sözler ve görseller üretilmekte, derneklerde ziyaretçileri kısa sürede çarpacak fiziki donanıma bürünülmektedir. Öte yandan sıcak samimi duygulardan mahrum kalan M-nesli, bu kısa ilişkilerin açılımına girerek, değişik grup ve cemaatlere dahil olarak varoluşuna ters bu yalnızlık hissini bastırmaya çalışır. Olayın art planında batılı referanslara gösterilen tepkinin yumuşaması da söz konusudur. Bunlardan biri Kafile derneğı yetkilisinin (Nurullah, 24) söz ettiğı İngilizce öğretimidir. Pasajda geçen aynı dili konuşmanın anlaşmak için yetmeyeceğı ifadesi kuşaklar arası farklılaşmanın da açılımını vermektedir:

İngilizce bir dünya dili. Eğer insanlara imanı anlatacaksak bu dili kullanmamız imanı gerekliliktir. Gönül isterdi ki buna gerek kalmasın. Arapçayla ya da Türkçeyle anlatalım... Ayrıca anlaşabilmek için aynı dili konuşmak yetmez. Aynı kelimelere aynı anlamları vermek gerekir. Bir nesneye ne anlam verdiğiniz önemli. (25.08.2021 tarihli görüşme, Kayseri)

Kentli olmanın başka bir cilvesi dinî terminolojideki *günah* ile iç içe yaşama durumudur. Dijital Nurcular için “helal daire keyfe kâfi” retoriğı yükseltilir ama üyelerin pek çoğunun yaşamlarının önceki ya da halihazırki kısımlarında din dışı bir hayatı var gibi görünmektedir. Bunu da birçok videoda tekraren anlatmışlardır. Esasen verilmek istenen mesaj, *biz en dibe vuranlar olarak sizden çok daha zor bir iş başardık, iman mertebesine çıktık* şeklinde de okunabilir. Zira düz bir Müslüman olmaktansa sonradan dönüş yapmış bir Müslüman olmanın takipçilerin gözünde bir derece farkı olduğu gözlemlenmiştir. Örneğın MY’nin bir arkadaşına yönelik, Menzil cemaati için hafife alıcı “sana verecekleri kadar tövbeleri var mıymış” sözü (Tasavvuf Ruhu, 2021) hem arkadaşının gayri meşru hayatına işaret etmekte hem de geleneksel bir tarikat ritüeli olan “tövbeye şahitliğı” eleştirmektedir. Aşağıdaki HH dernek başkanının kent varoşlarından taşınan sokak jargonunu tanıdıklarına dair ifadeleri, aynı zamanda bu gençlere nasıl yakın olabildiklerini de göstermektedir:

Bir gece zilzurna sarhoş iki genç geldi derneğı. Mehmet’le ikimiz indik baktık ayakta zor duruyorlar. Kötülük düşündüklerinden değil, bizi sevdiklerinden gelmişler. ‘Mehmet abi var ya, sana kimse yan bakamaz’ diye bağıyor bir tanesi. Böylesi gençlerin halinden dilinden anlıyoruz biz. Liseden üniversiteye bu tarz gençler vardı çevremizde. Nasıl nereden içkiye esrara başlarlar, hangi ortamlara takılırlar, psikolojilerini tahmin edebiliyoruz. (05.10.2020 tarihli görüşme, F. Ünal, Yenişehir/Mersin)

Modernitenin yarattığı sonuçlarından biri de güvensizlik olarak görülmektedir (Giddens, 2016). Metropol insanı karşılaştığında diğer(ler)ine belli bir mesafe ve hoşnutsuzluk ile karakterize olur. Bu minvalde dijitalleşen M-nesli de denetlenen, gözetlenen olmaktan rahatsızlık duyarken bir paradoks olarak alışılmadık bir gözetim sisteminin dijital evrendeki varlığına pek aldırmyorlar gibidir. Dijitaldeki insanlar arası sosyal mesafe ona belli bir kişisel özgürlük alanı kazandırmaktadır. Bunu belki de statik şekilde sosyalleşebilmenin ve görülebilen-denetlenebilen içeriklerin kendi tercihi olmasının bir kazanımı olarak görmektedir. Diğer yandan kazanılan özerklik *güvenli liman* arayışına engel olamamıştır. HH'nin varlık bulduğu gençlik alt kültürünün de buradan beslendiği düşünülebilir: “Komşulara, yabancılara, ya da herhangi bir çatışma unsuru taşıyan çevrelere karşı kendi içinde kenetlenmiş, nispeten küçük bir çevre” (Simmel, 2017, s. 102). DNK; akrabalık, komşuluk veya otantik birlikler ile çerçevesi önceden çizilen bir ortaklaşma değil, metropole has sonradan kazanılan bir habitus oluşturmaktadır. Dijital cemaat, güvenli olmayan bir dünyada (Bauman, 2016) bir sükunet adası izlenimi vermektedir. Modernizmin anlam krizi ile sonuçlanan şahsiyetin parçalanmasının önüne geçmek aynı zamanda psikolojik bir gereksinimdir. Dijital göçmenlerin arayışı daha çok nostaljik bir cemaat şeklindeyken kültürel farklılaşmaya uğramış dijital yerliler (M-nesli), arayışlarını da farklı mecralara kanalize etmişlerdir. DNK'nin bu postmodern arayıştan kaynaklı dip dalgayı keşfetmiş olması, kendilerinin de dijital yerli metropol genci olmalarına yorulabilir. Yine de bir doktrin kuracak donanım ve yeğin bir kültürel sermayeye sahip olmadıklarından geleneği tevarüs etme ihtiyacı içerisindeyler. İşte söylemin kendini modern kent içinde yeniden ürettiği bağlantı noktası burasıdır. Burada özgür ya da özerk form içinde olmak bir anlam ifade etmez, zira söylem eskidir. Ancak postmodern kavrayış forma/şekle odaklanır.

İnsan birlikteliğinin oluşturduğu formların da tıpkı doğanın kanunları gibi devrim içinde olduğunu İbn Haldun gibi kent sosyolojisi tartışmalarına önemli katkı sunan Simmel de belirtmiştir. Ona göre hayatın kuvvetleri, üretilen her kültürel oluşumu er ya da geç aşındırır. Bir toplumsal form gelişimini tamamladığında, bir sonraki form çoktan onun altında biçimlenmeye başlamış ve kısa ya da uzun bir mücadeleyle mutlaka onun yerini alacak duruma gelmiştir (Simmel, 2017, s. 56). Dijital Nurcuların geleneksel Nurcular dışında konumlanmasını ve diğer Nurcu gruplardan uzaklaşan dindar zenginlerin az ya da çok bu tür gruplara yaklaşmasını, bu anlamda değerlendirmek mümkündür. Diğer yandan metropolde yaşayan bireylerin ayırıcı

özelliği yoğun şekilde uyarılmalarıdır. Dakiklik, hesaplanabilirlik ve kesinlik ölçütleriyle metropollerde insanlar; farklılıkların ayırına hemen varmaktadırlar (Simmel, 2017, s. 80-98). Kent hayatının alışıldık, kesintisiz akışının içinde dijital Nurcular gibi farklılıklar çok daha kolay ayırt edilmektedir. Dine ve Nurcu ekole zıt bir noktada olsa da bu farklılığı merakla, dijital Nurcu youtuber'ları izleyen çok sayıda ateist blog yazarına rastlanılmıştır (Ekşi Sözlük, t.y.).

Dijital Nurcu gençler metropolün ölçütlerine ayak uydurmakla beraber modern görüntüleri altında dillerindeki dinî jargonla ayrık durmakta ve dikkat çekmeyi başarmaktadırlar. Kalabalıklar içine karıştıklarında dinî tevazu söyleminin tersine popüler bir ikon gibi muamele görmek üzere birtakım tedbirler uygulamaları da bu aykırılığı beslemektedir ve diğer dinî gruplarla aralarında bir kontrast uyandırmaktadır. Taktiksel açıdan gençlere yakın gelen özel bir dil (jargon) kullanmaları, HH'nin farklılıklarından biri olmalıdır. "Jargon" sözcüğü, aynı topluluktaki insanların yaygın dilden farklı olarak kullandıkları özel dil veya söz dağarcığı olarak tanımlanır. Buradaki dilin en ayırıcı özelliği belki de gençlerin kente özgü hayat tarzı ile kaynaşmış olmasıdır. HH dernek başkanının "Biz samimiyeti önemsiyoruz. Dilimizde sokak jargonu var. Bunu kabul ediyoruz. Kot pantolona, cep telefonuna karışmıyoruz." şeklindeki ifadeleri de bir din çağrısı olarak alt kültüre özgü jargonun kullanışlılığının farkında olduklarını göstermektedir. Halil (24, işçi), HH'ye şüphe ile yaklaşan eski bir üye olmasına rağmen dernek başkanının bu görüşünü paylaşmaktadır.

Samimi görünmelerinin sebeplerinden birisi de içeride genç oranının çok fazla olması. Uzun saçlı olan birini de görebiliyorsunuz. Küpeli olanı da. Dövmeli birini de. Hepsinin ortak noktası Hayalhanem'di. Herkese hitap ettiği için çok samimi gelmişti. Herkes kendinden bir şeyler bulabiliyordu. (28.11.2021 tarihli çevrim içi görüşme/Zoom)

Dijital ürün satışı yapan bir firma tarafından yapılan bir araştırmaya göre (DigitalAge, 2017) dijitalin içine doğan genç kuşağın %97'si en çok Youtube'da varlık göstermektedir. Fenomen olarak görülen youtuber gençlerin konuşma diline bakılırsa geleneksel medyaya oranla bariz bir fark görülmektedir. Ekran karşısına geçen dijital göçmenlerin şaşkınlığına veya eğitilmiş iseler haber spikerlerini andıran resmiyetlerine nazaran dijital yerliler kendilerini oraya ait hissedencesine rahat konuşmaktadırlar. Araştırmaya göre gençlerin yüzde 35'i spontane ve mizahi bir iletişim tonu tercih ederken sırasıyla yüzde 28'i heyecanlarını belli eden, yüzde 25'i ikili konuşma şeklinde,

yüzde 6'sı bilgilendirici ve yüzde 6'sı ise arkadaşlarıyla konuşur gibi samimi bir dil kullanmıştır. Dinin sözle varlık bulduğu dikkate alınırsa kayda değer bir değişim din tebliğine de yansımıştır. Üstelik geleneksel kürsü dilinden farklı, yeni bir hitap dilinin gerekliliğini kabul eden İslami kesim temsilcilerine rastlanılmıştır:

3-25 yaş arasına hitap edebilecek kendi yaşlılarından hatip kitlesi olmalıdır. Yetiştirecek olan bu vakıflar ve derneklerdir. Biz maalesef gençleri yetiştirmekte ihmal ettik. Her vakfın bir genç hatibi olmalı. Mutlaka acil bir eylem planı oluşturup gençliğin dilinden konuşacak gençler yetiştirmemiz lazım. (M. Gülnar, 52, dernek gönüllüsü, 28.08.2021 tarihli görüşme)

Araştırmanın yüz yüze görüşme yapılan en genç katılımcısı Ayşegül (19, lise m.) gençliğin tarzını ve dilini dijital Nurcuların nasıl kavradıklarını bir astronot imgelemi üzerinden kendi deneyimleri ile aktarmıştır:

Maksat 114'ten Fatih Toprakoğlu'nun eşi Edibe var. Edibe astronatları çok seviyor. Kendilerine astronot çift diyor. Astronot fotoğrafları paylaşıyor hep... Uzayla alakalı araştırmayı seven birisi. Beraber pikniğe gidiyorlar, kahvaltı hazırlıyorlar, balık tutuyorlar. Sonra da Risale okuyorlar. Hiç yüzleri görünmüyor. İnsan, işte özeniyor; ne kadar güzel hayatları var diye... (21.02.2021 tarihli görüşme, Kayseri)

Ancak bu ifadelerden dijital Nurcuların İslami derneklerce çok arzulandığı anlaşılan yeni din diline erişebildikleri anlamı çıkarılmamalıdır. Zira kullanılan dilin dinî oluşu sorgulandığında dinden çok piyasa dili karşımıza çıkmaktadır. M-nesli kitlenin ilgisini çekebilecek jargon, dinden değil popüler medyadan ve günlük hayattan devşirilmiştir. Buna yayına hazırlanan video isimlerinden vakıf olunabilmektedir:

Her Şey Gelir Geçer İnsan Yorulur Allah Toparlar Sabret! 22.10.2022, Youtube/hayalhanem

Hayatınızı Değiştirecek 28 Dakika 14.02.2020, Youtube/hayalhanem

Hayat Bitti Dediğin Yerde Başlar 24.04.2021, Youtube/hayalhanem

Kur'an'daki Başörtüsü Gerçeğini Duyunca Şok Olacaksınız 09.09.2016, Youtube/hayalhanem

Risalelerde yer alan ağdalı Türkçeden ne kadar uzaklaşıldığı bu ve benzeri başlıklardan da kolayca anlaşılmaktadır. Dil yalnız iletişim için semboller sistemi değil ideolojinin sürekliliğini sağlayan ve zihni yeniden ve yeniden kuran bir araçtır. Bu yönüyle kullanılan jargon, Mardin'in sözünü ettiği *metinler arası süreklilikten* (2011, s. 121) kopmuş görünmektedir.

2.4.3. Dinî Söylemin Slaktivizm (Gevşek Aktivizm) ile Buluşması

Türkiye’de dindar çevreler, görmenin ve görünmenin dinî sınırları üzerine inşa ettiği mahrem algısıyla göstermeye dayalı teknolojik aletlerin kullanımı konusunda önceleri kararsız ve pasif bir tutum takınmıştır. Televizyon yapımlarına *kendilerinden-olmayan* gözüyle bakmışlar ve genel bir tasvipsizlik içinde bulunmuşlardır (V. Bilgin, 2014, s. 143). Hatta halk muhayyilesi, araçla aracın mucidini birleştirerek Batı yapısı teknik eşyalar için *gavur icadı* deyimini kullanmıştır. Özellikle 80’ler ve 90’lar Türkiye’inde televizyonla gelen modernleşmeye dinî bir reaksiyon gösterilmiştir. Bir başka tepki örneği olarak 80’lerde yayın hayatına başlayan dinî hassasiyetteki gazeteler, bir ecnebi adeti olarak gördükleri spora sayfa dahi ayırmamışlardır. Dijitalleşme süreci ile oluşan dijital kültüre olumsuz yaklaşanlara göre dindarların bu eski nostaljik duyarlılıkları azalmıştır. Haz ve hızın at başı gittiği, yabancılaşmanın ve yalnızlığın arttığı, araca bağımlılığın insanların özgür dünyalarını daralttığı bir tekno-pagan çağın başladığı iddia edilmiştir (Kaplan, 2020). Bu değişime özgürlüklerin ve fırsat eşitliğinin artması düşüncesiyle olumlu yaklaşan entelektüeller de vardır. Bu görüştekiler, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması sayesinde “aktarılan değil edinilen kültüre” doğru gidildiği düşüncesindedir (M. Arslan, 2016, s. 18). McLuhan’a göre de yaşadıkları çağa bir “dikiz aynası” aracılığıyla bakan ve halen mekânîk çağda yaşadığını zanneden topluma karşı, gençlerin elektronik iletişim teknolojileri sayesinde biçimlendirilen anlam dünyaları “ileri” bir aşamayı temsil etmektedir (Altun, 2006, s. 323).

İslami camianın yeni teknolojilere örgütsel tepkisi, kaynaklardan azami ölçüde yararlanmak şeklinde olmuştur. Zira analog cihazlarla kurulan medyaya sahip olmak ve işletmek ciddi bir ön hazırlık ve sermaye gerektirirken dijital medyada din tebliği çok daha kolay ve ucuzdur. DNK, bu nedenle yeni medyanın ötesinde yatan şekillendirme potansiyelini dikkate almadan onu aktivist bir eda ile kullanma eğilimindedir. Geleneksel dindar çevrelerin gençlere yönelik “akıllı telefon” eleştirisi sorulduğunda Kafile derneği yetkilisi (Nurullah, 24), bir retorikle karşılık vermiştir:

Kişi kendi kontrolünü kendi sağlayacak. Düştüğü yerden kalkmak gerekiyor. Teknik ve teknolojiye yere düştük. Zaafımızı bileceğiz ki aynı yerden ayağa kalkalım. Teknolojik cihazları kullanırken hata yapılabilir ama bir dahaki sefere ders çıkarılır, tekrarlanmazsa başarı gelir. (21.02.2021 tarihli görüşme, Kayseri)

Dijital medyanın tebliğ amaçlı kullanımı dinî grupların birçoğu tarafından *sine qua non* (olmazsa olmaz) şeklinde kabul edilir olmuştur. Bu, postmodern şartların dayattığı akışa katılma teklifine olumlu yanıt verildiği anlamına gelir. Dijital teknolojilerin hayatımıza sızması kadar yakın tarihte yaşanan 15 Temmuz hadisesi sebebiyle dinî grup üyeliğinden kaçınılması ve pandemi şartlarında iletişim için başka yol bulunamaması da dinî dijitalleşmenin tetikleyicilerinden olmuştur. HH'nin ve diğer DNK oluşumlarının organizasyonel açıdan sosyal medya bağımlılığı, açık ve net görülebilmektedir. Cemaat olmanın en önemli bileşenlerinden mekân birlikteliği algısı, dijital dinle dönüşüme uğramıştır. Hangi mekânda olursa olsun ağ sayesinde cemaat üyeleri ev konforunda birbirine bağlanabilmekte ve kolektiviteyi yaşayabilmektedir. Hiç derneğe gitmeden sohbet dinleyebilmekte, hiç yorulmadan kendi din görüşünü temsil edenlere maddi katkı sunabilmektedir. Bu konforun dernek isimlerine yansması da çok açıktır: Takipçiler ya *hayal evine-çay evine (Hayalachenem-Çayhouse)* ya *köşke-meskene (Sözler Köşkü-Mesken)* ya da *çınar altına* davet edilmektedir. Bu dijital cemaatlerin çoğunlukla ilk talepleri *beğeni, retweet, like, yorum* gibi oldukça kolay desteklerdir. Hatta bunun için dindarâne bir hayat bile şart değildir. İşte yüz yüze olduğunda daha sıkı bir örgütlenme kurulabilecekken zahmetsiz bir iletişimle ağa dahil olunduğunda slake (gevşeme) içeren bir aktivizm yapılmış olur. Bu gevşek aktivasyona “slaktivizm” adı verilmektedir. Muhtemelen Türkiye’de sekülerliği de içinde barındıran bu tarz dinî cemaatleşme bu vesile ile artmaktadır. Örneğin Ahmet (26, HH görevlisi), dijital evrende bu şekilde, söylemin varlık kesbetmesini arzulamaktadır: “Sosyal medya büyük bir dünya. Biz bu sahada çok azız. Keşke daha çok bu tarz videolar üretenler olsaydı.” Dijitale bu derece bağlı bir tebliğci düşünce, doğal olarak slaktivizme -diğer bir deyişle gevşek dijital aktivizme- bağlı bir üretimin gerekliliğini öngörmektedir.

“Dinî çevrim içi” örnekleri, daha önce örgütlenmiş dinî grupların dijital evrende de var olmaya çabalamasıdır. Diğer yandan “çevrim içi dine” örnek olan HH vb.’nin ise eski dinî söylemi yeni ortama uygun yeni bir sunumla devam ettirdiği iddia edilebilir. Türkiye’de geleneksel merkezi dindarlığın klasik örgütlenmesi, resmî statüye de sahip camilerde görülür. Ancak camilerin şu anki işlevinin gençlerin teknoloji dünyasına uyum sağlayıp sağlayamayacağı tartışmalıdır. Hem geleneği sorgulayan hem de toplumsal değerlerin aşınmasından endişeli bir “tekno-dindar” Talha (19, lisans ö.) geleneksel kurumların ürettiği din dilini yetersiz görürken seküler içinden bir dinî söylemi benimsemektedir. Söyledikleri “dinî piyasalar modelini” çağıştırmaktadır.

Kot pantolon giyorlar ya da sürekli gülüp eğleniyorlar diye eleştirilebilir ama gençliğin yaptıklarına odaklandıkları için bir şeylerden taviz vermeleri gerekir zaten. Namaz kılmayan kesim de Hayalhanemi takip ediyor. Fakat namaz kılmayanlar cübbeli sarıklıları takip etmez. Önce farklılıklara dikkat çekmek gerekir. Hayalhanem bunu başarıyor. ‘Biz hiç gülmüyoruz. Namaz, Kuran, tesbih falan.’ Böyle değil burası. Haram olmadıktan sonra her türlü eğlence içerisinde varız. Bunu göstermeye çalışıyorlar. *Toplumun geldiği şu ahlaki boyutta da bir şeylerin içerisinde olmam gerekiyormuş gibi hissediyorum. Bozulup gitmek istemiyorum.* Benim de babam imam. Zaten Diyanet işini layıkıyla yapabiliyor olsaydı cemaatlere gerek yoktu bence. Babam imam olmasına rağmen babamdan o manevi doyumu neden alamıyorum? Niye bir imam bir gence hitap edemiyor. Diyanet sağlam dursun o zaman cemaatler kapatılsın zaten, ama şu durumda değil. (27.03.2022 tarihli görüşme/Zoom)

2.5. Dijital Nurcularda Kaynak Çeşitliliği ve Kullanımı

Kaynak mobilizasyonu, toplumsal hareketleri açıklama iddiasıyla 1970’li yıllarda Amerika’da John McCarthy ve Mayer Zald öncülüğünde geliştirilmeye başlanan bir kuramdır. Buna göre toplumsal hareketler, siyasetten dışlanmış grupların çıkarlarını temsil eder. Toplumsal hareketler, toplumsal yapıları değiştirmekten çok, yapının ancak bazı elementlerini değiştirmeye odaklanır (McCarthy & Zald, 1977, s. 1218) Dinî gruplar düşünülecek olursa heretik görülen grupların bile rasyonel bir toplumsal örgütlenme biçimi oluşturabilecekleri vurgulanır. Kaynak mobilizasyonu teorisyenleri sıklıkla maddi kaynakların önemini vurgulayarak toplumsal hareket olgusunun anlaşılmasına katkıda bulunmuşlardır. Buna göre kitap dergi ve broşürün yanı sıra televizyon, radyo, bilgisayar, internet, kaset⁴⁴, CD, DVD gibi pek çok teknolojik araç ve gereç potansiyel üyelerin harekete cezbedilmesinde son derece elverişli birer kaynak konumundadır. Ayrıca insanların mutsuzluğu gibi iç faktörler; liderlik yeteneği, eleman, büro, iletişim araçları, olumlu kamuoyu imajı gibi dış faktörler dini gruplarca kullanılır (Kirman, 2010, s. 107).

Dinî gruba daha çok üye kazandırmak için uygun mali kaynakların varlığı ve kaynakları kullanabilme becerileri kurama göre son derece önemlidir. Buna göre grup hedefine ulaşabilecek insan ve maddi destekten yoksun ise büyüme ve gelişme imkânı bulamayacak ve yerini daha güçlü bir organizasyona bırakmak zorunda kalacaktır. Bu

⁴⁴ Bu teörinin 1970’lerde sahaya yansımış bir ispatı için kaset devrimi de denilen “İran İslam Devrimi”ne bakılabilir. Fransa’nın bir köyünde doldurduğu kasetler el altından destekçileri tarafından İran’da halka dağıtılan Humeyni, oldukça etkili siyasi sonuçlar elde etmiştir. 1990’larda Türkiye’de İslami camianın protest dinî müzikle kasetler üzerinden yaptığı sosyo-politik etkiye dair ise bkz. (Bilgin, 2020)

sebeple üyelerden sıklıkla yardım istenmekte ve bağış toplama yoluna gidilmektedir. Dijital cemaatlerin gelişmekte olan bir ülkede eskiye oranla daha az ekonomik destekle ayakta durabileceğini söylemek zordur. Nitekim bir DNK bileşeni olan Kayseri/Kafile derneğinin maddi destek yetersizliği ve insan kaynağı problemi öne sürülerek kapanması (Kafile, 2022) dijital cemaatlerin gelişebilmek için ne denli kaynaklara bağımlı olduğunun tipik bir örneğidir. Yine Gaziantep orijinli Sığınağım Derneğinin “oraya sığamadıkları”nı söyleyerek İstanbul’a taşınması, kaynaklara yakın olmak istenci ile açıklanabilir. Sözler Köşkü derneği topladığı bağışlarla dernek mülkü olan yepyeni bir bina edinmiştir. Yakından takip edilen Hayalhanem ise neredeyse her gün sosyal medya hesaplarından “medrese” ihtiyaçlarının temini için bağış talep etmektedir. Aksi takdirde “Hayalhanem İstanbul medresesinin hayal olacağı” ajitasyonu ile dinî hizmetlerin yapılabilmesi için destek beklediklerini takipçilere iletmektedirler.

Hareketlilik ve enerji bağlamında sosyal entropi tartışmalarını (Gündüz, 2010) da kaynakların rantabl kullanılması ile ilişkili düşünmek mümkündür. *Entropi* yalın haliyle, bir sistemin kendiliğinden değişebilme yeteneği olarak özetlenebilir. Buna göre dinî tarikat veya cemaatler de bir sistemdir ve onlar da sürekliliklerini sağlamak için termodinamiğin entropi yasası paralelinde sosyal entropiye maruz kalırlar. Nitekim insan topluluklarında da asgari enerji, azami fayda prensibi işletilmektedir. Dinî gruplar bu genel kuralın istisnasını oluşturmazlar. Faaliyetler ve kaynaklar makul bir biçimde yönetilmezse dinî organizasyonlar er ya da geç yerlerini yenilerine bırakırlar ki entropi yasasına göre zamanla ortadan kalkmaları zaten mukadderdir. Duraksız bir akış içerisinde olan çevrim içi evrende, dijital cemaatlerin de canlılıklarını korumaları için bu akışa uymaları, çevrim dışı dünyadakinden daha fazla hareket içinde olmaları beklenir. Aksi takdirde biriktirdikleri enerji, yeterli ilgiyi göremedikleri durumda amaçlardan sapma olacağı için kendi sonlarına dönüşebilir. Bu devinim mecburiyetine binaen HH Youtube profiline “her hafta üç video” manşetini atarak takipçilerine bir vaatte bulunmaktadır. Diğer dijital Nurcular da aynı etiketi farklı sayılar ile kullanmaktadır. Örneğin Maksat 114, “haftada 2 video” etiketini kullanırken Sözler Köşkü her cumartesi yeni video sözü vermektedir. Diğer yandan dernekler, tüm sosyal medya platformlarını aktif tutmak, belli aralıklarla -tekrara düşmek pahasına- beğeni ya da yorum garantisi olan mesajlar atmak zorundadırlar. Ayrıca bağış toplamak maksadıyla -politik bir mantalite işletilerek- görünür amaca uygun, her an yeni bir proje içerisinde oldukları konusunda topluluklarını ikna etmelidirler. Hayalhanem için bu yeni

proje, önce dört katlı Mersin binası, sonra İstanbul'daki "altı katlı" ve şimdi de "Viyana projesi" olmuştur. Burada projeler, kitleyi harekete geçiren ve kaynakları cezbeden motivasyon kaynaklarıdır.

Dijital evren örgütsel hareketliliği diri tutan teknik araçlar sunmaktadır. Bunun için yeni iletişim kanallarına uygun yeni stratejiler üretilebilir. Nitekim tüzel kişiliğe sahip firmalarca sıkça uygulanan çapraz medya stratejisi pek çok dinî grupça da uygulanmaktadır. Dijital çağda tek mecrada içerik yayınının insanlara ulaşmak için zor ve az etkiye sahip bir yöntem olduğu düşünülmektedir. Bu tek yönelimli medya stratejisini önceleri Nakşi tarikatının İskenderpaşa kolu, radyo ile (Akra Fm); Işıkçılar cemaati olarak adlandırılan grup ise televizyon ile (TGRT) gerçekleştirmişti. Bu grupların sosyal medya araçlarını aktif şekilde kullanmadıkları tespit edilmiştir. Benzer bir medya kullanımı Yeni Asya ve Millî Görüş cemaatleri için gazete üzerinden sağlanmıştır. Her iki cemaat de 1970'lerde başlattıkları gazete yayıncılığı ile yükselmiş ve örgütlerine bu yayıncılık biçimi ile dinamizm katmışlardır.

Bir çevrim içi cemaat ve DNK bileşeni olan HH, "transmedya" da denen strateji ile birden çok sosyal medya platformunda var olmaya çalışmaktadır. Hatta "ya tutarsa" mantığıyla bugün aktif olarak kullanmadıkları Clubhouse, Tumblr gibi Türkiye'de pek de popüler olmayan sosyal medyalarda bile hesap açtıkları ve hesaplarını beklemeye aldıkları gözlenmiştir. Ayrıca ses dosyaları üzerine popülerleşen Spotify'de 2022 itibarıyla yerlerini almışlardır. Buna dijital Nurcu derneklerin hem Android hem de İOS sistemli telefon ve tabletlere indirilen uygulamaları da eklenebilir. Dijital Nurcular, bir medya platformu üzerinde dernekle ilişkili birden fazla hesabın aynı amaç için kullanılmasıyla işlerini şansa bırakmak istemediklerini göstermişlerdir. Örneğin Instagram sayfasında @hayalhanemmersin'den başka @hayalhanemistanbulum, @hayalhanemreels, @hayalhanem_genclik1, @hayalhanemumre, @hayalhanem.oficial, @hayalhanem.cocuk, @hayalhanemkermes; benzer içerikleri paylaşan kullanıcı hesaplar olarak dikkat çekmektedir. Grubun e-ticaret için kurduğu @mybedesten, @mybedesten_cocuk bu dayanışma ağının içerisinde. Grubun lideri için açılan @mehmedimylz ve dernek başkanı için açılan @funal05 hesapları profesyonel sosyal medya birimi tarafından yönetildiği anlaşılmıştır. Dernek başkanının hesabı üzerinden mesajlaşılırken araştırmacıya "abi" diye hitap edilmesi, hesabın bir editör tarafından idare edildiğini ele vermiştir. Zira F. Ünal yüz yüze görüşmelerde "abi" demek yerine "hocam" hitabını tercih etmekteydi. Bulgular, dernek çalışanlarının bazılarının -

muhtemelen sosyal medya ve mesajlaşma ekibindekilerin- bu dayanışma ağına kendi hesapları ile destek verdiğini de göstermektedir. Her birinin hayran/fan kitlesi olan derneğin popüler üyeleri, zaman zaman kurumsal paylaşımlarının altına takipçileri daha fazla çekebilmek için mesajlar yazmakta ve böylece yönlendirici etki yaratmaktadırlar. *Ömer Öncel* adlı profilin Youtube kanalında başa tutturulan videonun (Hayalhanem, 2022) altına yazdığı “Allah’ım medresemizi o kadar çok büyüt ki dışarda harama girecek gönül kalmasın.” duası bu yönlendirmeye tipik bir örnektir. Bu teknolojik desteğin bilinen, popüler görevli üyelerden başka araştırmacı tarafından tanınmayan erkek/kadın yorumcu görevlilerin de bulunduğunu tahmin etmek zor değildir.

Teknolojinin çerçevelediği alan içerisinde, DNK’nin dijital faaliyetlerini dinin reaksiyon potansiyeline yaslanarak oluşturulan bir karşı-kültür hareketi olarak da tanımlamak mümkündür ve git gide bu alan bir *dijital habitus* üretmektedir. Kendilerini modern-seküler düşünce ve hayat biçiminin karşısına konumlayarak mesajlarının söylemsel etkisini güçlendirme yoluna gitmektedirler. Bu bağlamdan hareket edildiğinde dinî geleneğe yaslanan kitle desteğinin artacağı düşünülmüyor olmalıdır. Teknolojinin sağladığı imkânlar, seküler grup hareketleri tarafından nasıl fırsata çevriliyorsa dinî gruplar da aynı metotla karşı söyleme ve toplumun mevcut anlayışına direnmektedir. Öyle ki DNK’nin en çok kullandığı Youtube’un kendi sayfasında yer verdiği motto bu anlamda oldukça manidardır: “Amacınızı daha yüksek sesle duyurabilmek için YouTube’un gücünden faydalanın.” (Youtube, t.y.). Toplumsal güç olmaya davet niteliği taşıyan bu mesaj DNK tarafından fırsata dönüştürülmüştür. İslami söyleme yaslanan Nurcu ekol, bu güçle yeni bir kuluçka alanı bulmuş ve yeni sosyal teşekküller meydana getirmeye çalışmıştır. Bunun üye tabanını, kullandıkları araçlara dayalı habitusla genç dijital dindarlar oluşturmaktadır.

Dijital tasarım fırsatlarını iyi şekilde değerlendiren HH’nin başarısının altında yatan diğer bir etken, yukarıda sözü edilen dijital teknolojileri verimli kullanma liyakatine sahip insan kaynağına sahip olmasıdır. Ayrıca ihtiyaç duyulduğunda videoların prodüksiyon aşamasında ve organizasyon işlerinde profesyonel destek alma eğiliminde oldukları görülmüştür. Bunun için sosyal medyada canlı yayınların alt yapısı için ya da web tasarımları için hizmet sunan yazılım şirketleri bulunmaktadır. Örneğin e-ticaret sitelerinin yazılım ve tasarımını profesyonel bir şirkete yaptırdıkları anlaşılmıştır. Ayrıca kişisel bağlantılar kullanılarak bazen maliyetinin altına gelecek şekilde grup sempatzanı profesyonellerden hizmet satın alınabilmektedir. Dernek

binalarına kazandırılan klima, kamera gibi teknik sistemlerden başka Ramazan ayında gruba destek olmuş üyelere verilen iftarlarda kullanılan mekân, malzeme ve çalışan desteği de buna örnektir. Ayrıca grup, tanınmış firmaların reklamları için dijital üretim yapan tasarım ofisleri ile iş birliği içindedir. Yayınevleri ve kitap satış siteleri ile girişilen iş ortaklığı da kaynakların kullanımına gösterilecek diğer örneklerdir.

2.6. Dinî Dijitalleşmenin Çıkmaz Sokağı: Popülizm

Dinin medyalaşması, aynı zamanda medyatikleşmesi midir? Modernite ile zamanın saat kadrına sıkıştırılması gibi dinî hayat da postmodern dönemde dijital mekânda anlam kazanarak bir nevi boyut değiştirmektedir. Değişimler karşısında gelenek-modernite sarkacında kafası karışmış birey, zahmetsiz popüler yolu tercih etme eğilimindedir. Bu açıdan yeni toplumsallık, baskın güç olmanın görünmekten geçmesi yönüyle popülerlik ile de bağlantılıdır. DNK de zamanın ruhunu taşıyan bir kolektivite örneğidir. Dijitalleşme ile evrilen bir organizasyon simetrisinden oluşmaktadır. Ancak Nurcu ekolün temsilcileri DNK dernekleri öncü olsalar da yalnız değildirler. Araştırmada çok çeşitli görüş ve fraksiyonlardan dijital din kanallarına rastlanmıştır. Sosyal Doku vakfı yetkilisi Salih Eğridere (38, y. lisans), medyanın manipülatif etkisine ve ilk amacı saptırdığına işaret ederek popülerliğin dijital dünyada yozlaştırıcı bir etkisi olduğunu düşünmektedir. Ona göre dinî gruplar bu *aldatmacaya* kendilerini kaptırmışlardır:

Gençlerin birtakım problemleri var. Mesela dikkat çeksin diye bir video çekiyorum ve ‘mastürbasyondan kurtaracak video’ diye de başlık atıyorum. Derdin ne? Gençleri kurtarmak mı kendini mi tanıtmak istiyorsun. İnternetin medyatikleştirici etkisinden çok sıkıntılıyım. Yağmur duasına çıkılıyor. Derdimiz ne: yağmur. Bunun için dua etmeliyiz. İlla Youtube’dan mı dua etmemiz lazım. Sistem seni yönlendiriyor buna ama. Senin bir sürü takipçin var, onlar da bu duaya âmin der, diyor. (28.08.2021 tarihli görüşme Eyüp/İstanbul)

Gerçek ile dijitalin farkını Hayalhanem üzerinden değerlendiren S. Eğridere, geleneksel retoriği ön plana çıkararak eleştirilerde bulunmuş ve HH’nin sosyal medya kullanmada “ergen çocuk gibi davrandığını” söylemiştir. Medya kritiği yaparken şaşırtıcı şekilde McLuhan’ın “araç amaçtır” ve Baudrillard’ın “içeri doğru patlayan ayna” (Altun, 2006) metaforlarını kullanmıştır. Bu yazarları hiç okumadığını söyleyen Eğridere, onlarla neredeyse aynı sonuçlara varmıştır: “Sen, sen olamıyorsun, sosyal

medya seni yönlendiriyor. Medya bizi kendine çekiyor. Kendini amaç haline dönüştürüyor. Medya araçtı. Bir şeye ulaşacaktın. Fakat medya kendi içine gömüyor. Tatlı hale geliyor.”

Dinî gruplar dijitalleştikçe tabanları ile kurdukları ilişki ve etkileşimin arttığı görülmektedir. Muhatabı tanıma konusunda dijital platformlar muazzam bir bilgi kaynağıdır. Grup takipçileri de mesaj ve yorumlar ile daha sıkı ve grubun eylemlerine tesir eden diyalojik bir iletişim yolu keşfetmiş gibidir. Eski HH üyesi Halil (24, işçi) bu etkileşime vurgu yapmıştır: “Dijital platformlardaki yorumlar sayesinde kendinize yol çizebiliyorsunuz. Bu bir avantaj, kitlenin nabzını tutma konusunda. Yeni çağla bağdaştırma ameliyesini takipçileri ile iletişim kurarak gerçekleştiriyorlar.”

Dijital araçların kullanımında dikkat çeken diğer bir husus etkileşimin çokluğu ve akışkanlığıdır. Veri bombardımanı ile aktive olan beynin *dopamin salgılamasına* neden alan uyaranlara maruz kalışı, ister istemez dijital ekranlara ayrılan sürenin artışı ile neticelenir. En kısa sürede en çok içeriğe bakmak istenci, bazı patolojik durumlara bile düşülmesine neden olabilir. Yapılan araştırmalar dikkat süresinin internet kullanımı esnasında azaldığını göstermektedir (Macit vd., 2018): Uzun süre sosyal medya kullanan bireyler ile bağımlı bir hastanın davranışları arasında benzerlikler tespit edilmiştir. Dijital sayfalarda durmak bilmeyen bu akışın farkında olan DNK bileşenleri hem bu akışta daha fazla görünmek hem de dikkatleri çekecek kısalıkta videolar paylaşmak zorundadırlar:

Videoları eskiye göre daha özetleyici hale getirdiler. Aynı zamanda da göze hitap eder hale getirdiler. 2014-15 gibi vine diye bir şey çıktı. Daha kısa sürede daha kısa ve kalıcı şeyler sunulmaya başlandı... Instagramda videolar bir dakikaya kadar paylaşılıyordu. Bu da etkili. İslami vaazlar dijitalle birlikte dönüşüyor. (Halil, işçi, 28.11.2021 tarihli görüşme/Zoom)

Bu ifadeler, dijital aktivizmin en önemsenen niteliğinin takipçi kitle ile etkileşimde saklı olduğunu ve bunun için özel bir strateji yürüten dijital Nurcuların kitlenin nabzını tutarak popülerliği elde ettiğini göstermektedir. “Kalabalıkların, yığınların beğenisine uygun” demek olan popülerlik için öncelikle göze hitap edilmelidir. Sohbet kayıtları dahil üretilen materyallerde bunun için sıklıkla *illüstrasyon teknikleri* kullanılmaktadır. İllüzyon aynı zamanda *resimlerle göz boyamak* demektir. Dinî grup kendisini ne kadar imaj ve gösterilerle sunarsa o oranda gösterişe meyiletme olasılığı artar (Okumuş, 2017a, s. 194). Diğer yandan videolar izlendiği takdirde

görülebilecektir ki temsillerin sunumu, Ksenofanes'in ortaya koyduğu, antikitede *insan biçimli çoktanrıcılık (antropomorfizm) anlayışını* geliştiren zihni yapıya çok benzemektedir. Bazen merhametli bir anne bazen otoriter bir hükümdar gibi algılanan insani özellikler ve duygularla bezenmiş bir Tanrı muhayyilesi, zihinlerde canlandırılmaktadır. Cebrail, Azrail gibi melekler; Cennet, Cehennem gibi mekânlar; hatta şeytan bile HH videolarında cisimleştirilerek aktarılmaktadır. Bu mefhumların somutlaştırılması ile takipçilerin muhayyilesi de adeta kışkırtılır. Çocukluktan beri telkin edilen kutsallar sanki ekranın öbür ucunda ete kemiğe bürünmüş gibidir. Böylece dinî/kültürel memlerin başka zihinlere kolayca transferi sağlanmış olur. Dinin gösteriye dönüşmesiyle sonuçlanacağına dair endişeler ise diğer seküler fikirlerle rekabet gerekçesi ile dikkate alınmamaktadır. Ayrıca retoriksel *ihlasa riya kapısından girilir* sözü de (Sorularla İslamiyet, 2009) din ve popülerlik bağlamında düşünülebilir. Ancak uygulamada popüler medya, dini aracılaştırarak dindarları çıkmaz sokağa itmektedir.

Kural ve semboller dinî birlik içindir. Antropolojik yaklaşımın hâkim olduğu sembolik din tanımına göre semboller “güçlü, kapsamlı ve uzun süreli ruh halleri ve güdüler” oluştururlar (Geertz, 2010, s. 117). Üstelik din, iç ve dıştaki birliğini bu sembollere borçludur (Wach, 1987, s. 12). Nurcu ekolün geliştirdiği sembollerden biri olarak Said Nursî'nin dijital teknolojilerle ikonlaştırılması ve medyatikleştirilmesine rastlanmaktadır ve bu durum aşağıdaki illüstrasyona yansımıştır. Onun sarığından hareketle oluşturulan imaj, spektaküler içeriklerin kitlesel olarak tüketilmesini sağlayan bir memdir. Dijital Nurcuların duvar dekorasyonlarında; satılan tablo, çıkartma ve porselen bardaklarda bu imaja rastlanmıştır.



Resim 10. Said Nursî Silüeti (kaynak: sorularlarisale.com)

Dijital Nurcular, Risale-i Nur'da da sıklıkla kullanılan bir akıl yürütme tekniğini görüntünün dışında semantik bütünlüğü kitlenin zihin konforuna sunabilmek için kullanırlar. Bu, benzerliklere dayandırılarak çıkarımlar üreten “analoji”dir. Bu yöntemde anlamakta zorlanılan bir olgu, bilinen basit olgularla yer değiştirir. Dijital Nurcularda analoji ile konunun bağlamından koparılarak söz oyunları eşliğinde sunulmasına; soyut kavramların akla yaklaştırılarak bitip tükenmeyen bir analoji zinciri oluşturulmasına çokça rastlanmıştır. Ekranı da taşıyan bu sözlü oyunun diğer adı dramaturjidir⁴⁵. MY videolarından popülerliği sağlayan üç analojik jargon çıkarılabilir.

Örnek-1: (İbret Jargonu)

Ağzı maskeli eli bıçaklı bir adam. Camın arkasındasın... ve 4 kişi birden hanımını bir masaya yatırıyor. Bir kişide o esnada hanımının ağzını şöyle tutuyor ve hanımın artık çırpınması da gidiyor... ve ben, ağzı maskeli adam geliyorum. Bıçağı çıkarıyorum. Karının karnından bıçağı vuruyorum. Ne hissedersin camın arka tarafında. Öldürürsün kendini değil mi? Beni böyle yaşatmayın diye yalvarırsın, doğru mu? Birden ışıklar açıldı. Hanımının elini ayağını tutan 4 kişi hemşireymiş. Ağzını tutan anestezi uzmanıymış. Ben de cerrah doktorum. Karında kanser tümörü varmış. O kanseri alıp karını kurtaracağım. Senaryo nasıl oldu... Demek ki olay nerede? Bıçağı yemekte değil, bıçak kimin elinde. Kainatta başınızdan geçen her şey. Yalnız ve yalnız latif olan Allah'ın elindeyse... Neye üzülüyorsun arkadaş? (Hayalhanem, 2018b)

Örnek-2: (Romantik Jargon)

Ne yaparsan yap olmaz bazen. Ama o kadar güzel olmaz ki... Ancak bu kadar güzel olmayabilirdi dersin. Ve anlarsın ki kadere iman eden kederden emin olur. Nar tanelerini teker teker yerleştiren Allah, seni de hangi gönle koyacağını bilir dersin. (Hayalhanem, 2021b)

Örnek-3: (Mizahi Jargon)

...materyalist felsefe diyor ki; şu elma yere düşerse yerçekimi düşürdü diyor, doğru mudur? ...Ben de diyorum ki bana bunu yerin çektiğini gösteremezsin abi. Bu iş yapılıyor, bu işi yapan biri var. Ama yer çektiğini kim görmüş yani. (Belki gök itiyor abi. Yerin çektiğini kim gösteriyor, adam mı koydun oraya birader?)⁴⁶ (Hayalhanem, 2013)

Her üç videoda da “Allah, oluşan her eylemin gerçek failidir ve bir hikmetle yapar.” düşüncesi aktarılacak istenmiştir. Ancak bu mantık, düz bir ifade ile

⁴⁵ Erving Goffman'ın, toplumsal etkileşimin incelenmesinde tiyatrodan gelen metaforların kullanımına dayanan yaklaşımıdır. Ayrıntılı bilgi için bkz. E. Goffman (2018), “*Toplum İçinde Davranmak, Etkileşimlerin Sosyal Düzenine Dair Açıklamalar*”, çev. Adem Bölükbaşı, Heretik Yayınları

⁴⁶ HH'nın hayran takipçilerince bilindiği anlaşılan paranteze alınan bu cümle, konuşmanın orijinalinde olduğu halde muhtemelen din karşıtı çevrelerce tiye alındığı için yayında sansürlenmiştir. Videonun bu kısmına ulaşmak için bkz. <https://www.youtube.com/watch?v=m4mh6FGT-g>

söylendiğinde dikkat çekmeyeceği bilindiğinden bir stand-up performansı ve dil kıvraklığı ile medyatikleştirilerek dolayım lanmaktadır. Bunun için ilk örnekte ameliyat analogisi ve ibret jargonu, ikinci örnekte nar analogisi ve romantik jargon, üçüncü örnekte ise yerçekimi analogisi ve mizahi jargon kullanılmaktadır. Her üç anlatım da MY'yi takip eden hayran kitle arasında iyi bilinen, popüler sunumlar haline gelmiştir.

Popülerlik olgusunu irdelemek için HH Youtube kanalında yer alan popüler videolar sekmesi oldukça kullanışlıdır. Hayalhanem Youtube kanalının en popüler video sıralamasında ilk beşte; ölümden sonra ne olacağı, mahşerde ilk ne olacağı, sağlıklı nasıl kilo verileceği, bela ve sıkıntıdan nasıl korunacağı ve İslami rap müzik vardır. İlk onda sadece iki video Mehmet Yıldız'ın sohbet videosudur. Oysaki 2013 yılında ilk yüklenen videolara bakıldığında “dinî çevrim içi” kanallarda olduğu gibi *sohbet* bağlamı dışına çıkılmamıştır. Kanalin en çok izlenen 20 videosu⁴⁷ ve izlenme oranları, yayın geçmişi ve sürelerine bakıldığında Türk toplumunda dindar dijital medya kullanıcılarının kognitif din haritaları rahatlıkla okunabilmektedir:

⁴⁷ Bu liste son olarak 27.11.2022 tarihinde güncellenmiştir. İncelemenin tamamlanmasıyla geçen zaman içerisinde listede değişiklikler görülebilir.

Tablo 7.

Hayalhanem YouTube Kanalında En Popüler Videolar Listesi

Sıra	Video Konusu /Bağlamı	Video Adı	Görüntülenme Sayısı	Yayın Geçmişi ve Süresi
1	Öte Dünya	Peygamberimiz'in (sav) Dilinden Öldükten Sonra İlk Ne Olacak? - (Kabir Hayatı)	10.842.949	2 yıl 1 ay/10:44
2	Öte Dünya	Mahşerde İlk Ne Olacak? - Allah Bu 3 Kişinin Yüzüne Bile Bakmayacak!	9.244.786	1 yıl 5 ay / 21:37
3	Sağlık, Zayıflama	Sağlıklı Kilo Vermenin En İyi Yolu - 30 Günde 10 Yıl Gençleştiren Diyet	7.990.297	1 yıl 4 ay / 23:38
4	İstek, Dua	Bela ve Sıkıntıdan Koruyan Cevşen-ül Kebir Duası	7.483.786	1yıl 1ay/ 1:28:19
5	Engelliler, Otobiyografi	Doktora Yalvardım: Nişanlımı Çok Seviyorum Evleneceğiz Ne Olursun Kollarımı Kesme-Bir Şükür Hikayesi	5.348.323	10 ay / 45:18
6	Müzik	Dinlenme Rekorları Kıran İslami Rap Parça	5.248.402	6 yıl 9 ay /2:44
7	Öte Dünya	Sırat Köprüsünden Geçerken Sorulacak 7 Soru - Bilemezsen Geçemezsin	4.528.236	2 yıl /5:49
8	İbadet	Namazda Yapılan 12 Büyük Hata Mehmet Yıldız	4.179.755	5 yıl 1 ay / 7:54
9	Öte Dünya	Peygamberimiz'in (sav) Cennette Gördükleri	4.170.894	2 yıl 1 ay/16:12
10	İstek, Dua	Bu Duayı Eden Ne İsterse Elde Eder - Hz. Yunus (as) Mehmet Yıldız	4.080.187	6 yıl 10 ay/ 22:57
11	İnanç	54 Kıyamet Alameti 6'sı Hariç Hepsi Gerçekleşti Mehmet Yıldız	3.895.652	2 yıl / 41:53
12	Popüler Vaiz	Nureddin Yıldız Kıyametin En Büyük Alameti Geldi (Soru-Cevap)	3.861.973	2 yıl 9 ay /12:36
13	Doğaüstü Varlık	Peygamber Efendimiz'in (sav) Şeytanla Konuşması	3.709.120	2 yıl 3 ay / 17:22
14	Öte Dünya	Peygamberimiz'in (sav) Cehennemde Gördükleri	3.482.188	2 yıl 5 ay / 6:34
15	İbadet	Birçok Gencin Namaza Başladığı İşte O Sohbet Mehmet Yıldız	3.239.636	8 yıl / 26:06
16	Ölüm	Ölüm Anı - Kısa Film 4K	3.172.357	2 yıl 4 ay / 10:38
17	Doğaüstü Varlık	Hz. Cebrail'in (a.s) İçinizi Titretecek Hayatı	3.102.101	1 yıl 9 ay / 11:11
18	İnanç	Firavun- Allah'a Meydan Okuyan Hükümdar!	3.031.910	1 yıl 8 ay / 9:16
19	Gündelik Hayat	Düğün Gecesi Rezaleti - Kanınız Donacak Mehmet Yıldız	2.966.932	2 yıl 8 ay / 5:51
20	Doğaüstü Varlık	Hz. Zülkarneyn (as) İle Ye'cüc ve Me'cüc'ün İnanılmaz Hayat Hikayesi - Kur'an'daki Gizemli Hükümdar	2.835.280	5 ay / 35:33

Listedeki 20 videodan 11'i insanlarda aklın sınırlarını zorlayan (korkutucu ve büyüleyici) doğaüstü mevzuları içermektedir. Bu aynı zamanda dinlerin korkuyla temellenen varlık sebebidir. İlgi ve merak uyandıran bu videolarda, *media maker* programları kullanılarak etkileyicilik arttırılmıştır. Anlatım, popüler (Hollywood) filmlerden alınan kesitler ve konuya uygun müziklerle desteklenmiştir. Ölüm, ölüm sonrası ve kıyamete dair en temel ve zorlu soruların İslami cevapları, ehli sünnet doktrini çerçevesindeki klasikleşmiş metinlerden seçilen anlatılarla görüntüler üzerinden -etkileyici ve profesyonel bir ses eşliğinde- aktarılmaktadır. Ancak bu anlatılarda sahil kaynaklarda olup olmadığı tartışmalı çok sayıda mitolojik unsur bulunmaktadır. Bir görsel şöleni andıran ölüm ve öte dünya ile ilgili videolar, yayın tarihleri dikkate alındığında son 1-2 sene içerisinde geliştirildiği görülmektedir. Tablo 4'teki takipçi sayısının artışından da anlaşılabilir olduğu üzere bu kısa ve etkili yapımların dindar kitlede karşılık bulduğu görülmüştür. Öyle anlaşıyor ki HH'nin prodüksiyon (sosyal medya) ekibi dindar bireylerin izleme düzeyinde neye zaafı ya da merakı olduğunu son iki yılda çözmüştür. Mistik içerikli diğer Youtube kanalları da taklit edilmiş olmalıdır. Böylelikle 10 milyona yaklaşan görüntüleme seviyeleri ile diğer pek çok İslami derneğin hayallerinde bile olmayan rakamlar yakalanmıştır. 2022 itibariyle Türkiye'de 57.5 milyon Youtube kullanıcısı olduğu hesaba katılırsa bir video bazında neredeyse toplam kullanıcının 1/6 oranına ulaşıldığı görülmektedir.

Yine psikolojik bir faktör olan bela ve sıkıntı çeken insanların bir peygamber duası olduğu söylenen Cevşen'e müracaatları, uzun bir video olmasına rağmen listenin üst sırasındadır. Bu da çeşitli sebeplerle doğan ruhsal sıkıntıların takipçiler arasında yaygın olduğunu ve videodan takip edilen dualardan manevi şifa arandığını göstermektedir. Ayrıca dua metinlerinden şifa ummak gibi bir halk inancının dijitalize edilmesi ile karşılaşmaktadır. *Bir duayla ne istenirse elde edilebileceği* konforuna seslenen birçok videodan bir diğeri de muhtemelen aynı gerekçelerle 10. sırada yer bulmuştur. Bütün bunlar İslami söylemin folklorik öğeler konusunda kendini yenilemediğini, sadece yeni medyada muhatap bulabilmek için renk ve ton değiştirdiğini gösteren verilerdir.

Hayalhanem İKD, din duygusuna hitap eden bir dernek olmakla birlikte medyanın amacı dönüştürme fonksiyonuna örnek olarak 3, 5 ve 19. videolarda görüldüğü gibi evlilik, düğün, diyet, müzik gibi seküler konular dolayımı ile de takip edilmektedir. Takipçi kitlenin özellikle evlilik vb. konulara büyük ilgisi olduğu diğer

DNK oluşumlarının paylaşımlardan da rahatlıkla okunabilmektedir. Takipçilerin genelde genç ve bekâr olduğu düşünülecek olursa bu gayet doğaldır. Bir Müslümanın günlük din pratiğine hitap eden videolar ise 8 ve 15. sıradaki namazla ilgili olanlarıdır. Bunların kanalın tarihi dikkate alındığında eski videolar olduğu ve dernek görevlilerinin *manevi terapi* şeklinde yönlendirmesi ile ilişkilendirilebileceği ve bu nedenle çok tıklanmış olabileceği akla gelmektedir. Yine de MY'ye ait videolar yayın geçmişi uzun olmasına rağmen ilk 10'da iki, ilk 20'de 5 video ile yer almıştır. Özellikle namazla ilgili 15. video, yaratılmak istenen *Mehmet Yıldız* efsanesinin Youtube'daki dinamosu sayılabilir. Ancak MY'nin stand up performansı sergilediği bu video, 8 yıl yayında kalmasına rağmen sadece 10 aydır yayında olan “Haluk Abi”nin dikkat çekici fiziksel ve duygusal yoksunluklarını işleyen videosunun yarısı kadar izlenebilmiştir.

Dinî gruplar ve televizyon ilişkisi bağlamında söylenen “başkalarını dönüştürmekten ziyade, kısa ama etkili bir süreçle kendilerinin dönüştüğü” (V. Bilgin, 2014, s. 143) bir vasat, sosyal medya popülerliğinin bir sonucu olarak dijital Nurcular için de geçerli olduğu görülmektedir. Video içerikleri evrilmiş, başladığı noktadan konu ve bağlam yönüyle uzaklaşmıştır. Kullanılan dil, tıpkı geleneksel Nurcuların dijital Nurculara yönelik iddialarında olduğu gibi klasik Risale-i Nur özelliklerini yitirmiştir. İlk planda bunu bir uzmanlaşma olarak değerlendirmek mümkünse de daha büyük bir kitleye ulaşmak için kaynakların seferber edilmesi daha akla yatkın gelmektedir. Sonuçta Nurcu ekol bağlamında İbn Haldun'un altını çizdiği asabiyetin yitirilişi söz konusudur. Özellikle son iki senede üretilen futbol, asker, polis, doktor, psikolog vb. meslek röportajları da dikkate alınacak olursa her konu İslamileştirilmektedir. Hacker'lar bile yapılan işle dinî söylemin bir bağlantısı varmışçasına “Müslüman hacker” olarak tanıtılmaktadır (Hayalhanem, 2022c). Ancak bu İslamleşme nosyonunda, karşısında oldukları kültürün araç ve yöntemlerinin kullanılması sebebiyle bir kültür bozumu gerçekleştiğini (Bilgin & Yakışır, 2019) söylemek de pekâlâ mümkündür. Yeni medya dinî bağlamı dönüştürmektedir ve kutsalı metalaştıran bir mekanizma işlevi kazanmaktadır (M. Arslan, 2015, s. 71). Dinin bu tarz programların içeriğini oluşturmaktan ziyade bu programların dinin içeriğini oluşturmalarını (Postman, 2010, s. 138) yukarıdaki tablodan çıkarmak mümkündür.

Dinin gündelik hayat ve boş zamanla ilişkisi dikkate alınacak olursa yeni teknolojilerin desteğiyle dijital Nurcular, sosyal medyanın dindar kamuoyunda popüler bir karşılık üretmişlerdir. Peki nereye kadar? Aktörleri tarafından gittikçe

profesyonelleşerek sürdürülen ve adeta dijital prodüksiyon şirketine dönüşen yeni Nurcu oluşumlar, M-nesli takipçilerce ne zamana kadar desteklenecektir? Bu yeni kuşak Nurcu kolektivitinin geleceğine dair sorulara katılımcıların bir tahminden çok önyargı, beklenti ve kanaatleri ile cevap verdikleri görülmüştür. Yeni oluşumlara kökten muhalif olanlar devletin eninde sonunda bu popüler youtuber'ların deyim yerindeyse "ipliğini pazara çıkaracağını" belirtirken Hayalhanem fanları ise "sonsuz kadar" kutsal hizmetlerinin devam edeceğini belirtmişlerdir. Oluşumların akıbetine dair ayağı yere basan yorumlardan biri ise Ekrem'e (41, Denizli) aittir: "Anlatıcı genç ve gençlerin dili ile konuşuyor. Genç kuşağın ilgisini çekiyor. Bence izleyenleri daha da artacak ve kendi içinde bölünmeler olacaktır." Yine DNK'ye muhalif tutum sergilediği halde Melih'in (34, memur) dikkat çeken kritiği şöyledir:

Teknoloji var olduğu sürece bu oluşumlar da var olacak. Mehmet Yıldız'a bağlı olduğu düşünülebilir ama oradan ayrılanların da bir şekilde izlendikleri ve çoğaldıkları görülüyor. Bu oluşumların tıkanması için bir sebep görmüyorum. Bunun için sorgulayan bilinçli bir neslin olması gerekiyor. O bilinçli nesil bizde de yok şu an. (24.05.2022 tarihli görüşme)

Saha araştırmasının bir parçası olan ve İslami söylemin İstanbul'daki kalesi olarak görülen Fatih ve Eyüp'te iletişime geçilen İslami vakıf ve derneklerde ortak kanaat, internette daha fazla yer alınması gerektiği yönündedir. Bu dernekler "dinî çevrim içi" kavramının hakkını verircesine yeni bir mevzi olarak internete taşınmıştır ya da taşınma sürecindedir. Akif (28, lise m.) dijital göçe katılan bu İslami derneklerin yine de gençleri çekemediği kanaatindedir:

Hâlâ eski bir bakış açısı var. Bazıları yoluna hâlâ deveyle giderken Hayalhanem uçakla gidiyor. Çağın silahı şu an sosyal medya. Eskiden tankla tüfekle savaşa gidilirdi. Şimdi tweet atılıyor. Televizyon izlenmesinden daha fazla sosyal medya kullanılıyor. Peygamber efendimiz eğer bugün yaşasaydı bu yöntemi kullanırdı. (15.06.2021 tarihli görüşme. Mersin)

Dinî dijitalleşmeyi akıl karıştırıcı bir unsur olarak gören, İslami yaşayışın sadeliğini zedelediğini düşünen bir fikir de bu popülerleşme sürecinin yanı başında gelişmektedir. Her şeye rağmen internete sınır koymak isteyen bu düşünce Sosyal Doku Vakfı Yetkilisi S. Eğridere'de (38, y. lisans) görülmüştür:

Bu kadar bilgiyi ne yapacak genç? Hiç internetin olmadığını düşünsek. Sadece mahallede imam var İslam'ı anlatacak. Ondan öğreniyor. Şimdi hangisi daha nasipli? Dünde kalan öğrenme biçimi mi, bugünkü mü? Bizim o zaman sosyal medyaya yatırım yapmak yerine hocalarımızın açılıp mahalle arası gençlik merkezi, adına ne dersiniz deyin, kavga gürültüye girmeden beraber insani ortamda yaşayacağımız bir ilişki biçimi oluşturmamız lazım. İsteyen istediği gibi oluştursun, bana ne. Yeter ki kendini sevdirensin. Aksi takdirde internetten sosyal doku çıkmaz. Ama medya doku olur, meşhur doku olur. (28.08.2021 tarihli görüşme, Eyüp/İstanbul)

M. Gülnar da (52, dernek gönüllüsü) dijital Nurcuları takdir ettiğini söylerken internetin oluşturduğu ortamdan şüphe ederek onu “dabbet’ül-arz”⁴⁸, benzetmektedir:

Bakın gençlik elimizden kaydı gidiyor. Evimizdeki çocuklarımıza sahip çıkamıyoruz. Dolayısıyla bu internet, almış önüne götürüyor. Gençlik şu anda Instagram sayfalarıyla Youtube’la şunna bunnan kendini tatmin ediyor. Eğer gençliği cezbedecek bir alternatif ortaya koyamazsak her şeyi bizden alıp götürecektir. Korkarım bu bize kadar gelecek. Bu büyük bir tehliktir, dabbet’ül-arzdır. (29.08.2021 tarihli görüşme, Fatih/İstanbul)

Koşturmaca ile geçen bir kent hayatında youtuber’ların yükselişini anlamak zor değildir. İstanbul gibi bir metropol örneğinde, yoğun tempo ile çalışılmış bir günün akşamında, insanların kendilerine ayırabilecekleri kısa bir zaman diliminde, elindeki medya oyuncağıyla bir dinî sohbet dinlemesi ve hayatın denkleştirici gücünü ruhunda hissetmesi, hele ki köklerinde dindarlık olanlar için *tercihten ziyade ihtiyaç* gibidir. Gündelik hayatın herhangi bir meselesinde çekilmiş bir dinî video, sosyal medya platformlarının algoritmik keşfet sekmesiyle kolayca kitleye ulaştırılmaktadır. Videoların perde arkasındaki grup samimiyeti ve sahiciliği kullanıcıları çok da ilgilendirmemektedir. Bu ekrana indirgenmiş din kolaycılığı, yeni tarz bir piyasanın doğuşuna zemin hazırlamaktadır. “Psikoloğa gitme bizi takip et” teklifi her türden probleme çare arayan modern insan için kestirme ve maliyetsiz bir yol sunmaktadır. Ancak her şey, milyonlarca insanın zaten takip ettiği o ekranda *o kısa an* içerisinde *orada* olup bitmektedir.

⁴⁸ İslam’ın temel kaynakları ayet ve hadislerde de geçen bu sözcük, İslam eskatolojisine göre yeryüzünde kıyametten önce çıkması beklenen yaratığa işaret etmektedir. Dabbe sözcüğünün “debelenen” anlamına işaretle kitle iletişim araçlarına, özellikle cep telefonuna işaret ettiğine dair yorumlara rastlanılmıştır. Daha detaylı bilgi için *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisinin* ilgili maddesine bakılabilir.

2.7. Dinî Çoğullaşma, Rasyonel Seçim ve Dinî Piyasanın Canlanması

İdealistler için toplumsal yapının deviniminde bilişsel faktörler ağırlıklı iken realistler, maddi faktörlerin öncelikli ve baskın geldiğini düşünürler. Tipik bir realist olarak Toffler, toplumların enformatik zihniyetine dair yaptığı analizde, ikinci dalga toplumların endüstrileşmeyle üretim ve tüketim temelinde ayrıştığını ve özgün teknolojilere sahip organizasyonlar ve yeni haberleşme kanalları yarattığını söyler (Toffler, 2008, s. 47). Endüstri devrimi, fabrikalardaki makine dişlilerine benzer katı ve ideolojik bir söylem düzeni üretmiştir. Bugünün üçüncü dalga postmodern toplumları ile de dijital teknolojilerin yükselmesi arasında bir bağlantı olmalıdır. Başka bir realist görüş McLuhan'a aittir ve ona göre *araç insanın uzantısıdır*. Türümüze özgü zihni kabiliyetler sayesinde ulaşılamayan nesnelere araçlarla ulaşma yeteneği taşırız. En basitinden gözlük gözümüzün, ayakkabı ayağımızın bir uzantısıdır. Bu iki fikir sentezlenecek olursa bir diyaloji karşımıza çıkar. Örneğin insan baş parmağı üstünlüğü ile pek çok aracı kullanabilmekte ancak kognitif şemalar, araca işlerlik konusunda eşlik etmektedir. Akıllı teknolojiler her ne kadar yukarıdaki realist görüşe göre insan ihtiyaçlarına göre şekil kazansa da yeni geliştirilen *programlar* insan zihnini duysal anlamda manipüle etmektedir. Popüler bir araç olan internet de her yönüyle insan idealinin zihni bir uzantısı olmakta aynı zamanda zihniyeti de dönüştürmektedir. Toplumun temel diyalektik süreçleri olan dışsallaşma-nesneleşme-içselleşme pratikleri (Berger, 2015, s. 53) internet teknolojilerinin toplumsallığı için de geçerlidir. Araştırmanın sonuç çıktılarından hareket edilecek olursa internet, *sırf dinî grupların* bir arkabahçesi haline gelmiştir. Hatta dijital Nurcular odağa alınırsa *hayal, köşk, mesken* adıyla temsil edilen internet esas hale gelmiş fiziki mekanlarının önüne geçmiştir. Böylelikle dinî grupların izi internette sürülürken alışılmışın dışında bir din sunumu ve cemaat şeması ile karşılaşmak şaşırtıcı olmayacaktır.

Dijital teknolojilerin dinî çoğulculuğun baharını yaşattığı yeni çağda piyasayı da farklı yöntem ve tekniklerle domine ettiği açıktır. Dinî pazarlar yeni imkânlarla kavuşurken tüm dinî gruplar tanıtım ve paylaşım yapabilecekleri çok geniş ve görece özgür bir alana kavuşmuş görünmektedir. Her metanın bir alıcısı olduğu gibi çeşitli kültürel renklere sahip medya kullanıcıları da önlerine serilen dinî materyallerden beğenilerine göre seçebilmektedir. Bu değişim, dinî grupların eskiye oranla dindarların görüş alanına daha kolay girme fırsatıyla beraber daha önce hiç olmadıkları kadar yan yana olduklarını ve seçilebilen bir meta haline geldiklerini de gösterir. Bu durum din

adamları ve dinî kurumların adeta köşe kapmalarını, daha teknik bir deyişle piyasalaşmasını ve rekabetini doğurmaktadır. Zira kişisel saygınlık istenci her insanı olduğu gibi din adamlarını da motive etmektedir. Üstelik dijital kanallarda bu saygınlığın çok daha kolay ölçülebilen bir göstergesi vardır: *beğeni tıklaması*. Burada her *görüntülenme, beğeni, yorum ve paylaşım* din adamına manevi prestijden başka maddi değer de katmaktadır. McLuhanesk bir görüşle web 2 araçlarının dikkate alındığı bir küresel iletişim evreni, dijitalleşmenin piyasalaşma ile sonuçlanacağını haber vermektedir. Zira kullanılan araç, sosyo-bilişsel kolektiviteyi bu yönde harekete mecbur etmektedir. O halde dinî grupları ekonomik modelle açıklamak icap edecektir.

A. Smith “Ulusların Zenginliği” adlı eserinde, din adına yapılan ve üretilen her şeyi bir “ürün/mal”, dinî grupların rekabet ettikleri alanı da “pazar” olarak nitelemiştir. Devlet destekli dinî monopollerle rekabetin yaşandığı dinî piyasaları karşılaştırarak o güne dek düşünülen din yaklaşımlarından farklı bir vizyon ortaya koymuştur (Iannaccone, 1991, 156-157). Dinin Ekonomik modeli, din anlayışını üretim ilişkilerinin belirlediğini söyleyen Marx’tan da dini daha çok tüketim ilişkileri ile açıklayan Weber’den de ilham almıştır. Bu model, dinî görünümün serbest rekabet ortamına bağlandığı, dinî arz bolluğunun yaşandığı ABD söz konusu olduğunda oldukça uygulanabilir görünmektedir. Dinî grup çeşitliliği bakımından Türkiye, her ne kadar düzenleyici bir kurum (DİB) ihdas edilmiş olsa da Avrupa ülkelerinden ziyade ABD’ye benzemektedir. Dijital çağın başat dönüştürücüsü sosyal medya ise belli bir süre kontrol mekanizmalarınca baskılanan bu çeşitliliğin su yüzüne çıkmasına aracı olmuş görünmektedir. Teorinin öncül önermesi, dinî grupların tıpkı firmalar gibi hareket ediyor oluşlarına dayanır. Dini gruplar, daha fazla müşteri edinmek (takipçi kazanmak) için piyasaya daha çok ürün sunmak durumundadır.

Teorinin bir alt basamağı sayılabilecek rasyonel seçim kuramı da ekonomik dilin ve düşüncenin dinî alanı da ihata ettiğini vurgular. Buna göre tıpkı diğer “homo economicus” bireyler gibi dindarlar da çıkar yönelimli hareket ederler. Dinî gruplar da kendilerinin ve üyelerinin çıkarlarını gözetmek durumundadırlar. Bu sebeple eğitim, sağlık, medya, barınma gibi hizmet sektörlerine yönelerek ekonomik faaliyetlerle varlıklarını güçlendirmek isterler. Ekonominin toplumun birincil gündem maddesi haline geldiği ülkelerde, dinî grupları birer ticari firma gibi görme eğilimi artmaktadır. Toplumsal yapı içinde bireyin rolünün yeniden gözden geçirilmesine yönelik bir çabayı temsil eden ve daha ziyade insan davranışlarının anlaşılmasına önem veren ekonomi

kuramı; *aktivite, etkileşim, duygu, ödül, ceza, statü, iktidar, güç* gibi kavramları sıkça kullanır (Kirman, 2013, s. 69). Hayalhanem'in de bahsolunan kavramları içeren böyle bir yapı kurduğu I. bölümde yapılan analizlerle gösterilmiştir. Nitekim dijital din piyasasında dindar bireyler, talepleri doğrultusunda ihtiyaçlarını karşılayan ürünleri belirleyici bir rasyonellikle seçmektedirler. Bu tür yapılarda kalan gençler hayatlarını anlamlandırma ihtiyacı içerisindeyler. Burada kazanacakları manevi bir statü vardır. Etraflarından eleştiri almakla beraber dindar tutumları nedeniyle özellikle büyüklerinden övgüler de beklemektedirler. Gençlerin başta rasyonel bir seçimle girdikleri grupta karşılaştıkları dinî sosyallik sayesinde sosyal medya, dinî söyleme kendini yeniden üretme imkânı vermektedir. Ancak piyasanın izin verdiği ve çerçevelediği bir üretimle. Bundan anlaşılan internetin de sınırları belirlenmekte ve bu sınırlar çerçevesinde dinî tercihler söz konusu olmaktadır. Hayalhanem oluşumunun piyasa özerkliği de bugünkü şartlarda medyatik söylemin el verdiği ölçüde olabilmektedir.

Dobbelaere'e göre sekülerleşmenin mezo aşamasında çoğulculaşma; farklı dinlerin insanların maneviyatlarını temin için rekabet ettiği ve birbirlerine din propagandası yapmamak üzere anlaştığı bir "din pazarı" olarak sonuçlanmıştır. Son kertede *düşünüyorum o halde varım* fikri, yeni bir anlayışla *düşünüyorum o halde tercih ediyorum* şekline bürünmüştür. Üstelik sadece arkadaşlar, ilişkiler, elbiseler değil aynı zamanda inançlar, normlar, dinî duyguları ifade eden pratikler de tercih edilebilmektedir (Dobbelaere, 2018, s. 673,676). Öyle ki dijital kamunun görünümüleri, istenildiğinde bir tıkla değiştirmeye imkân verecek denli çoğalmıştır. Örneğin sosyal kontrolü azaltmak için birey, akrabalarının olmadığı başka bir sosyal medya platformuna veya gruba taşınabilmekte ya da paylaşımlarını kimin göreceğini belirleyebilmektedir. Bu seçme pratiğinin fiziki dünyaya yansımayaacağı düşünülmemelidir.

Bugün bilgi endüstrisi dini de kapsamakta, dinî bilginin bir meta olarak üretildiği alınıp satıldığı, pazarlandığı dikey endüstri kolu inşa edilmektedir (Arıkan, 2020, s. 79). Bilginin güç olduğunun her zamankinden daha fazla idrak edildiği 21. asırda bu önerme en çok medya hizmetleri için geçerli olmalıdır. Sahip olduğu bilgiyi fırsatlara dönüştürerek, yükselen trendleri öngörerek ve kurulan grup mekanizmasını ona göre işletmek, söz konusu din bile olsa rasyonel akıl ve öngörüğü gerektirecektir. Yeni medya hizmetleri sayesinde dijital Nurcu kolektivite, dinî bir ekolün geleneksel otoritesini tahtından edecek denli bir güç devşirebiliyorsa bunu dinî bilgiyi medya ağı

içerisinde tecimleştirebilmesine borçludur. Ahmet (26, HH görevlisi) bu gerçeği bir karşılaştırmayla vurgulamıştır: “Asrısaaadetteki şiir ve ticaret bu zamanın medya ağına, gücüne çok benziyor.” Bu cümlede toplumda yer edinmek amacıyla güç kazanmanın yolunun artık medyadan geçtiği, kitlelerin ağına yeni medya ile bağlandığı dikkat çekici bir karşılaştırmayla anlatılmıştır. Nasıl geleneksel Arap toplumunda şiirle ticaret, statü ve para getiriyorsa bugün de aynı işlevi *sosyal medya fenomeni* sağlamaktadır. Bu minvalde birçok genç dindar girişimci, bir anlamda yapısal özerklik de sunan youtuber’lık mesleğini denemekte ve dijital Nurcuları taklit etmektedir.

Üçüncü dalga internet toplumu sayesinde enformasyonun ekonomik değeri arttıkça üretim araçlarının alet çantaları, fabrika bacaları ve dev makineler olduğu çağ aşılmaktadır. Onun yerine insan ihtiyaçlarını giderecek organizasyonel ve zihinsel buluşlar, üretim için aranan metalar haline gelmektedir (Toffler, 1992, s. 231). Hizmet sektöründeki parlak ve yenilikçi fikirlerle servet ve güç yeniden dağıtılmaktadır. Bu yeni tip üretimi din hizmetlerine de uygulamak pekâlâ mümkündür. Dinî film, kanallar, kitaplar ve müzik; yüksek bir kâr marjına sahiptir. Bu yüzden din, pazarlamacılar için eşsiz bir üründür. Saad, dinin bu niteliğini dört özelliği dolayısıyla kazandığına inanmaktadır:

Birincisi din, herkesin elde etmek isteyeceği ölümsüzlük garantisi verir. İkincisi din, kuşaklar arası değişmeyen bir marka bağlılığı meydana getirir. Üçüncüsü din, bu marka bağımlılığının yaşam boyu sürmesini sağlar çünkü din değiştirmek ölümü ya da cehennemi gerektirir. Dördüncüsü, çocuklar doğar doğmaz bu ürünün hedef kitlesi ve marka bağımlısıdır (akt. Sungur, 2014, s. 156).

Son derece soyut din anlayışlarında bile bugün farklı pazar mücadelelerinin izlerini görmek mümkündür. Dinî piyasanın sektörleri şu şekilde belirlenebilir: 1) Kulüpler gibi işleyen özel "tarikatlar"; 2) profesyonellerden oluşan bir çekirdek tarafından sürdürülen kapsayıcı "organizasyonlar"; 3) uygulayıcılar ve müşteriler arasındaki basit değiş tokuşlar etrafında organize edilen "büyü" pazarları (Iannaccone, 2006, s. 29). Türkiye için ilki geleneksel tarikatlara, ikincisi yeni dinî cemaatlara ve büyü pazarları ise dinî içeriklerin alıcı bulduğu siber uzamlara denk gelmektedir. HH oluşumu, dinamik çekirdek ekibi ve büyüyen organizasyon şeması ile bu çalışmanın keşfetmeye çalıştığı ikinci sektörde yer almaktadır.

Hayalhanem'in e-ticaret sitesi "Mybedesten" gibi birçok dinî oluşum yasal firmalar halinde faaliyet gösterebilmekte ve birçoğunun ana bünyesi gerçekten de bir şekilde firmaya benzemektedir. Asıl şaşırtıcı olan Hayalhanem lideri MY'nin de bu firma benzerliğini kendi sözleri ile doğrulamasıdır (Hayalhanem, 2022d dk. 20): "Allah'ım bize bir külliye nasip eyle. İçinde camisi olan, büyük büyük bahçesi olan, hafızlar yetiştiren, bir seminer salonu olan... Peçete fabrikasının bile koca holdingleri var. Neden bunun için olmasın..." Dinî grupların firma benzetmesini genellikle reddetmeleri beklenir. Ancak MY'nin bu sözlerinden alelade bir teşbihten öte açıkça dinî bir holding olmayı arzuladığı görülmektedir. Bir karşı argüman olarak ileri sürülebilecek, "dinî satış yapılmadığı" itirazı bu retorikle geçerliliğini yitirmektedir. Zira videonun kendisi dahi sunulan dinî hizmetin, diğer bir deyişle değişim değeri olan ürünün karşılığında bağış talep etmek için hazırlanmıştır. Bu mübadeleden üyelerin maddi manevi fayda temin etmediklerini düşünmek de akla aykırıdır. En basitinden daha konforlu ve donanımlı bir yaşam alanı temin edilmektedir. Kutsala ilişkin beklenti ve amaçlar ise dinî öz içerdiklerinden çalışmadaki sosyolojik gözlemin kapsamı dışındadır.

Hayalhanem'in nasıl ticari firmalar gibi büyüme stratejisi izlediği ve bunun için kapitalin *pazarlama diline* müracaat ettiği her büyük proje öncesi yayımladığı videolardan takip edilebilir. Video isimlerinde geçen "kapatıyoruz, ağılıyoruz, dağılıyoruz" çok katmanlı bir ters psikoloji stratejisidir. Hem kendilerinin tükenişini bekleyen muhaliflere *havalı bir gönderme* hem de kendi takipçileri için "hakikat taşıyıcıları" olarak "ilgi bekliyoruz" anlamları taşımaktadır:

Video 1: *Buraya Kadarmış Kapatıyoruz - Yüreğin Buna Dayanmaz Sen Git Magazin İzle! Hayalhanem 4 Katlı.* 19.10.2018 (Hayalhanem, 2018d): HH oluşumu, 2016 yılında temelleri atılan 2018'de tamamlanan Çiftlikköy/Mersin'deki yeni binasına taşınınca 5 sene kullanılan eski mekânını doğal olarak kapatmıştır. Çekilen videoda yeni binanın inşaat süreci ve son hali mizahi bir sunumla gösterilerek işlerinin bitmediği, daha çok "hayırlı hizmet" için daha çok bağışın toplanması gerektiği anlatılmaktadır. Bu uğurda yapılan "fedakarlıklar" gösterilerek duygulara hitap edilmiş ve derneğin iban bilgileri verilerek yeni binanın teçhizatı için yardım talep edilmiştir.

Video 2: *Her Şey Bitti İstanbul'da Buraya Kadarmış - Ağlatan Görüntüler.* 23.03.2022 (Hayalhanem, 2022a): Videonun adı, Beşiktaş'ta buraya kadarmış şeklinde anlaşılmalıdır. Çünkü Şişli'de bulunan yeni binaya taşınmadan önce takipçi kitlenin dinî

hassasiyetine seslenilen bir dramaturji gerçekleştirilmiştir. Pandemi şartlarının hafiflemesiyle günler öncesinden duyurulan ve pek çok hayranın beklediği MY'nin kandil gecesine sohbetine, tahmin edildiği gibi yoğun bir katılım olmuştur. Söylendiğine göre yurt dışından bile gelenler vardır. Kalabalık daireye sığmamış, merdivenlerde hatta giriş kapısı önünde bile beklemiş; bazı takipçiler ise geri dönmüştür. Tüm bu izdihamın kayda alındığı bir ajitasyon, fon müzikler eşliğinde sunulmuştur. “Halit bin Velidlerin, Musab bin Umeyrlerin yetişmesi için” bu mekânın yeterli olmadığı düşüncesi takipçi gözüyle ispatlanmıştır. Böylelikle İstanbul başta olmak üzere binlerce sosyal medya takipçisi HH'ye yardım etmek yönünde harekete geçirilmiştir.

Video 3: Her şey Kötüye Gidiyor, Allah'ım Dağılıyoruz. 29.10.2022 (Hayalhanem, 2022b): HH'nin üç mekânından da görüntülerin paylaşıldığı, sürecin hikâyeleştirildiği, çekirdek üyelerin kahramanlaştırıldığı bir anlatım söz konusudur. Tüm bu “başarıların” asıl sahibinin HH takipçileri olduğu, onların bağışları ile bu noktaya gelindiği belirtilmektedir. Ancak bir problem vardır. Kitleye seslenilerek sorun, şöyle yansıtılmıştır: *Yeni taşınılan, geniş imkânlarından yararlanan Şişli'deki bu bina kirada. Takipçiler yardım etmeye devam etmezse satın alınamayacak ve başka yere taşınılmak zorunda kalınacak ve yapılan onca “emek” boşa gidecek. Oysa “binlerce gencin hayatını değiştiren” “psikologların giremediği gönüllere hakikatleri yetiştiren” bu gençler desteklenmeli. Şu iş olsun vereceğim denilmemeli, elindekinden hemen vermeli... Herkes köşede biriktirmiş ama bekliyor. Varlıkta da darlıkta da infak etmek beklenmez. Neyi bekliyorsun infak etmeye? Bu infak meselelerini aşamadan satırları okuyup okuyup geçeceğiz. Kıyametin, ölümün tarihi bilinmediğine göre beklemeyin...* Bu hakikati temsil söyleminde dikkat çeken nokta kitap satırlarının okunmasının yeterli görülmediği, kurumsal büyüme yönünde bir atılım beklenildiğidir ki aynı videoda sıradaki hamlenin Viyana projesi olduğu açıklanmıştır. Video sonunda konuşan ve oluşumun mali işlerinden sorumlu olduğu tahmin edilen şahsa göre “kendi nefislerinden ayrı görmedikleri” takipçiler, maddi yardım noktasında “mecbur ve mükellef”tir.

“Karanlığa karşı hakikat aydınlığı” söylemi dini ekonomik model çerçevesinde sorgulandığında farklı bir boyutun daha ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. HH'nin Risale-i Nur eserleri ile kovmaya çalıştığı karanlığın zengin muhitlerde olduğu ön kabulü tespit edilmiştir. Nitekim ilk hareket noktası Mersin'in lüks bir semti olarak görülen Pozcu olmuştur. Bunu üniversite civarında gözde bir yerleşim yeri olan Çiftlikköy izlemiştir. Sonraki adım, İstanbul Beşiktaş'ta bir ofisin kiralanması olmuştur. Ardından çok daha

büyük ve lüks bir bina ile Şişli'nin Esentepe semtine taşınmıştır. Yeni hedef olarak ise Viyana belirlenmiştir. Bu muhayyel ve mustakbel hedef şehirde, aynı zamanda bir *metin altı mesaj* gizlidir. Viyana'nın fethi retorığının bir reklam diline yansması ve milliyetçi muhafazakâr tabanın kolektif hafızasına hitap edilmesi söz konusudur:

Pozcu ⇒ Çiftlikköy ⇒ Beşiktaş ⇒ Şişli ⇒ (müstakbel mekân) Viyana

Öncelikle karanlığın bu yerlerde olup olmadığı tartışılacak bir konudur. Grubun karanlık tanımına eğer uyuşturucu kullanımı, cinayet, cinsel şiddet, gasp gibi suçlar girmekte ise daha yüksek suç oranlarının ve genç işsizliğin yoğun olduğu Mersin ve İstanbul ilindeki başka lokasyonlar seçilebilirdi. Burada suç oranları değil farklı hayat tarzı (modus vivendi) anlayışları doğrultusunda seküler yaşam sürmek kastedilmektedir. Bu anlayış ile seküler-dindar gerilimine, seküler alanın dinî söylemce fethedilmesine ve iktidar pratiğini haiz bir zihniyete gönderme yapılmaktadır. Nitekim HH'de yönetici akıl, takipçilerin dernek binasını yüksek oranda kullanmalarını ve grubun iç faaliyetlerine yoğun katılımını hedeflemediği, sadece dinî sohbetler için bir *istasyon* olmak istediği anlaşılmaktadır. Zira grubun çizilen yapısal cemaat profiline göre yoksul müdavimlere değil *emekçi çalışanlara* ve *zengin bağışçılara* ihtiyacı vardır. Daha çok üretim yapabilmek için grup liderleri ve üyeleri meşgul edilmemelidir. Bu hassasiyet araştırmacıya da hissettirilmiştir. Bu eğilimi gösteren birçok örnek olay, eski görevlilerce anlatılmıştır. Örneğin Diyarbakır'dan hususen gelen bir imamın saatlerce bekledikten sonra grup liderleri ile görüşmeden geri döndüğü nakledilmiştir. Nitekim grubun web sitesinde ziyaretler için randevu istenmesi gerektiği yazılmaktadır. HH, güvenlik tedbirleri dışında ziyaretçiler konusunda azami seçici davranmaktadır.

Yapılan araştırmalar, din hizmetlerinde yoksulların daha çok zamanlarını harcarken zengin dindarların dinî hizmetlere katılımlarda daha fazla para katkısı yapma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca, bir dinî gruba üye çalışanların gelir durumu iyileştikçe gruba katılım sürelerinde azalma da olduğu gözlenmiştir (Iannaccone, 1998, s. 1480). Bu tespiti örneklendiren bir anlatıma Maksat 114 görevlisi Edip'te (25, Bursa) rastlanmıştır. Zor şartlarda hatta aç kalarak hizmet üreten görevlilere karşın derneğin her türden donanım ihtiyacını karşılayan zengin iş adamı destekçi üyeler de vardır. Görüldüğü üzere tıpkı Iannaccone'un işaret ettiği araştırmalarda olduğu gibi maddi durumu el veren iş adamları parası ile, parası değil zamanı elverişli olan genç işsizler ise daha çok emekleri ile oluşumlara katkı sunmaktadır. HH de bu fotoğrafın dışında değildir.

Dindarların, dolayısıyla dinî grupların dijital medyaya adapte olmakla her geçen gün artan metalaşma eğiliminden daha fazla etkilendiği söylenilebilir. Her şeyin taşıdığı değişim değeri kadar dikkate alındığı ekonomi temelli küreselleşme sürecinden dinin de payını aldığı görülmektedir. Din dahil her şey metalaşmış, alınır satılır hale gelmiştir. Din ve dinî gelenekler pazarlanır olmuş, aktiviteler pazar ekonomisi mantığına göre belirlenir olmuştur (Kirman, 2010, s. 41). Gaziantep/Sığınağım İKD'nin youtuber'ı Ahmet Taha, açıkça “ellerindeki manaların en güzelini hakketmesinden dolayı daha iyisini pazarlamak için iyi ekipmanlar kurmaktan” bahsetmektedir (SığınağımBirlik, 2021). Yine aynı derneğin 160 binden fazla aboneli youtube kanalının önce bir başka İslami gruba devredildiği sonra da bir meditasyon kanalına dönüştürüldüğü gözlerden kaçmamıştır. Söz konusu dernekse isim değiştirerek adeta bir *dinî gruplar marketi* görünümü arz eden İstanbul'a taşınmıştır.

Dinî bilginin iletişim teknolojileri elinde metalaşması ve dinî grupların da medyatikleşmesi ister istemez Türkiye'de dinin piyasa modelinin tartışılabilirliğini artırmaktadır. Diğer yandan bu düşüncenin izlerine Nurculuk ekolünün geçmişinde de rastlanır. Risale-i Nur etrafındaki cemaat ya da dinî örgüt, “şirketi maneviye” olarak adlandırılmıştır (S. Nursî, 2016b, s. 57). Ayrıca o zamanın koşullarında el yazması nüshalar üreten Nurcu ailelerin evleri, fabrikaya benzetilmekteydi. Bu tabir, Hayalhanem ve benzerlerini de manevi kazanç sağlayan doğal bir işletme hüviyetinde görülmesini kolaylaştırır. Bu şirkette bir anlamda hizmet görerek hisseyi paylaşan “şakirtler”⁴⁹, emekçi çalışan/işçilerdir. Söz konusu dinî grup oluşumlarını (DNK) aynı piyasada aynı sektörde hizmet üreten firmalar olarak görülmesinde bir sakınca yoktur. Zira dinî içerikler ve maneviyat temelli bir hizmet doğrultusunda açıkça bir arz-talep döngüsü işlemektedir. Ayrıca dinî grup üyeleri; tanışma ve iş birliğini maddi çıkar değiş-tokuşuna da taşıyacaklar, bunda da bir beis görmeyeceklerdir. Bunu örneklendiren bir anekdota Bursa/Maksat 114 yetkilisi S. Aktaş'ın bir anlatımında rastlanmıştır (Maksat 114, 2020): Aktaş, gençlerin ve dindarların çok uğradığı bu yere dindar yüzüyle yaklaşan seyahat firması sahibi iş adamı kişilerin umre kaydı alabilmek için kendisinden yardım istediklerini belirtmiştir. Bu teklife olumsuz yanıt verilince de söylendiğine göre onlara zarar vermek kastıyla iftira atılmış; taban tabana zıt, düşman

⁴⁹ Şakirt öğrenci anlamında Farsça kökenli bir sözcüktür. Nurcular birbirlerine şakirt diye seslenirler ki Kuran'dan ders alan öğrenci/talebe kastedilmektedir. Risale-i Nur külliyyatında da bir grup terminolojisi olarak bu sözcük sıklıkla geçer.

bir noktaya gelinmiştir. Diğer yandan 2022 Ekim-Kasım döneminde sırasıyla Hayalhanem, Çınaraltı ve Maksat 114 çekirdek ekip üyelerinin *grup içi ödüllendirme* anlamına gelebilecek Umre ziyaretlerine tanık olunmuştur.

Dinî gruplar için dijitale taşınma süreci geleneksel organizasyon ve yayın faaliyetlerine göre nispeten maliyetsizdir. Buna karşın elde edilen maddi-manevi kazanç ve getiri oldukça yüksektir. Her şeyden önce dijital sunumlar, grubun müntesiplere ulaşmadaki külfeti ve organizasyon yüklerinin birçoğunu ortadan kaldırmaktadır. Tüm bunlar dinî tebliğciler için dijital teknolojilere yatırımı cazip hale getirmektedir. Dinî grup sayısını ve etkinliğini artıran bu durum, klasik sekülerleşme tezinin öngörüsünü yanlışlayan bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilindiği gibi klasik sekülerleşme teorisi, dinî grup yapıları parçalandıkça dinin görünüm ve işlerliğinin azalacağı öngörüsünde bulunmuştu (Stark & Iannaccone, 1994). Dinin gözden düşmesinin tersine dinî çoğulculaşmayla ilgili olan bu modelde ise her şeyden önce dinî ürünler; aranan, talep edilen ve seçilen bir nesnedir ve markalaştırılarak uğrunda rekabet yaratılabilmektedir. İnsanın doğasından kaynaklanan bu rekabet duygusunun olumlu yanlarının da olduğu yadsınmamalıdır. Çatışma savaşa dönüşmediği sürece ve tarafların rekabet sonrası oluşan fiili durumu hukuki ve siyasi olarak kabullendikleri takdirde, toplum için oldukça faydalı bir durum ortaya çıkacağı (Bilgin, 2021, s. 82) da göz önünde bulundurulabilir. Nitekim homojen ve kapalı bir toplum yapısında, dış gelişmelere ve yeni ihtiyaçlara bigâne kalınacağından durağanlaşmanın tehlikeye dönüştüğü bir durum görülebilir.

Dijital Nurcu youtuber'lar da dinin dijital sunumundaki seçici hassasiyetleri ile ilgiyi toplamayı başarırken ciddi bir rekabetin kapısını aralarlar. Dijital Nurcuların piyasaya girişlerinden sonra *kitle tutma çabaları*, dinî pazarda ciddi bir rekabete hatta çatışmaya yol açmış görünmektedir. Yarışta en büyük kriterlerden biri algoritmik otoriteye zemin hazırlayan Youtube abone sayılarıdır. Sözler Köşkü'nün sosyal medya tanıtımı yapılırken sıklıkla "Türkiye'nin en büyük İslami kanalı" denmesi bu rekabetin bir göstergesidir ve oradaki "kanal" ifadesi dijitallik dikkate alınmak kaydıyla cemaat sözcüğü ile yer değiştirebilir. Ne var ki Hayalhanem aradaki farkı hızla kapatmış hatta çalışmanın sonuna gelindiğinde üç milyonu aşan abone ile süreçte öne geçmiştir. Fırsatları kovalayıp tespit ettiklerini örgüt mekanizmasına eklemleyen HH'nin dinî gruplar arasında öne çıkışı Tablo 5 ve 6'da görüldüğü üzere diğer sosyal medya platformlarındaki abone sayılarına da yansımıştır. Yarışta geri kalmak istemeyen diğer

dinî grupların da bu dijitalleşme atağını mimetik alımladıkları, sahada bir vakıa olarak görülmüştür. F. Ünal, grubun farklılığını ortaya koymak için esnaf örneği vermiştir. Diğer cemaatlerde maddi ihtiyaçları karşılamak için esnaf gruplarının oluşunu eleştirmiş, kendilerininse buna girişmeyip bir yenilik getirdiklerini, esnaf sözcüğünün yanına yerleştirdiği *zihniyet* ile özetlemiştir:

Bizde esnaf zihniyeti hiç olmadı. Youtube gelirleri üzerinden gittik. Çekilen videolar en kalitelisi olsun istedik. Onun için en iyi cihazlar, en iyi malzemeler aldık. Allah'ı konuşacağımız yer en güzel olmalı. Bu mekân Allah'ın evi, camiler gibi en iyisine layık. Bu kadar önemli bir mesele için çok çaba sarf ettik. (05.10.2020 tarihli görüşme Yenişehir/Mersin)

HH'nin piyasayı domine eden faaliyetlerine bakıldığında yapılan en önemli işlerden birisinin videolarla dikkatleri çekilen takipçi kitleden gelen soru/isteklerin uzaktan cevaplanmasıdır. Dijital Nurcuların sosyal medya için çekilen videolardan sonra en fazla önem verdikleri mesajlaşma işidir. Bu, artık dijital dinî piyasada tutunmanın ve takipçi/müşteri tutmanın marjinal olmayan yollarından biri olmuştur. Aynı zamanda mesaj ekibi; dernek ortamından, kermeslerden, kitap fuarlarından telefon numarası toplamaktadır. Bu suretle araştırmacının da telefon numarası hem fuar etkinliğinde hem de dernekteki dinî sohbet öncesinde istenmiştir. O günden sonra dernek sohbetlerine davet edilmekten daha çok bağış ihtiyaçlarına ilişkin mesajlar alınmıştır.

Çok sayıda takipçinin çeşitli yollarla iletişime geçtiği HH'de, bu kişilerle özel ilgilenilmesi için kalabalık bir ekip oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Dinî bir organizasyonun firma olduğunu haddizatında ekonomik bir değer ifade eden istihdam ettiği elemanların tarzı belirlemektedir. “Ucuz iş gücünden kaliteli iş beklenmez.” düşüncesinin işletmeye dönüşen dijital tabanlı HH oluşumunda genel mantık olduğunu düşündürecek çok sayıda veri ile karşılaşılması, çekirdek grup üyelerine dahi meta temelli yaklaşıldığını göstermektedir. Telkin ifade eden “Eğer burada verilen görevleri yerine getiremiyorsan demek ki senden daha iyi yapabilecek insanların yerini dolduruyorsun.” sözü (akt. Osman, 21, lise m.) bu ekonomik temelli bakışın basit bir özetidir. Oluşumun yaklaşık 9 yıllık sürecinde, söylendiği gibi binlerle ifade edilen üye kaybı yaşadığı doğruysa eski “vakıf” üyelere yönelik söylendiği iddia edilen *tek kalemde çizeriz* sözü gerçeğe dönmüş demektir. Bu, ancak büyüme ve kâr odağından başka amacı olmayan kapital şirketlere yakıştırılabilecek bir çalışma metodudur.

Nitekim grup yöneticileri “her giden elemanın yerini dolduracak binler zaten sırada” şeklinde düşünüyor da olabilir. Eğer böyleyse “ne diye bir eleman için baş ağrıtsın, kahr çekilsin” kolaycılığı seçilmiş demektir.

HH’de dernekte “hizmet edecek” (istihdam olunacak) elemanların özellikli olmasına gayret edildiği anlaşılmaktadır. Bu niteliklerin başında anlaşıldığı kadarıyla sadakat gelmektedir. Eski üyelere göre *Hayalhanem’in halısı benim kefenim olsun* diyen ve sözünde istikrar gösterebilen elemanlar tutunabilmektedir. Ondan sonra nitelik için sırasıyla görünüş, sosyoekonomik durum ve yetenek önemsenmektedir. Bu niteliklerin hepsini taşıyorsa bu gençlerin bir iletişim aracı gibi vizyona konduğu, hatta onlara “yatırım yapıldığı” ifade edilmiştir:

Nerede oturduğuna, hangi okulda okuduğuna bakılarak ailesinin zihniyeti, maddi gücü ölçülüp öyle ilgileniliyorlardı. Kuran elifbasını bizle çalışan çocuğa ailesi zengin olduğu için akşam açılış dersi yaptırılıyordu. Tebliğ için seçilen mekânlar genellikle zenginlerin mekânı. Bunu yanlış buluyorum. İnsanoğlu zaten temel ihtiyaçlarını karşılıyorsa eğlence yerlerine gider. Dine zaten kulak vermez onlar. (30.11.2021 tarihli görüşme, Osman, 21, işçi)

“Vakıf” olarak seçilen üyelerin bilgisayar illüstrasyonları yapmak gibi hususi ve tecrit bir görevi yoksa iletişim ve etkileşim becerisi yüksek olması beklenmektedir. Zira dinî manevi konular da dahil, soru soran/danışan kişiler cevaplardan ne kadar mutmain olursa yapacağı bağış miktarı da o oranda artıyor olmalıdır. Katılımcıların ifadeleri de çekirdek üyelerin mesaj ve telefon araması ile (manevi) psikolojik danışmanlık hizmeti verdiklerini göstermektedir. Anlaşılan HH görevlileri; fiziki evrenine, dernek binasına çağrıl(a)mayan binlerce takipçisini akıllı (smart) telefonlarla dijital evrende karşılamaktadır. Ahmet (26, HH görevlisi) danışmanlık hizmetlerini yalnız dinî kaynaklarla değil yine internet kaynağı olan bilimsel makalelerle de desteklediklerini söyleyerek yaptıkları hizmete nitelik kazandırmaya çalışmıştır:

Gelen sorular genelde kişisel. ‘Ben bu işin içinden çıkamıyorum’ diye arıyorlar. Cevaplarımızda sadece Risalelere değil bilime, makalelere de atıf yapıyoruz. İstanbul’dan çok arayan var. %70-80 yazılı mesajla % 30 kadarı aramayla sesli iletişim kuruyoruz... İslami konularda şüpheye düşenler içinde inatla yaklaşan, ikna edemediklerimiz var... İnsanlara yaşamlarını kolaylaştıracak püf noktalar söylüyoruz. Mesela çocuğunun laf dinlemediğinden şikâyet eden anneye çok anlatıyorsun anlatma diyoruz... 13 yaşında bir kız aramış. Babası tarafından zorla kapatıldığını söylemiş. Okula gönderilmemekle tehdit edilmiş. Okula gelebilmek için örtüyü kabul etmiş. Arayıp babasının zor koştuğunu anlatıyor. Biz de ona tesettürün faydalarını, anlamını, dindeki yerini anlatıyoruz. (27.08.2021 tarihli görüşme, İstanbul)

Söylenenlerden danışmanlık hususunda belli püf noktaların tecrübi olarak kavrandığı anlaşılmıştır. Öncelikle karşı tarafın tanınmak istendiği, muhatabın durumuna göre sorulara cevap verildiği, daha doğrusu soru(n)lara çare arandığı belirtilmiştir. Muhtemelen töhmet altında bırakılmamak gerekçesiyle iletişimde bazı sınırlar da konulmuştur:

Ailevi çok önemli konulara girmiyoruz. Bizi barıştır tarzı talepleri kabul etmiyoruz. Vesveseli olanlar arıyor. Yarısından çoğu diyebilirim. İmani konularda vesveseleri var insanların. Ve ne durumda olduklarını bilmiyorlar. Biz bu insanların değişebileceğine inanıyoruz.

Değişim söylemi sahada karşılaşılan en dikkat çekici detaylardan biridir. Zira takipçiler bir şeyleri değiştirmek veya kendileri değişmek için arıyor olmalıdır. Dijital Nurcular tarafından sıklıkla “hayatları değişen yüz binler” retoriği kullanıldığına göre bu sihirli *değişim* sözcüğü ve değişim ihtimali manevi bir ürün (meta) olarak muhatapta alıcı bulunmaktadır. Bu minvalde psikologlarla benzer iş yaptıkları söylenince Ahmet: “Psikolojik danışmanlıktan farkımız biz peşinden de koşuyoruz.” demiştir. Takip edilebildiği kadarıyla bazı üyeler için ziyaretler, geziler, konferanslar, sportif eğlenceler de tertip edilmektedir. Adana/Mesken İKD, benzer şekilde manevi alanda ilerlemek isteyenler için mesajlaşma ekibi oluşturarak cevşen (dua), Risale, Kur’an, gece namazı gibi dinî uygulamaları takip (çetele) hizmeti sunmaktadır (Mesken, 2022).

DNK tarafından yürütülen hizmetler “manevi danışmanlık ve rehberlik” adıyla bugün birçok ülkede resmî olarak tanınmış bir hizmet mesleğidir. Bunu da yine birçok ülkede dinî kuruluşlar üstlenmiş görünmektedir. 2019 yılında kurulan “MDR” derneği web sayfasında bu mesleği şu şekilde tanımlamaktadır:

Dinî toplulukların önemli bir işlevi olan manevi danışmanlık, yurt dışında teoloji ile davranış bilimlerini bir araya getirerek, bugün, ruh sağlığı alanında bilinen ve kabul edilen bu disiplini ortaya çıkarmıştır. Bu disiplin; dinî danışmanlık, manevi danışmanlık, dinî psikoterapi veya manevi yönelimli psikoterapi gibi isimlerle anılarak muzdarip olanların veya ciddi ruh sağlığı sorunları olmayıp günlük hayatta sahip oldukları problemlerini dinî alanla ilişkilendiren insanların din adamlarından yardım istemeleri üzerine gelişmiştir (mdr.org.tr, 2022).

Ülkemizde de resmî olarak çeşitli yayınları, kursları ve sertifikalarıyla DİB’in bu konudaki çalışmalarını sürdürdüğü bilinmektedir. Ancak din görevlisi çalışanların ne kadar bu konuyla ilgilendikleri ya da yeni gelişmeleri takip edip etmedikleri

tartışılabilir. Nitekim dinî piyasa modeline göre devlet tekelindeki kuruluşların özel dinî teşebbüslerle karşılaştırıldığında rekabet istek ve arzuları düşük kalmaktadır.

MY'nin kitapları da tecimsel kaygıyla ortaya çıkan başka bir piyasa faaliyetidir. Genellikle okumaktan uzak duran gençlerin dijital bir durağı olarak tasarlanan HH, içeriklerinin neredeyse tamamı yayındaki dinî konuşmalar deşifre edilip aktarılmasına rağmen kitap satışı da yapmaktadır. Zira her şeye rağmen genç okurların oluşturduğu bir kitap piyasası işlemektedir ve isteksiz gençler bile Hayalhanem hatırına sembolik değeri olan MY imzalı bu kitaplara ulaşmak arzusundadırlar. Kitap okuyan genç imajının duyusal değeri de vardır. Ayrıca bu kitapların vaat ettiği bir değişim sihri de onları çağırılmaktadır. Kitaplar şimdiye kadar üç yayınevinden çıkmıştır. Bu tecimsel çabaya kitap satışı yapan bir alışveriş sitesinin destekleri de gözden kaçmamıştır⁵⁰. Dikkat çekecek başlıklar ve kapak tasarımları ile piyasanın kurallarına göre oynandığı izlenimi veren edebi ve sanatsal değeri olmayan bu kanonik kitaplar, bir süre çok satanlar arasında da yer alabilmiştir. Popülerlik ve kazanç getiren aynı yöntemi bazı DNK derneklerinin de uyguladığı gözlemlenmiştir.

Dijital tabanlı cemaatler arasında kopyalanan diğer bir tecimsel girişim de bahsolunan derneklerden bazılarının e-ticaret sitelerine sahip olmalarıdır. Hukuken dernek bünyesinde olmasa bile “My Bedesten” e-ticaret sitesinin Hayalhanem grubuyla iltisaklı olduğu çok açıktır. MY kitaplarının satışına öncelik verilen sitenin gelirlerinin HH bünyesindeki faaliyetler için kullanıldığı belirtilmiştir. Mybedesten, İslami ürünler satışı yapıldığı söylenen, niş pazarlama stratejisinin tipik bir örneğidir. Üstelik dijital Nurcularda dinî piyasa mantığının en somut delilidir. Öyle ki Mybedesten'in Instagram profilinde “tebliğ amaçlı ürünler” etiketi bulunmaktadır. Sitenin isminde, batılı trend ile “my” ve geleneksel bir motif olan “bedesten”in birleştirildiği görülmektedir. Zaten “benim pazarım” anlamına gelen bu melez sözcük başkalarından -seküler olanlardan- ayrıldıklarına da işaret etmektedir. Burada kahve fincanı, çanta, matara, bileklik, kıyafet, saç kesme makinesi gibi İslami olmayan ürünlerin yanında başörtüsü, namaz elbisesi ve dinî içerikli oyunlar da satılmaktadır. Kuran ve Risale kitapları, Nurettin Yıldız, İhsan Şenocak, Muhammed Emin Yıldırım gibi isimlerin kitapları, çeşitli çocuk hikâyeleri bu bedesten/pazarda yerini almıştır. HH fanları, belirtildiği üzere derneğe de katkı olduğu düşüncesiyle piyasadaki fiyatına bakmaksızın bu ürünleri satın almaktadır.

⁵⁰ Kitap satışı yapan popüler bir sitenin sosyal medya hesaplarında yayımladığı, indirim için yaptığı anketlerde ve çok satılan kitaplar arasında MY kitaplarına da yer verdiği görülmüştür.

Oluşumun bir alışveriş sitesine sahip olmadan önce benzer işlevler gören kermesleri daha sıklıkla yaptığı anlaşılmıştır. Kermeslerden başka fuarlarda ve konferanslarda da bazı ürünlerin satışının yapıldığı stantlar kurulmaktadır. Bu stantlarda kitap ayracı, telefon kılıfı, duvar saati, bileklik, kupa bardaklar, çanta pimleri, anahtarlıklar vs. hafif ürünler satılır ve bu alışverişte çoğu zaman Hayalhanem markasına tutkun olanlar, dinî bir neşve ile para üstünü bile almaktan imtina ederler.

Hayalhanem'in sunduğu (pazarladığı) öncelikli ürünün bizzat kendisi olduğunun farkında olmak gereklidir. Logosu, tasarımları, binaları, görevlileri ile Hayalhanem'in piyasada bir mübadele değeri vardır. Yaptıkları işin dinî-manevî boyutu nedeniyle ürünlerin -söylendiğine göre yine derneğe harcanmak üzere- kazanca çevrilmesi, bir bağış faaliyeti olan sadaka kutularında da görülmüştür. Hayalhanem Mersin'in kendi coğrafi bölgesi olarak gördüğü yerlerde dağıtılan ve düzenli olarak toplanan sadaka kutularının derneğe ciddi bir ekonomik getiri sağladığı düşünülmektedir. Hayalhanem, İstanbul'a da açılınca bu bölgeler genişlemiş olmalıdır. Muhtemelen dinî sohbetlerin coşkusundan istifade edilerek hemen sohbet çıkışında ziyaretçilerin *kutulandıklarına* şahit olunmuştur. Bu kutular manevi bir borç hissettikleri derneğin hizmetine karşılık olarak ve elbette bir dindarın ibadet şevkiyle doldurulmakta ve tekrardan kutu ekibine iade edilmektedir. Hatay'da rastlanılan başka bir dernek gönüllüsü, Hayalhanem sadaka kutularının kendi kutularının yanına konduğunu ve onların daha fazla para topladıklarını sitemle karışık ifade etmiştir. Bu durumu pekâlâ M-nesli arasında popülerlik kazanmış ve her gün dinî ürünlerini güncelleyen ve marka sunumu yaratmış bir firmanın bağış piyasasını ele geçirme -ya da pazara ortak olma- aksiyonu olarak görmek mümkündür.

Gençliğin üretmekten daha çok tüketme eğiliminde olduğu bir düzlemde dijital Nurcular, hayatları değiştireceği düşünülen bu tüketim fetişinden yararlanarak dinî hizmet sunmaktadır. Ürünün kullanışlılığı kadar ve belki de daha fazla tüketilen metanın popülerliği ve atfedilen anlamı üzerine kurulan organizasyonel yapı, bireyin kognitif anlam dünyasında etkin olabilmektedir. “Allah dilerse hayaller dua, dualar makbul olur...” (Hayalhanem, 2022f) vb. dinsel söz ve ifade içeren mesajlar, sembolik oluşlarından mühlhem popülist kitlede karşılık bulmaktadır. Semboller de pekâlâ tecimsel ürünlere dönüştürülebilmektedirler. “Allah” “hayal” ve “dua” terkibi HH'nin kullandığı söylemi özetler gibidir ancak bu manevi duanın tecimsel karşılığı toplumsal hayatta maddiyata yakın bir yere denk gelmektedir. Zira birçok kişinin hayalleri “homo economicus” olmaklığından ötürü maddi ölçütlerle kâr-zarar dikotomisinde

kıyaslanabilmektedir. Hayalhanem takipçilerinin pek çoğunun da dilekleri; öte dünyadan çok bu dünyaya özgü evlilik, çocuk sahipliği, arkadaş ilişkileri, aile hayatı, meslek edimi gibi seküler kaygılar üzerinedir.

Dinî gruplar, mitsel anlatılara tutkun bir bilince sahip müntesiplerinin -tartışma götürmez- kabul ediş ve boyun eğme pratikleri sayesinde, tüketici ve bağımlı bir kitleyi ellerinde tutmaktadırlar. Üstelik bu kitle, tüm zihniyet bagajlarına ve sosyal medya teknolojilerinin manipülasyonuna rağmen özgür bir tercihle bağlandığı zannına sahiptir. İçerik sunucuları tarafından tüketici durumunda olan sosyal medya kullanıcısı; birini takip etmek, bir kanala abone olmak gibi küçük bir değişimle hayatının değişeceğine inandırılmaktadır. Reklamlar bunun için işlevseldir ve dinî grupların da artık reklama ihtiyacı vardır. Saad'ın ifadesi ile ürün “defolu çıksa da” neredeyse her hâlükârda sadakatini koruyan dindar kitle, postmodern dijital çağın bir özelliği olarak makul doyurucu açıklamalarla kolay bir adres tayini istemektedir. Yeni medyanın kullanımında her zaman karşılaşılan popülist paradigmanın, dindar kitlelerin yönünü tayin ettiği görülmektedir. Medya vaizlerinden Mustafa Karataş ile yapılan söyleşi dinin bir pazarlama konusu haline geldiğini deklare eden başka bir örnektir: “Medyada televizyonculuk yapan hocaları medya pazarında satıcı olarak görüyorum. Ne satıyor? Dini bilgi satıyor. Teşbihte hata olmazsa bu bir pazar, bir sektör. Medyanın birinci amacı kendi malını pazarlamak diyelim.” (Şimşek, 2020, s. 164).

Sosyal Doku Vakfı Yetkilisi S. Eğridere (38, yüksek lisans) dinî grupların manevi hizmetlerde bir piyasa oluşturduğunu ve tutmaya çalıştığı bir müşteri kitlesi olduğunu yine ekonominin dili ile anlatmıştır. Ona göre asıl mesele muhafazakâr camianın çocuklarının -öz sermayenin- din dışı evrene kaçışının önüne geçilmesidir. Bununla rekabetin yalnız benzerler arasında olmadığı, aynı araçları kullanan söylem temelinde zıtlar arasında da vuku bulduğu anlaşılmaktadır:

Piyasa da denebilir. Gerek ticarete gerek de dinde iki alanda da esas olan şudur: Önce özü (sermayeyi) muhafaza etmeye çalışırız. Sonra ek ataklar yaparız. Mesela benim babamdan kalma bir fabrikam varsa öncelikle bu fabrikanın mevcut halini muhafaza etmek isterim. Babam öldü, yeni bir fabrika daha açayım dersem elimde patlar. Ben zaten yeniyim. Esas bunun bir işletmesini sürdürmem lazım benim. Ateizmle mücadele etmek dışı açılmak demek. Halbuki ben içeriden adam kaybediyorum. Ben mevcudu, İslam olanı, annesinden babasından Müslüman olanı muhafaza edeyim, dışarıdan gelene de şükredeyim. Yoksa ben de kayıyorum. Adam kaybediyorum. (28.08.2021 tarihli görüşme, Eyüp/İstanbul)

Din hizmetlerine ekonomik temelde yaklaşan DNK bileşenleri, büyümek ve daha ileri gitmek hedefi ile motive olmakta ve bunun için de takipçi kitlenin desteğine ihtiyaç duymaktadır. Piyasa/pazar retoriğini kullanan başka bir katılımcı da Eskişehir/İskele İKD yetkilisi Ömer (27, lisans m.) olmuştur. Dinî videolarının artık eskisi gibi etkileşim almadığını şu şekilde anlatmıştır: “Tabiri caizse müşteriler artık her şeyi öğrendi. Yeni bir şey kalmayınca da gelmez oldular. Etkileşim azaldı.” Diğer katılımcılarda da piyasa diline rastlanmıştır. Esnafılık yapan İsmail (28, lise m.), HH’nin giriş katındaki kitap kafesini piyasa koşullarında gerçekleşen bir girişim olarak görmektedir ve üstelik kullandığı “işletiyorlar” sözcüğü anahtar kavramlardan biridir:

Her sene Türkiye’de yeni bir şey, yeni bir akıl çıkıyor. Hayaldekiler, bunu alıp dinî yönde bütünleştirmek adı altında işletiyorlar. Kitap kafe mantığı da bunlardan biri. Bu ticarete de böyle, sadece dinî kuruluşlarda değil. Mesela ben dükkânı eski tarzda yönetemiyorum. Pos cihazı gibi yeni sistemlere geçtik yani. (15.06.2021 tarihli görüşme, Mersin)

HH’nin takipçisi Abdullah (47, imam) da dinî grupların iktidar politikalarından faydalanırken gittikçe ekonomiye yaslanan ve rekabetçi/çatışmacı bir hale büründükleri düşüncesindedir: “Şu an bizim istikrarımız bozuldu. Ganimete düştük ya! Biz bu derneklere yardım edelim ama pasta büyüdüğü oradaki savaş da artıyor. Mecburen bir ekonomiyi yönetme durumuna gidiyorsun.”

Araştırma verileri göstermiştir ki dijital Nurcular, gelenekten farklı iktisadi yapıdan güç alan bir imaj üretmektedir. Bu bazen bir Mehmet Yıldız kitabı, porselen bir bardak ya da dernek binasının gösteriş ve rahatlığı olabilir; her durumda yaşam dünyasına sızan bir araç konforu; müntesibin ibadet, hareket, dünya görüşü ve sosyalleşme tarzını etkileyen bir hayat formu söz konusudur. Ayrıca bu ürünler HH’nin görevlilerinde gözlenen moda uygun sakallar, markalı ürünler, *keyfe kâfi* helal zevkler gibi değer yüklü memler haline geldikçe değişim değeri de kesifleşmektedir. Hayalhanem İKD tüketirken üreten (türetici) bir organizasyon konumundadır. M-neslinin kolaylıkla alımladığı, hemen her gün “duvarında” akışına tanık olduğu bu yeni görünümlü Nurcu oluşuma ait içerikler söylemin bir aksiyonundan ibarettir. İslami söylem kapitalist tüketim içerisinde var olabilme potansiyelini 2.0 etkileşimli medya araçları ile gerçekleştirmiş ancak özü korumaya çalışırken bu çalışmada ortaya konulduğu gibi kapitalin (sermaye) eşliğinde, organizasyonel kapasite itibarıyla dönüşmüştür.

SONUÇ

Bugün yeni teknolojilerle yükselen yerküre çapındaki yaygın ve etkin iletişim ağları, neredeyse tüm toplumları etkileyerek *toplumsallaşma* kavramının yeniden ele alınmasını gerektirmiştir. Hem küreselleşmenin hem de yerelleşmenin aynı anda yaşandığı postmodern dönemin diğer bir merhalesi ise tüketimi artıran bir teknoloji kullanımına işaret etmektedir. Bu yeni sürecin *tarım, bilgi ve sanayi* devrimlerinden sonra insanlık tarihini küresel boyutta dördüncü bir devrime hazırladığı iddia edilebilir. İstatistiksel verilere bakıldığında Türkiye’de ne denli hızlı bir dijital kullanım oranına ulaşıldığı görülecektir. Yeni bir kültür ve kamusalık inşa edilen internette, bu kadar kısa sürede yaygın kullanıma ulaşılmasının dinî alan da dahil birtakım konularda yeni sorunlara yol açması kaçınılmaz görünmektedir.

Herhangi bir kültürel yapının sürekliliğini devam ettirebilmesi, mensupları aracılığı ile kültürel kodların aktarılmasına ve yeniden üretilmesine bağlıdır. Kültür doğuştan getirilen doğal (çiğ) bir fenomen olmadığına göre mimetik yollarla yeni kuşaklara aktarılacak (pişirilmek) durumundadır. Bu süreç geleneksel dinî gruplar için bugün bir türbülansa işaret etmektedir. Toplumsal bir kriz içerisinde olan dinî gruplar bu sorunu alışageldikleri araçlar yerine yeni medyanın müspet (olumlayıcı) kullanımıyla aşmaya çalışmaktadır. Diğer bir deyişle gelenekselin çekildiği kamusal alanları modern kurumlar temellük ettiği için eski söylemi sürdüren cemaat yapıları risk pahasına modernite içinde yer almayı tercih etmektedir. Bu iç içe geçişin yol açtığı postmodern zihniyet, geleneğin iddia taşıma iradesini ‘modifiye edilmiş (dinselleştirilmiş) modernite’ ile yeni dinî aktörlere tanıtmış görünmektedir. Toplumdaki tüm çelişki ve çatışmalara rağmen farklı toplumsallıklar ve zamansallıklar internetle beraber hiç olmadığı kadar yan yanadır. Artık dramatik bir dijital kamusalık vardır. Her şey toplumun bir aynasıymışçasına sosyal medyaya yansıyor gibidir. Ancak o da tıpkı gerçek dünya gibi parçalı yapıdadır. Dinî çoğullaşma da paradoksal biçimde sekülerleşmenin içinde sekülerleşmeye rağmen işlemektedir. Büyük değişimlerin yaşandığı dönemlerde birey için cemaat benzeri yapılar, güvenli bir liman olarak görülürdü. Ancak postmodern dönemeçte geleneksel grup aidiyetleri, kuşaktan kuşağa aktarılan bir varoluş şekli olmaktan çıkıp *tercihler arasından bir tercih* durumuna bürünmüştür.

Yukarıda bahsedilen değişmelere en açık ve hassas tepki veren toplumsal kategori gençliktir. Farklı yaş kategorilerinin zamanın ruhunu farklı kavradıkları, kuşak farklılaşmasının bugün din içi çoğulculuğun boyutlarından biri haline geldiği söylenebilir. Dijitale göç edenlerle dijital dünyaya doğanların kültür ve varlık kavrayışları aynı olmayacaktır. Yaşanan değişim geleneksel bağlara sıkı sıkıya tutunanlarla yeni kültüre (kapitalist tüketime) adaptasyonu savunanlar arasında bir uçurum açmış gibidir. Buradan hareketle ses, yazı, görsel üzerinden karakterize edilen iletişim teknolojileri, postmodern dönemde bunların hepsinin aynı anda kullanılabileceği dijital bir zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda dinî aydınlanma söylemi üzere yaşayan Nurcu müntesiplerin çağın iletişim tekniğinden etkilenerek *tipografik kuşaktan sonra analog kuşağa* ve son olarak da *dijital kuşağa* evrildiği söylenebilir. Kuşak çatışması yaşayan dindar genç profili için “çevrim içi din” özelliği gösteren dijital cemaatler özgün anlam dünyaları üreten bir alternatif haline gelmiştir. Bu haliyle gösterilen imaj Batılı; retoriği kurulan Müslüman gençlik (M-nesli) ise yerlidir. Belli zevklerin, görüşlerin, alışkanlıkların yönlendirdiği davranış kalıplarına sahiplerdir. Büyük oranda önceki kuşaklardan farklılık ortaya koyan şekilsel özelliklerine rağmen zihinsel kodlarında belirgin bir değişiklik gözlenmemiştir. Yine de dijital çağda Müslüman gençler; büyüklerinin beklentileri doğrultusundaki geleneksel, fedakâr, diğerkâm tipten uzak görünmektedir. Hele ki dinî grup bağlılığını büyükleri gibi deneyimlemek istemedikleri anlaşılmaktadır.

Bireyin toplum içerisinde yaşadığı sosyopsikolojik sorunlara çözüm bulamaması ya da sığınabileceği kurumlara erişememesi durumunda çözüm için var olan dinsel kurumlara yönelmesi kadar olağan bir şey yoktur. Ancak bu kurumların toplum yararına olup olmadıkları, makul sınırlar dahilinde denetlenebilirlikleri konusunda ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Batıda laik devlet yapılanmasına rağmen sosyal hayatın bir gerçeği kabul edilen dinî gruplar, kanuni çerçeveye oturtulmuş ve özerk bir yapı kazanabilmiştir. Türkiye’de ise dinî gruplar hukuken yok sayılmakta, de facto oluşumlar olarak varlık göstermektedir. Böylesi hayalî bir zeminde incelenmesi pek de kolay olmayan dinî yapılar, tevil ve rol üzere birtakım amaçlarını gizlemektedir. Ehliyetsiz ve liyakatsiz kişilerin elinde dinî-ahlaki işlevlerin dışına çıkan gruplar zaman zaman istenmeyen görüntüler arz etmektedir. Dinî yapılara ilişkin seküler kamuoyunda olumsuz kanaatler gelişmektedir. Bunları; dinî duyguları istismar etme, hakikati tekelinde görme, amaçlara giden yolda her yolu mübah bilme, dinî argümanları güç

devşirmek için araçsallaştırma, baskı ve şiddete başvurma, meşru olmayan eğitim metotları ile üyelerin güncel bilgilere ulaşmasını engelleme, kadınlara yönelik ayrımcı ve baskılayıcı bir tutum benimseme vb. şeklinde sıralamak mümkündür. Cemaat müntesipleri sorumluluk şuurunu karıştırarak Allah’a yönelik olması gereken hesap verme duygusunu grup yöneticilerine atfettikleri takdirde ciddi problemler yaşanabilir. 15 Temmuz’da elim sonuçları görüldüğü üzere kendilerini devlet yerine koymaya varana kadar eylemleri terör ve şiddete dönüşme potansiyeli taşımaktadır. Bu durumda tarihî ve kültürel dinamikleri ile yok sayılamayacak dinî yapılar, hukuki mevzuat altına alınarak denetlenebilirliği artırılmalı ve kendi sorumluluk sahalarının dışına çıkmalarına izin verilmemelidir. Böylesi bir gereklilik, dinî oluşumlara yönelik eleştirilerin bilimsel zeminde yapılmasını da son derece önemli hale getirmiştir.

Bilimsel bir yöntemle ve eleştirel bir yaklaşımla ele alınan, bazı yönleriyle dijital cemaat özelliği gösteren Hayalhanem (HH) oluşumu, Türkiye’nin sosyolojisinde kritik bir eşikte durmaktadır. Yukarıda anlatılan toplumsal ve teknolojik zeminden bağımsız düşünülemeyecek bu dinî organizasyonel model, örgütsel değişim ve dönüşümlere örneklik teşkil edecek özellikleri haizdir. Grubun başlangıcı Okuyucu Nurcular adı verilen gruplardan etkilenecek oluşturulmuş Sözler Köşkü derneğinin kopyalanmasına uzanır. Biraz daha geriye gidildiğinde İzmir’de üniversiteli bir arkadaş grubu karşımıza çıkar. Esasen gençlere ilham verenin İstanbul merkezli Nur Mektebi derneği olduğu anlaşılmıştır. İnterneti araçtan çok ortam olarak kullanan, dijital tabanlı yayınlar yaparak kitleye ulaşmaya çalışan bu gruba, çalışmada Dijital Nurcular denmiştir. Sosyal medya ile bir karşılık bulduklarını anlayan yeni oluşumların “gençlik merkezi” olarak gösterdikleri mekânlar temin ederek farklı şehirlerde dernekler açmak suretiyle başlattıkları hareket, internet ortamında kolektiviteye dönüşmeye yüz tutmuştur. Sosyal medyayı aktif kullanan, vizyona çıkmaya hevesli çok sayıda genç bu ilk dijital Nurculara öykünmeye başlamıştır. Birbirlerinden özerk hareket eden ancak aynı metot ve tarzı kullanan bu hareketlenmeye ise çalışmada dijital Nurcu kolektivite denmiştir.

Dijital Nurcu kolektivitinin ayrıntılı olarak incelenen Mersin yapılanmasının gençlik lideri ve ekran yüzü Mehmet Yıldız’dır. Dışarıda kalsa alelade bir dindar öğretmen olacakken girdiği sosyal medya mecrasında kendini gerçekleştiren bir fenomen youtuber’a dönüşmüştür. Takipçileri tarafından dinî bilginin elde edilmesinde merkezi figür olarak görülmektedir. Ekrandaki Mehmet Yıldız, Baudrillard’ın deyiimiyle gerçek değil, gerçeğini de aşan bir “gerçekçi gösterge”dir. Kendini yetiştirdiğini

söylese, ayet ve hadislerle Arapçadan vakıf olmaya çalışsa da ne formel ne de informal bir din eğitimi almamıştır. Buna rağmen takipçilerin gözünde “eşsiz bir din âlimi”dir. O, hem bir homo religious (din insanı) hem de homo economicus (ekonomik insan) özelliği göstermektedir. Zira din hizmetlerinin yürütülmesinde adanmışlık ve eylemselliğin yanında parasal güce yaslanmak gerekliliğinden bahsedilmektedir. Diğer yandan Hayalhanem’de dinî semboller, açıkça iktisadi dinamikleri beslemektedir. Sıklıkla istenen dualar maddi bağışlar şekline dönüştürülemediği takdirde, “bu kutsal hizmetler”in yürütülemeyeceği iddia edilmektedir. Demek ki Hayalhanem gönüllüleri ve takipçileri maddi yardımda bulunmaya -kendi tabirleri- ile “mecbur ve mükellef” olmaktadır. Bu grubun hususi bir e-ticaret sitesi, gelişmiş bir sadaka kutusu toplama sistematiği, kermes ve fuar etkinlikleri vardır. Sembolik etkileşimciliğin tipik bir yansıması olarak Hayalhanem logolu ürünler yalnız kendi sitelerinde değil diğer popüler e-ticaret sitelerinde dahi satılmaktadır.

Dijitalleşme olgusunun kompleks yapısından dolayı Hayalhanem’i üye tabanı yönüyle biri çekirdek grup (Küçük HH); diğeri üye, destekçi ve dijital takipçilerden oluşan dijital cemaat (Büyük HH) şeklinde analiz etmek mecburiyetinde kalınmıştır. Zira biri ekran önünde steril ve göz alıcı, her daim büyüyen bir *marka sunumlu cemaatken* diğeri ekran ardında sık örülü ve otoriter yapısıyla yeni dinî hareket (YDH) tepkileri vermektedir. Nitekim gençler genellikle enerjik, cesur ve bir o kadar da saftırlar. Kiminin duygularını, kiminin macera arayışlarını kiminin de düştükleri bunalım ve yalnızlıkları kullanmak profesyonel kişilerce oldukça kolaydır. Hayalhanem’in de üye kazanma (avlanma) ve ikna (beyin yıkama) metotları modern kült yapıları andırmaktadır. Dışarda dijital cemaati kurarken çekirdek üyeler adeta kendilerini de yeniden kurmaktadır. Oluşumun sosyal medyada tanınan yüzleri, sıkı bir hayat disiplini ile kendilerini vakfetmiş görünmektedir. Bu durumda “Küçük Hayalhanem”e tematik cemaat demek zordur. Zaten Hayalhanem çekirdek grubunun işini özetle “dinî duyguların yönetimi” olarak adlandırmak mümkündür. Buna karşın dış çeperde bulunan fan (hayran) kitle, cemaati yalnız iletişim cihazı ekranından hayal edebildiğinden *dijital medya teması* onlar için ön plana çıkmaktadır. *Büyük Hayalhanem*, bu geniş kitle için dijital medya cemaatine dönüşmüştür, başka bir söyleyişle *hyper-cemaate*. Slaktivizm (gevşek aktivizm) ve sık dokulu örgüt olmak gibi iki uç olgunun aynı noktada var olması, postmodern durumun teknolojik cihazlarla cemaat yapısına etki kapasitesine bağlanabilir. Öyle ki Hayalhanem’de yönetici aklın

ekranda görünenin aksine takipçilerinin dernek binasını yüksek oranda kullanmalarını ve grubun iç faaliyetlerine yoğun katılımını hedeflemediği, sadece dinî sohbetler için bir *istasyon* kurmak istediği anlaşılmaktadır. Zira grubun çizdiği yapısal cemaat profiline göre, yoksul müdavimlere değil emekçi çalışanlara ve zengin bağışçılara ihtiyaç vardır. Daha çok üretim yapabilmek için grup liderleri ve üyeleri meşgul edilmemelidir. Üye sayılarına ilişkin pratik tasnif esas alınacak olursa *Küçük Hayalhanem* bir kült organizasyon gibi işlemektedir. Ancak onu Risale-i Nur cemaatine ve oradan ümmet bilincine bağlayan bir doktrin bulunmaktadır.

Grubun doktrini Nurculuk ekolünden tevarüs edildiği şekliyle “karanlığa (küfre) karşı hakikatin aydınlığı” üzerine kuruludur. Bu sebepten liderleri Said Nursî, kitapları Risale-i Nur’dur. Misyonları “Kuran’ın elmas kılıncı” denen “Nurlarla”, küfür söylemine karşı kutsal mücadele içinde olmaktır. 18. yüzyılda yüz yüze geline Batı modernitesi altında geliştirilen kolonyalizme ve kültürel asimilasyona tepki olarak yükselen, içerisinde Nakşi-Halidiliğinin de olduğu reaksiyoner politik tutum Nurcu söylem içerisine sirayet etmiştir. Bu yönüyle Hayalhanem de ümmetçi ve İslamcı örüntülere rastlanır. Bu söylemin dinin ekonomik modeli çerçevesinde sorgulanmasıyla Hayalhanem’in yansıttığı vizyon boyutunun ardında farklı bir boyutunun daha ortaya çıktığı anlaşılmıştır. HH’nin Risale-i Nur kitapları ile kovmaya çalıştığı karanlığın zengin muhitlerde olduğu ön kabulü tespit edilmiştir. Diğer dinî grupların aksine muhafazakâr semtler değil ısrarla seküler semtlerde varlık kesbedilmeye çalışılmaktadır. Mersin’in Pozcu semtinden başlayan yolculuk, İstanbul’un Beşiktaş ve son olarak gökdelenleri ile ünlü Şişli/Esentepe’ye doğru akmaktadır. Grup yetkililerin ifadelerine göre muhayyel ve müstakbel hedef, söylem açısından sembolik değeri de olan Viyana’dır. Grubun ifade ettiği karanlığın bu yerlerde olup olmadığı ve farklı, özgün, göz alıcı görünmek için bu semtlerin sosyoekonomik kimliğinin gruba yeni bir meşruiyet alanı açıp açmadığı tartışmalı bir durumdur. Bu haliyle Nurculuk ekolünün gençlik vizyonu ciddi bir değişime namzet görünmektedir. Hayalhanem, yapısal açıdan alternatif toplum oluşumu değildir; daha çok topluma alternatif olmaya yakın görünmektedir. En başta “beyaz Türkler”e yaklaşılmaya çalışmakla otantik cemaatlere alternatif oluşturma özelliklerini kaybetmektedir.

Araştırma, netnografik gözlemlerde dikkat çeken Hayalhanem’in mimesislerini (kopyalarını) de içerecek şekilde spesifik bir oluşumdan bir kolektiviteye genişlemek durumunda kalmıştır. Dijital Nurcu kolektivitinin sosyal medya hesaplarında sezilen

ama açıkça anlaşılamayan bir ortaklaşmaya ekran ardında rastlanmıştır. Yeni bir şehirde kurulacak yeni bir Nurcu dernek, yetişmiş eleman ve yönetsel bilgi (know-how) yönüyle desteklenmektedir. Varlığını dijitale borçlu olan bu kolektif oluşumlar, renk ve kabuk değişirse de aynı söylemi dillendirmekte ve aynı hedefi gütmektedir. Bu oluşumlar Kayseri, Adana, Ankara, Bursa, Eskişehir ve İstanbul'da yerinde gözlemlenmiştir. Açık ve net bir organizasyonel birlikteliğe rastlanmamıştır, ancak kullanılan jargon, donanım, teçhizat ve faaliyet çeşitliliği ile birbirini ayna gibi mimetik kopyalayan -zincir marketmişçesine- bir silsile yakalanmıştır. İşaretler bizi, bu oluşumların gençlik liderlerinin tanış oldukları ve perde arkasında görüştükleri sonucuna götürmektedir. Muhtemeldir ki birisinin faaliyetleri sekteye uğradığında diğerleri yola devam edebilsin diye planlanmış bir kolektivite söz konusudur. Kolektivitenin haklarında birçok şüphe ve iddia üretilmesine yol açan bu kapalı özelliği araştırmanın kapsamı dışında kalmıştır.

Nurculuk endeksli bu yeni hareketin bir merkezinin olup olmadığı tartışması aynı zamanda ortak bir dinî otoritenin var olup olmadığı sorusunu akla getirmektedir. Başlatıcısı görünmekle beraber Uğur Akkafa, bu silsilenin ne sorumluluk ne de eylemsellik anlamında lideri gibi görünmemektedir. Her yeni Nurcu oluşum kendi küçük otoritelerini çıkarmakla beraber dijital Nurcuların dinî bakımdan tam bir donanıma sahip olduğunu söylemek de zordur. Uluslararası ilişkiler, İngiliz dili, matematik, fizyoterapi, mühendislik gibi (çoğunlukla sayısal) bölümler okumuş olmakla beraber youtuber fenomeni olmuşlar, iyi bir aktarımla ve başka dinî otoritelere referansla değerlendirmeler yapar duruma gelmişlerdir. Referans verilen otoritelerin dijital medyayı kullanan İslami hareketin Nurettin Yıldız, M. Emin Yıldırım, İhsan Şenocak gibi popüler kişilerinden oluştuğu söylenebilir. Kendi tarzlarına uygun olarak kendi varlıklarına eleştirel yaklaşmayan popüler bireylerin otoritesi tanınmaktadır. Tanınan otoriteler arasında Bitlis'teki "seydalar"dan futbolculara, emekli özel harekâtçılardan pop şarkıcılarına, yazarlardan DJ'lere varıncaya kadar popüler olan her karakter vardır. Aynı zamanda görülüyor ki piyasanın nabzını tutan dijital Nurcular kimi ekrana çıkartırlarsa onu retoriksel anlamda İslamileştirmektedir.

Dijital aktivizmin en önemsenen niteliğinin takipçi kitlesi ile etkileşimde saklı olduğu ve bunun için özel bir strateji yürüten Hayalhanem oluşumunun kitlenin nabzını tutarak ve onların görmek istediklerini göstermek suretiyle popülerliği ve algoritmik otoriteyi elde ettiği söylenebilir. "Kalabalıkların, yığınların beğenisine uygun" demek

olan popülerlik için öncelikle göze hitap edilmelidir. Sohbet kayıtları dahil üretilen materyallerde bunun için sıklıkla illüstrasyon teknikleri kullanılmaktadır. Ayrıca ihtiyaç duyulduğunda videoların prodüksiyon aşamasında ya da herhangi bir organizasyon işinde profesyonel destek alma eğilimi de tespit edilmiştir. Ayrıca kişisel bağlantılar kullanılarak bazen maliyetinin altına gelecek şekilde grup sempatizanı profesyonellerden hizmet satın alınabilmektedir. Ayrıca grup, tanınmış firmaların reklamları için dijital üretim yapan tasarım ofisleri ile çalışmakta olduğu izlenimi vermektedir.

Çalışmadan elde edilen temel tez, dini gruplar için dijitalleşmenin piyasalaşmaya yol açtığıdır. Ayrıca ekonomik temel her zamankinden daha fazla önemsenir duruma gelmiştir. Şöyle ki; öncelikle dijital teknoloji, dinî grubun müntesiplere ulaşmadaki külfet ve organizasyon yüklerinin birçoğunu ortadan kaldırmaktadır. Zira analog cihazlarla kurulan medyaya sahip olmak ve işletmek ciddi bir ön hazırlık ve sermaye gerektirirken dijital medyada din tebliği, başlangıç açısından çok daha kolay ve ucuzdur. Buna karşın elde edilen maddi-manevi kazanç ve statüsel getiri nispeten yüksektir. Ekonomik mantaliteye uygun olarak azalan maliyetlerden arta kalan para, teçhizat ve donanımın finansmanına aktarılmaktadır. Yüksek kalitede teknolojik cihazlar ise grup için bağış miktarını artıracak yüksek kalitede prodüksiyon anlamına gelecektir. Bir başka deyişle teknolojiye yapılan yatırım görünürlüğü artırarak bağışların da artmasını sağlayacaktır. Kaynağın verimli kullanımına ters gibi görünen ve lüks diye eleştirilen yatırımların (pahalı davetlerin, pahalı araçların) takipçi ve destekçiye dönüşmesinden dolayı aksine örgütsel verimliliği artırdığı söylenebilir. Gerçekten de dijital Nurcuların faaliyetleri sağlam bir ekonomik alt yapı kurulmadan gerçekleştirilemez. Dezavantajlı, kamusal hayatın zenginliklerinden ötelenmiş toplulukların gerçekleştirebileceği bir dinî arz burada söz konusu değildir. Geleneksel İslami grupların retoriğinde sıkça kullanılan aza kanaat, hakça bölüşüm, züht ve takva gibi sade bir hayat sürmeyi gerektiren cemaatçilik yerine; tüketimin, birikimin, sermayenin, girişimciliğin olduğu burjuva eğilimli bir örgütlenme tarzı öne çıkmaktadır. Bu tarz bir İslami varoluşta asgarî düzeyde devlet, azamî düzeyde piyasa mantığı işlemektedir. Hayalhanem’deilmek ilmek örülen bu yapı bir kulüpten ziyade bir firma gibi işletilmektedir.

Dijital Nurcu youtuber'lar da dinin dijital sunumundaki seçici hassasiyetleri ile ekranda ilgiyi toplamayı başarırken ciddi bir rekabetin kapısını aralarlar. Yeni Nurcu oluşumların piyasaya girişlerinden sonra *kitle tutma çabaları*, dinî pazarda yıpratıcı bir rekabete hatta çatışmaya yol açmış görünmektedir. Nurculuk ekolü içerisinde “Meşveret”le, İslami kolektivite içerisinde “İsmailağa” ile ve din dışı gruplardan Evrim Ağacı ile görüş ayrılığı yaşadıkları gizli değildir. Ancak çalışmada öngörülemeyen ilginç bir tespit ise bu farklı gruplarla çatışmanın yoğunluğunun kendilerine doktriner anlamda uzak olandan yakına geldikçe artmakta oluşudur. Dijital yarışta en büyük kriterlerden biri algoritmik otoriteye zemin hazırlayan Youtube abone sayılarıdır. Sosyal medya platformlarındaki “matta etkisi” ya da ivmelenme, “çoğa daha çok, aza daha az” görünme fırsatı vermektedir. Dindar kitlenin ilgisinin en çok sosyal medya kanallarından çekilebileceği düşüncesi, özellikle dijital kuşak söz konusu olduğunda bir realitedir. Bu durum, özellikle eşik bekçiliği yapan dinî grupların otoritesinde yakın gelecekte bir değişim olacağına işaret etmektedir.

Gençliğin üretmekten daha çok tüketme eğiliminde olduğu bir düzlemde dijital Nurcular, hayatları değiştireceği düşünülen bu tüketim fetişinden fırsat devşirerek oportünist bir dinî hizmet sunmaktadır. Ürünün kullanışlılığı kadar ve belki de daha fazla; tüketilen metanın popülerliği ve atfedilen anlamı üzerine kurulan organizasyonel yapı, bireyin kognitif anlam dünyasını manipüle etmektedir. Din ve dinî göstergelerin dramatik tarzda sunumu ve popüler tüketimi dinin bir anlamda işlev kaybettiğini de göstermektedir. Dinin kapitalist tüketime karşı koyabilecek yegane araç olarak sunulmasının geçersizliği ortaya çıkmaktadır. Dinî gruplar dijitalleştikçe piyasalaşmanın esiri olmaktadır. Çünkü dinin dijitalleşmeyle şov malzemesine indirgenmesi metalaşmayı kolaylaştırmaktadır. Bu “ava giderken avlanmaktır”. Öyle ki böylesi bir piyasadan dinin bir başka düşünce sistemiyle de ikame edilebileceği sonucu çıkar. Bu nedenle takipçi kitlenin tercihleri ile üretilen popüler içeriklerin ve dinî kurumun örgütsel yapısının dışarıklı şekillenmesi, otantik söylem için de çelişki doğurmaktadır. *Söylemden kadrja indirgenen* ve salt imajinasyon ile savunulma durumunda kalan din, içeriğin biçime feda edildiği dindir. Medyatik dinin gerçek din sayılamayacağının, gerçeğin ustalıklı bir taklidi olduğunun altı çizilmelidir. Çalışmada medyanın dinî göstereni yutması, bir nevi içe çökmesi durumu Hayalhanem ile test edilmiştir. Birçok dijital takipçi için ortada “gerçekten daha gerçek” algılanan postmodern bir din durumu ortaya çıkmıştır. Çünkü görünmek ve göstermek içgüdüğü ile hareket eden gençler,

dijital göçmenlerin tersine suhuletle dijital teknolojiye ve sosyal medyaya boyun eğmektedir. İlkokul çocuklarının bile eğlence amaçlı TikTok videosu çektikleri, mahalle bakkalından aldıkları ürünleri annelerinin telefonlarının kamerasına tanıtıp videolarını Youtube'a yükledikleri bir vasat ile karşı karşıya olunduğu bilinmelidir. Akıllı teknolojiler her ne kadar insan ihtiyaçlarına göre şekil kazandığı söylene de bir zaman sonra yeni geliştirilen programlarla insan zihnini duyusal anlamda manipüle etmeye başlamıştır. Popüler bir araç olan internet de her yönüyle insan zihninin bir uzantısıdır ve bugün aynı zamanda zihniyete hitap etmektedir. Bu vasatta dini yaşayanların değil menkıbe anlatıcılarının, gösterenin değil mitsel göstergenin elbette kendine ait bir gündemi olacaktır. Bu sanal gündem pek çok genç kullanıcı için sahici gündemleri geride bırakmıştır.

Koşturmacayla geçen renksiz ve neşesiz bir kent hayatında dinî youtuber'ların yükselişini anlamak zor değildir. İstanbul gibi bir metropol örneğinde yoğun tempo ile çalışılmış bir günün akşamında, insanların kendilerine ayırabilecekleri kısa bir zaman diliminde eline en yakın medya aracılığıyla bir dinî sohbet dinlemesi ve hayatın denkleştirici gücünü ruhunda hissetmesi, hele ki köklerinde dindarlık olanlar için bir tercihten öte ihtiyaç mesabesindedir. Videoların perde arkasındaki grup samimiyeti ve sahiciliği pragmatist kullanıcıları çok da ilgilendirmemektedir. Bu ekrana indirgenmiş din kolaycılığı, yeni tarz bir piyasanın habercisidir. “Psikoloğa gitme bizi takip et” “Hocaya gerek yok biz eğitelim” “Bir cemaate katılman lazım değil, bizi desteklemen yeter” anlamına gelecek teklifler, her türden probleme çare arayan modern insan için hele ki Türkiye konjonktüründe kestirme ve maliyetsiz bir din yolu sunmaktadır. Bu paradoksal durum *kelimenin gerçek anlamıyla*, sekülerliktir. Öyle ki her şey, milyonlarca insanın zaten takip ettiği o ekranda *o kısa an* içerisinde *orada* olup bitmektedir. İşte söylem, o kısa ana sıkışmış vaziyettedir. Cemaatin içinde değil ama cemaatle beraber olmak, dinî slaktivizm sayesinde artık mümkündür.

Dijital Nurcuların kısa anlardan örülü ve brikolaj din arayışından kaynaklı dip dalgayı keşfetmiş olması, kendilerinin de dijital yerli metropol genci olmalarındandır. Yine de bir doktrin kuracak donanım ve yeğin bir kültürel sermayeye sahip olmadıklarından toplumsal meşruiyet için geleneği tevarüs etme ihtiyacı içerisindeyler. İşte söylemin kendini modern kent içinde yeniden ürettiği *iğne ipliğinde* bağlantı noktası burasıdır. Öyle ki Dijital Nurculardan dijitalliğe yaslanan özellikleri çıkarılıp alınsa geride eskiye göre bir fark ve iddia kalmayacaktır. Burada

özgür ya da özerk form içinde olmak bir anlam ifade etmez, zira söylem eskidir. Ancak postmodern kavrayış, söylemi kısa anlara sığdırılacak minyatür formlara dönüştürmektedir. Kadraj ucundaki genç youtuber'lar, metropolün ölçütlerine ayak uydurmakla beraber modern görüntüleri altında dillerindeki dinî jargonla ayrık durmakta ve her hâlükârda dikkat çekmeyi başarmaktadır. Kalabalıklar içine karıştıklarında dinî tevazu söyleminin tersine popüler bir ikon gibi muamele görmek üzere birtakım tedbirler uygulamaları da bu aykırılığı beslemekte ve diğer dinî gruplarla aralarında bir kontrast uyandırmaktadır. Böylelikle daha fazla dikkat çekmektedirler.

Yeni Nurcu oluşumların klasik sekülerleşmeye aykırı gelebilecek bir diğer yanı, dinî bir örgütlenme olarak muhafazakâr yönelimli şehirlerde değil kozmopolit büyük kentlerde tutunabilmesidir. İzmir, İstanbul, Mersin gibi kentlerin seküler karakterinin altını yeniden çizmekte fayda vardır. Dinî otorite sayılan “şeyhlerin, seydaların” sosyal kontrolü ve mesafeleri belirlediği bir Doğu Anadolu yerleşim çevresi, geleneğe koşut oluşumların ortaya çıkması için fazladan zor bir yer olmalıdır. Postsekülerliğe davetiye çıkaran “şehir karanlığının din ışığını çekeceğine” dair tebliğci söylem, dijital Nurcu kolektivizmi özellikle büyük metropollere yönlendiriyor olmalıdır. Talebin bu kentlere özgü anlam krizi yaşayan gençlerden geldiği düşünülecek olursa piyasanın da buralarda oluşması gayet doğaldır. Aslında kaynakların istenildiği gibi harekete geçirilmesinin ve ekonomik imkânların elde edilmesinin bu kentlerde daha kolay işlediği anlaşılmaktadır. Sosyal medya paylaşımlarının altında tekraren rastlanılan "Bir sorum var, yardımcı olabilir misiniz?" "Konuşabileceğim müsait biri var mı?" şeklindeki talepler dijital alanda karşılanmakta, bunun için özel ekipler ihdas edilmektedir. Buradan “MDR-manevi danışmanlık” ya da “televaizlik” denebilecek bir sektör doğmaktadır. Dijital Nurcular tarafından sıklıkla “hayatları değişen yüz binler” retoriği kullanıldığına göre bu sihirli “değişim” sözcüğü, hatta değişimin ihtimali bile manevi bir ürün (meta) olarak muhatapta alıcı bulduğu söylenebilir. Uygulanan cemaat danışmanlığı hizmeti ile psikologlarla muhteva açısından olmasa da şekilsel yönden benzer iş yaptıkları düşünülebilir. Nitekim “psikologların çare olamadığı gönüllere uzanmak” tabiri sıklıkla kullanılmaktadır. Yine aile, öğretmen ve din görevlilerinin birtakım fonksiyonlarını da *dijital mürebbiyelik* şeklinde üstlenmek istedikleri iddia edilebilir.

Dinî grupların medya araçları ile ağ toplumuna katılmaları -bir Truva atı gibi algılanmaları mümkün olsa da- Türkiye’de dindarların git gide sekülerleştiklerine işaret eder, ki buna dair çok sayıda veri vardır. Her şeyden önce eylem-söylem realitesi

söylem lehine ayrılmış gözükmetedir. Hayalhanem odağa alınırsa *hayal* (internet) esas, *mekân/hane* tali hale gelmiştir. Diğer yandan modern araçların İslamileştirilmek istenmesi, tekniğe yüzeysel de olsa tutunabilmeleri, söylemlerine yeni bir form kazandırmıştır. Ancak söylemin özünde bir değişim oluşmamış, grup bu yönüyle geleneksel Nurculardan bir fark ortaya koyamamış, üstelik söylem araçsallaştırılmıştır. Buna vakıf olanlar ise bu gruplarda tutunamamıştır. Aslında İslami kolektivite, dijital cemaatler eliyle hayatini sürdürürebilmek için kendisine yeni kanallar açmakta ve yeni bağlamlar üretmektedir. Yayın imkânlarının kısıtlı olduğu dönemlere göre kitleye ulaşma stratejilerinde bugün daha yaygın ve etkili hale gelmiştir. İnternet, sırf dinî gruplarca arkabahçe gibi algılanmaktadır. Bu da klasik sekülerleşmenin temel tezi olan modernite ile beraber dinî aidiyet ve görünümünün de azalacağı hatta yok olacağı fikrini yadsımaktadır. Özellikle Nurcu ekol için dijital medya bu anlamda fethedilecek kale gibi görünmektedir. Bu vasat, eklektik yaklaşımda olduğu gibi hem dindarlaşmayı hem de sekülerleşmeyi yan yana ele almayı gerektirecektir.

Çalışmada eksik kalan ve başka araştırmacılarca desteklenmesi gereken yönler de bulunmaktadır. Diğer şehirlerdeki dijital Nurcu oluşumların da detaylı çalışılma ihtiyacı bunlardan biridir. O zaman bu çalışmanın iddiaları tam olarak sınanmış olacaktır. Diğer yandan gruptan ayrılma fenomeninin ve yeni Nurcu oluşumlara dair şüphe ve iddiaların ayrıca çalışılması gerekmektedir. Ayrıca bulgularda tespit edilen MDR-manevi danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin diğer dini gruplar için de tartışılması gerekecektir. Belki de bu konu özel bir teşebbüs olarak yasal bir mevzuata dahi oturtulabilir. Çalışmada elde edilen bir diğer ilginç veri olan, cemaat dindarlığına has “erkeklerin Mars’tan, kadınların Venüs’ten olduğu” metaforu ile özetlenebilecek yapısal oluşum, özel olarak çalışmayı hak etmektedir. Zira burada bedenler üzerinde oluşan ataerki söyleminin ne denli güçlü olduğu tespit edilmiştir.

Her ne kadar saha verilerine yaslanılmak istenirse de nitel çalışmanın sonuçları; araştırmacısının bilgi, birikim ve varlık ideallerinden azade olamayacağı akılda tutularak okunmalıdır. Araştırmacının belli izinler dahilinde girilen bu özgül dünyada bazı durumlarda meraklı ve istenmeyen bir misafir olarak görülmesinden dolayı Hayalhanem grubunun tüm kılcal damarlarına birinci elden vâkıf olunduğunun iddia edilmesi mümkün değildir. Her ne kadar grup yetkililerine bilimsel etik çerçevesinde öz-tanımlama fırsatı verilmiş olsa da grubun şüpheli, spektaküler, kapanmacı yapısından dolayı araştırmanın grupla ilintili kesimlere doğru genişlemesi olağan ve

kaçınılmaz olmuştur. Bu sebepten bir zamanlar görevli olarak grup içinde bulunmuş ve hayal kırıklıkları ile ayrılmış katılımcıların verdiği bilgiler kritik derecede önemli hale gelmiştir. Ancak onların da oluşumu kendi açılarından değerlendirdikleri nazarıdikkate alınmalıdır. Son tahlilde Hayalhanem oluşumu, farklı boyutlarıyla ve nitel analizin elverdiği ölçüde objektiflik hassasiyetini elden bırakmadan çalışılmıştır.



KAYNAKÇA

- Akkafa, U. (2015, Temmuz 18). *Genç kızlarımızın İslamı öğreneceğim derken, anlatılana değil de anlatana duydukları hayranlık ve twetler iğrenç bir noktaya doğru gitmekte* [Tweet]. Twitter.
<https://twitter.com/UgurAkkafa/status/622170208950730752>
- Akkurt, C. (2020, Temmuz 30). *H. Caner Akkurt | Z Kuşağını nasıl bilirsiniz? (3)*. Independent Türkçe.
<https://www.indyturk.com/node/219661/t%C3%BCrkiyeden-sesler/z-ku%C5%9Fa%C4%9F%C4%B1n%C4%B1-nas%C4%B1l-bilirsiniz-3>
- Aktay, Y. (2015). *Postmodern Kavşakta Din ve Sivil Toplum* (1. baskı). Tezkire.
- Altun, F. (2006). *M. McLuhan ve J. Baudrillard'ın Medya Kuramlarının Karşılaştırmalı Çözümlemesi*. İstanbul Üniversitesi.
- Anka Haber. (2018, Temmuz 14). *CHP'den MEB bakanı Selçuk'a Hayalhanem sorusu* [Haber]. Anka Haber. <https://www.ankahaber.com.tr/politika/chpden-meb-bakani-selcuka-hayalhanem-sorusu-h44487.html>
- Arıkan, A. (2020). *McLuhan'ın Kehaneti*. Urzeni Yayınevi.
- Armaner, N. (1964) *İslam Dininden Ayrılan Cerayanlar: Nurculuk*. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları
- Arslan, H. (2012). *Dini Gruplar ve Siyaset: Yeni Asya*. Ankara Okulu Yayınları.
- Arslan, M. (2015). Postmodern Yeni Dinsel Kimlik ve Paranormal İnançlar. *Milel ve Nihal*, 12(2), Art. 2. <https://doi.org/10.17131/milelnihal.88195>
- Arslan, M. (2016). Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), Art. 1.
- Atacan, F. (1990). *Sosyal Değişme ve Tarikat*. Hil Yayınları.
- Ataman, K. (2008). *Understanding Other Religions: Al-Biruni's and Gadamer's "fusion of Horizons"*. CRVP.
- Atay, T. (2004). *Din Hayattan Çıkar: Antropolojik Denemeler*. İletişim Yayınları.
- Atay, T. (2011). *Batı'da Bir Nakşi Cemaati: Şeyh Nazım Kırısı Örneği*. Berfin Yayınları.
- Atay, T. (2017). *Görünüyorum O Halde Varım: "Meşhuriyet Çağı"nda Kültür ve İnsan*. Can Yayınları.

- Ayas, M. R. (1991). *Türkiye’de İlk Tarikat Zümreleşmeleri Üzerine, Din Sosyolojisi Açısından Bir Araştırma*. Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Aydemir, A. (2020). *Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya*. Kriter Yayınevi.
- Aydoğmuş, G. (2008). *Harput Kültüründe Din Alimleri*. Manas Yayıncılık.
- Azak, U. (2019). *Türkiye’de Laiklik ve İslam: Islam and Secularism in Turkey* (A. Alkan, Çev.). İletişim Yayınları.
- Barlı, Ö. (2010). *Davranış Bilimleri ve Örgütlerde Davranış*. Aktif Yayınevi.
- Barojan, D. (2018, Ekim 9). *#TrollTracker: Bots, Botnets, and Trolls*. Medium. <https://medium.com/dfrlab/trolltracker-bots-botnets-and-trolls-31d2bdbf4c13>
- Baudrillard, J. (2010). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Doğu-Batı.
- Bauer, T. (2021). *Müphemlik Kültürü ve İslam, Farklı Bir İslam Tarihi Okuması* (T. Bora, Çev.). İletişim Yayınları.
- Bauman, Z. (2016). *Cemaatler: Güvenli Olmayan Bir Dünyada Güvenlik Arayışı* (N. Soysal, Çev.). Say Yayınları.
- Berger, P. L. (2015). *Kutsal Şemsiye: Dinin Sosyolojik Teorisinin Ana Unsurları* (A. Coşkun, Çev.; 5. baskı). Rağbet Yayınları.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2016). *Modernite, Çoğulculuk ve Anlam Krizi: Modern İnsanın Yönelimi* (M. D. Dereli, Çev.; 2. baskı). Heretik Yayınları.
- Bilgin, V. (2014). Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü. İçinde A. Özbolat & M. A. Kirman (Ed.), *Kültür ve Din*. Karahan Kitabevi.
- Bilgin, V. (2020). *Adım Müslüman*. Beyan Yayınları.
- Bilgin, V. (2021). *Din ve Toplum—Din Sosyolojisine Giriş*. Beyan Yayınları.
- Bilgin, V., & Yakışır, G. (2019). Dini Gruplar, Medya ve Propaganda: Türkiye’deki Dört Dini Grup Üzerine Göstergebilimsel Bir Çözümleme. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2), Art. 2.
- Bilmen, Ö. N. (2015). *Büyük İslam İlmihali*. Nuh Yayıncılık.
- Blanchot, M. (1997). *İtiraf Edilemeyen Cemaat* (I. Ergüden, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bodur, H. E. (2021). *Hız. Peygamber Döneminin Sosyo-Ekonomik Yapısı*. Karahan Kitabevi.

- Bozkurt, V. (2001). “Yıkıcı Gemeinschaft”Tan “Öteki”Siz Postmodern Kabilelere: Sanal Cemaatler. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 3(1), Art. 1.
- Brodei, R. (2014). *Akıl Virüsü*. Pegasus Yayınları.
- Büyükkara, M. A. (2007). Dinî Grup Yapılarında Dine İlişkin Muhtemel Anlama ve Temsil Sorunları. *Usul İslam Araştırmaları*, 7(7), Art. 7.
- Campbell, H. (2015). *Digital Judaism: Jewish negotiations with digital media and culture*. Routledge.
- Campbell, H. (2020). *Digital Creatives and The Rethinking of Religious Authority*. Routledge.
- Cevizoğlu, H. (1998). *Nurculuk*. Beyaz Yayınları.
- Coulon, A. (2015). *Etnometodoloji* (Ü. Tatlıcan, Çev.). Küre Yayınları.
- Çakır, R. (1990). *Ayet ve Slogan: Türkiye’de İslami Oluşumlar*. Metis Yayıncılık.
- Çamdereli, M., Doğan, B. O., & Şener, N. K. (Ed.). (2015). *Dijitalleşen Din Medya ve Din 2*. Köprü Yayınları.
- Çamlıca, S. (2018, Kasım 10). Yeni Yetme Nurcu Gruplar.... *Sait Çamlıca*. <https://www.saitcamlica.com/yeni-yetme-nurcu-gruplar/>
- Çancı, H. (1998). *İslam Siyasal Düşüncesi Çerçevesinde Bir Siyasal İdeoloji Olarak Milliyetçilik ve Said Nursi* [Doktora]. İstanbul Üniversitesi.
- Çelik, C. (2017). Örgütlü Dinî Gruplarda Hegemonik Dönüşüm Nurculuktan Post-Nurculuğa, Cemaatten Örgüte Gülenist Yapının Sosyolojik Kodları. *İnsan & Toplum Dergisi (The Journal of Human & Society)*, 7. <https://doi.org/10.12658/human.society.7.13.M0203>
- Çetin, U. (2022). Dijitalin Dönüştürdükleri: Analogdan Dijital Fotoğrafa Süreklilik ve Kopuş. *Moment Dergi*, 9(1), Art. 1. <https://doi.org/10.17572/mj2022.1.215234>
- Çiftci, O., Erdem, R., & Çiftçi, D. (2017). İletişim Teknolojileri ile Değişen İletişim Biçimleri: Sanal Topluluklar. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 7(2), Art. 2.
- Çınaraltı. (2017, Ağustos 28). *Eşlerinle nasıl tanıştınız?* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/gZKAyqANMFA>
- Çınaraltı. (2021, Kasım 23). *Fatih Yağcı’ya terleten sorular sorduk! İnternet geçmişini siliyor musun?* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/EFPpfCf44wM>

- Darı, A. B., & Yalçın, D. (2020). *Sosyal Medyada Gözetim* (G. D. Türk & Ş. Özdemir, Ed.). Nobel Akademik yayıncılık.
- Darıcı, E. (2021, Ağustos 9). *Çözümeyen Kuşak Denklemi: $X \neq Y \neq Z$* [Text]. Gzt; Gzt. <https://www.gzt.com/nihayet/cozulemeyen-kusak-denklemi-xyz-3567159>
- Dawkins, R. (2007). *Gen Bencildir*. Tübitak Yayınları.
- Debord, G. (2021). *Gösteri Toplumu* (A. Ekmekçi & O. Taşkent, Çev.; 12. baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Demir, H. (2022, Ocak 31). Cemaatler Konusunda Ezberlerinizden Kurtulabilir misiniz? *Fikir Turu*. <https://fikirturu.com/insan/cemaatler-konusunda-ezberlerinizden-kurtulabilir-misiniz/>
- Demirezen, İ. (2010). Tüketim Toplumu'nun Oluşumu ve Din İle Etkileşimi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10(1), Art. 1.
- Dereli, M. D. (2020). *Sanala Veda, Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık* (1.baskı). Nobel Akademik yayıncılık.
- Digital Mimbar. (2009, Mayıs 22). *Muslim who turned to be atheist and back to Islam*. [Video]. YouTube. <https://youtu.be/FD8AWqMUv18>
- DigitalAge. (2017, Kasım 3). *Z kuşağı araştırması: En fazla YouTube'da zaman geçiriyor, oyun konuşuyorlar* [Güncel Bilgi]. [digitalage.com.tr. https://digitalage.com.tr/z-kusagi-arastirmasi-en-fazla-youtubeda-zaman-geciriyor-oyun-konusuyorlar/](https://digitalage.com.tr/z-kusagi-arastirmasi-en-fazla-youtubeda-zaman-geciriyor-oyun-konusuyorlar/)
- Diyanet İşleri Başkanlığı. (2017). *Kendi Dilinden FETÖ, Örgütlü Din İstismarı* [Güvenlik]. Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Dobbelaere, K. (2018). Sekülerleşme Kavramı: Bütüncül Bir Perspektife Doğru / Towards an Integrated Perspective of the Processes Related to the Descriptive Concept of Secularization (C. Özel, Çev.). *Journal of Islamic Research*, 29 (3), 667-682.
- Duran, M. (2020, Eylül 5). Bu Sapık Kimin Adamı. *Yeni Şafak Gazetesi*, 9.
- Durkheim, E. (2011). *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*. Eski Yeni Yayınları.
- Düzcan, Ş. (2020). *Popüler Kültür Bağlamında Sosyal Medya ve Din: Sözler Köşkü Örneği* [Yüksek Lisans]. Marmara Üniversitesi.
- Efe, A. (2017). Kolektif Dindarlık Türü Olarak tarikat-Cemaat Dindarlığı. *İslami Araştırmalar*, 28(3), 290-301.

- Eken, M. (2021). *Çevrim İçi Dindarlık, M Neslinin İnanç Pratikleri*. Nobel Akademik yayıncılık.
- Ekşi Sözlük. (t.y.). *Hayalhanem* [Blog]. eksisozluk.com. Geliş tarihi 10 Eylül 2022, gönderen <https://eksisozluk.com/hayalhanem--4698351>
- Ekşi Sözlük. (2022, Nisan 22). *Antalya kitap fuarında imza günü düzenleyen mehmet yıldıza'a, babası hatta dedesi yaşındaki adamın bir kaç kere "emret, ayaklarının altını öpeyim"* [Sosyal Medya İletisi]. eksisozluk.com. <https://eksisozluk.com/hayalhanem--4698351>
- Ercan, S. (2019). *Dijitalizm: Sosyal Medya ve Dijital Dönüşümle Dünya Nereye Gidiyor?* Motto Yayınları.
- Erkilet, A. (2017). *Orta Dogu'da Modernleşme ve İslami Hareketler*. Büyüyenay Yayınları.
- Ertaş, F. (2012). *Said Nursi'nin Eserlerinde Din ve Etnisite Sorunu* [Yüksek Lisans]. İstanbul Üniversitesi.
- Ertit, V. (2019). *Sekülerleşme Teorisi; Sekülerleşen Türkiye'nin Analizi*. Liberte Yayınları.
- Foucault, M. (2017). *Hapishanenin Doğuşu: Gözetim Altında Tutmak ve Cezalandırmak*. İmge Kitabevi.
- Foucault, M. (2021a). *Özne ve İktidar* (I. Ergüden & O. Akınhay, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2021b). *Söylem ve Hakikat*. Ayrıntı Yayınları.
- Furat, A. Z. (2015). Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından İmkân mı, Tehdit mi? İçinde M. Çamdereli (Ed.), *Dijitalleşen Din, Medya ve Din 2*. Köprü Yayınları.
- Gellner, E. (2017). *Müslüman Toplum*. Kabalcı Yayınevi.
- Geertz, C. (2010) *Kültürlerin Yorumlanması* (H. Gür, Çev.) Dost Kitabevi Yayınları.
- Girard, R. (2010). *Kültürün Kökenleri* (A. Er & M. Yaman, Çev.). Dost Kitabevi Yayınları.
- Göle, N. (2002). Snapshots of Islamic Modernities. İçinde S. N. Eisenstadt (Ed.), *Multiple modernities*. Transaction Publishers.
- Güçlü, N., & Gülbahar, B. (2010). Türk Eğitim Sisteminde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanması. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13, Art. 13.

- Günay, Ü. (1982). Din ve Toplumsal Farklılaşma. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5, Art. 5.
- Gündüz, M. (2010). Sosyal Yaşam ve Entropi Yasası: Dünyanın Sonuna mı Yaklaştık? *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), Art. 1.
- Günerigök, M. (2019). Cemaat Sosyolojisi: Bir Kavramın Tarihsel Serüveni. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(5), Art. 5. <https://doi.org/10.18506/anemon.533994>
- Haberli, M. (2014). *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*. Açılım Kitap.
- Habermas, J. (2008, Haziran 18). *Notes on a post-secular society*. signandsight. <http://www.signandsight.com/features/1714.html>
- Hayalhanem. (2013, Mayıs 29). *Allah Kâinatı Yarattıysa, Allah'ı Kim Yarattı? | Mehmet Yıldız* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Xp18cH9BA5o>
- Hayalhanem. (2014, Mart 3). *Hayalhanem'e gelen yüzlerce sorulardan en yoğun şekilde sorulan; "Kimlerdensiniz?" "Hangi cemaate bağlısınız?" "Filanca dernekler ile ilişkiniz var mı?" tarzında sorular* [Sosyal Medya İletisi]. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=254295634752674&set=a.160519124130326.1073741828.158890970959808>
- Hayalhanem. (2016a, Ocak 29). *Bu duayı eden ne isterse elde eder—Hz. Yunus (as)* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/dLNgvFZ1pQs>
- Hayalhanem. (2016b, Mart 14). *Murat Kekilli Hayalhanem'de* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/XWVHioS31Tc>
- Hayalhanem. (2016c, Nisan 4). *Ünlü sunucu Serdar Tuncer Hayalhanem hakkında ne dedi?* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/PUBKKrKMAcw>
- Hayalhanem. (2017a, Ağustos 19). *Sizce erkeğe huri verilen Cennet'te kadın ne alabilir? | Mehmet Yıldız* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/kGvIw2CzSW8>
- Hayalhanem. (2017b, Kasım 24). *Hayatını değiştirecek Motivasyon konuşması | Mehmet Yıldız, Adem Özköse* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/iURsVipSI84>
- Hayalhanem. (2018a, Şubat 16). *Hayalhanem'den kovuldum! - Sinan Çetin* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/BCKKYvpcHt8>
- Hayalhanem. (2018b, Mayıs 12). *Neye üzülüyorsunuz arkadaş siz? - (Efekt içerir) | Mehmet Yıldız* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/anVg2GN31fg>

- Hayalhanem. (2018c, Ağustos 27). *Survivor parodi—Oyunların ilginç perde arkası* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/BXn6lBe9Qjw>
- Hayalhanem. (2018d, Ekim 19). *Buraya kadarmış kapatıyoruz—Yüreğin buna bayanmaz sen git magazin izle! Hayalhanem 4 katlı—YouTube* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/-P-BidbrYmM>
- Hayalhanem. (2019a, Mart 27). *Kudüs,kalbimizi titreten bir haykırıştır." Kudüs'lü şafaklara uyanıp Mescid-i Aksa'da bir Cuma Namazı için 20-23 Haziran Kudüs'e Ziyaret'e* [Sosyal Medya İletisi]. Facebook. <https://www.facebook.com/hayalhanemmersin/posts/1188039911378237/>
- Hayalhanem. (2019b, Temmuz 26). *Soğuk savaş—Gülersen kaybedersin #5* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/0UVvkeCY70g>
- Hayalhanem. (2020a, Temmuz 13). *Hız. Muhammed'in(sav) eğitimde 5M tekniğini öğrenince şok olacaksınız—Darül erkam, darun nedve—YouTube* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/b29bF5BhYUA>
- Hayalhanem. (2020b, Kasım 2). *Gözyaşlarınızı tutamayacağınız bir sahabe hayatı—Hz.Ebu Zer El-Gıfârî (r.a)* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/iIQzOqxND14>
- Hayalhanem. (2020c, Aralık 18). *Hız. Nuh'un (as) inanılmaz hayatı | Mehmet Yıldız* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/qbeIXFsPmxI>
- Hayalhanem. (2021a, Kasım 12). *Gözyaşlarınızı Tutamayacağınız Bir Hayat Hikayesi—Hz. Ali (r.a.)* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/BEavfY9vVvw>
- Hayalhanem. (2021b, Aralık 6). *Bu 6 soruya cevap almadan sakın evlenme | Mehmet Yıldız—YouTube* [Video]. YouTube. https://youtu.be/R4bjh8t_uSM
- Hayalhanem. (2022a, Mart 23). *Her şey bitti İstanbul da buraya badarmış—Ağlatan görüntüler | Hayalhanem İstanbul—YouTube* [Video]. YouTube. https://youtu.be/--xP_4X_oFY
- Hayalhanem. (2022b, Mayıs 9). *Allah kulunu nasıl terk eder bilir misin? - Gidenler | Mehmet Yıldız* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/ZcWBI3tcmeE>
- Hayalhanem. (2022c, Ekim 5). *Telefondaki fotoğraflarınızı görüyorlar artık güvende değilsiniz—Müslüman hacker* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Xu11bkwCkeo>
- Hayalhanem. (2022d, Ekim 26). *Her Şey Kötüye Gidiyor Allah'ım! Dağılıyoruz | İstanbul—YouTube* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/clnmvNa85oE>

- Hayalhanem, @hayalhanemersin. (2022e, Eylül 11). *Bir kişi, evlendiğinde eşine şu manidar cümleyi kurmuş; “Kimse kimseye itaat etmesin, ikimiz birlikte Allah’a itaat edelim..”* [Tweet]. Twitter. https://twitter.com/hayalhanemersin/status/1568912027292418048?s=61&t=gLbXeDIjosM_0TAtvG-G-g
- Hayalhanem, @hayalhanemersin. (2022f, Ekim 11). *Allah dilerse hayaller dua, dualar makbul olur..* [Tweet]. Twitter. https://twitter.com/hayalhanemersin/status/1579799972694077440?s=61&t=gLbXeDIjosM_0TAtvG-G-g
- Hayalhanem (@hayalhanemmersin) • Instagram fotoğrafları ve videoları. (2022, Mayıs 10). [Sosyal Medya]. [instagram.com. https://www.instagram.com/p/CdWC4i7D-Jj/](https://www.instagram.com/p/CdWC4i7D-Jj/)
- Hayalhanem İstanbul. (2021, Temmuz 22). *Hayalhanem’de kurban bayramı* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/dre7J8SpojU>
- Hayalhanem’i Bekleyen Tehlikeli Süreç—Size Önce Kötü Sonra İyi Bir Haberimiz Var | İstanbul—YouTube. (2022, Haziran 8). [Video paylaşım]. <https://www.youtube.com/>
- Helland, C. (2005). Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet.*, 1(1). <https://doi.org/10.11588/HEIDOK.00005823>
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Religion: A Theory of the Media As Agents of Religious Change. *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*, 6, 9-26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1
- Hochschild, A. R. (2012). *The Managed Heart, Commercialization of Human Feeling*. University of California Press.
- Hub, M. (2019). *Said Nursi’ye göre Seyr ü Süluh* [Doktora]. Ankara Üniversitesi.
- Iannaccone, L. (1991). The Consequences of Religious Market Structure: Adam Smith and the Economics of Religion. *Rationality and Society*, 3(2), 156-177. <https://doi.org/10.1177/1043463191003002002>
- Iannaccone, L. (1998). An Introduction to the Economics of Religion. *Journal of Economic Literature*, 36, 1465-1495.

- Iannaccone, L. (2006). Economy. İçinde H. R. Ebaugh (Ed.), *Handbook of Religion and Social Institutions* (ss. 21-40). Helen Rose Ebaugh, Springer Science Business Media Inc.
- İbn Haldun. (2018). *Mukaddime*. Dergah Yayınları.
- Jameson, F. (2013). *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press Books.
- Janmohamed, S. (2018). *M Nesli: Yeni Müslüman Gençlik* (S. D. Çiftçi & E. Kızılelma, Çev.). Kaktüs yayınları.
- Kafile. (2019, Kasım 6). *Evrin Ağacı'nın imdadına Sözler Köşkü'nün yetişmesi!* - Podcast Kafile İlim ve Kültür Derneği [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Yq9W1m7leTI>
- Kafile. (2022, Temmuz 24). *Soru-Cevap ve Duyurular* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/-8TepdlwkNU>
- Kaplan, Y. (2020, Mart 23). Tekno-pagan dijital uygarlık: İnsanın özgürleşme serüveninin köleleşmeye dönüşmesi. *Yeni Şafak*.
- Kara, İ. (2018). *Din ile Modernleşme Arasında, Çağdaş Türk Düşüncesinin Meseleleri* (6.baskı). Dergah Yayınları.
- Karabaşoğlu, M. (2017). *Saykal: Risale-i Nur'a husumetin kısa tarihi: iddialar ve cevaplar* (1. baskı). Selis Kitaplar.
- Karaflogka, A. (2002). Religious Discourse and Cyberspace. *Religion*, 32(4), 279-291.
- Karakulakoğlu, S. E. (2015). Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim. İçinde Ö. Oguzhan (Ed.), *İletişimde Sosyal Medya—Sosyal Medyada Etkileşim*. Kalkedon Yayıncılık.
- Karşlı, B., & Aycan, S. (2020). Instagram ve Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Paylaşımları Örneği. *Turkish Academic Research Review*, 5(2), Art. 2. <https://doi.org/10.30622/tarr.725695>
- Kaya, K. (2008). *Küçük Gruplar Sosyolojisi*. Fakülte Kitabevi.
- Kaya, S. (2020). *Sosyoloji ve Din Açısından Cemaatler*. Pınar Yayınları.
- Keskin, F. (2021). Sunuş: Özne ve İktidar. İçinde Özne ve İktidar. Ayrıntı Yayınları.
- Kılıç, A. F. (2007). Din Sosyolojisinde Dini Grup Tipolojileri. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 5(13), Art. 13.
- kidega. (t.y.). *Mehmet Yıldız* [E-ticaret]. Yazarlar. Geliş tarihi 26 Mayıs 2022, gönderen <https://kidega.com/yazar/mehmet-yildiz-003942/>

- Kirman, M. A. (2000). *Türkiye’de “Yeni Dini Cemaat Örneği” Olarak “Süleymancılık”*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kirman, M. A. (2004). Türkiye’de Toplumsal Değişme ve “Yeni Dinî Cemaatler”. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 1(2), Art. 2.
- Kirman, M. A. (2004). Türkiye’de Toplumsal Değişme ve “Yeni Dini Cemaatler”. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 1(2), Art. 2.
- Kirman, M. A. (2010). *Yeni Dinî Hareketler Sosyolojisi*. Birleşik Yayınevi.
- Kirman, M. A. (2013). Rasyonel Seçim Kuramı. *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 22.
- Kirman, M. A. (2015a). Din ve Eğlence Kültürü KSÜ İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Mezuniyet Gecesi Hakkında Sosyolojik Bir Değerlendirme. İçinde A. Özbolat & M. A. Kirman (Ed.), *Kültür ve Din*. Karahan Kitabevi.
- Kirman, M. A. (2015b). Sekülerleşme ve Dinin Geleceği. İçinde *Sekülerleşme, Klasik ve Çağdaş Yaklaşımlar* (ss. 339-354). Otto Yayınları.
- Kirman, M. A. (2016). *Din Sosyolojisi Sözlüğü*. Karahan Kitabevi.
- Kortti, J. (2011). *The Problem of Generations and Media History*. İçinde L. Fortunati & F. Colombo (Ed.) *Broadband Society and Generational Changes Series: Participation in Broadband Society*.
- Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined*. SAGE Publications Ltd.
- Köse, A. (2011). *Milenyum Tarikatları: Batıda Yeni Dini Akımlar*. Timaş Yayınları.
- Kutlu, S. (2004). *Didar-ı Hürriyet: Kartpostallarla İkinci Meşrutiyet 1908-1913*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kümbetoğlu, B. (2012). *Sosyolojide ve ANtropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. Bağlam Yayıncılık.
- Le Bon, G. (2009). *Kitleler Psikolojisi*. Alter Yayınları.
- Logan, R. K. (2010). *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.
- Macit, H. B., Macit, G., & Güngör, O. (2018). A Research on Social Media Addiction and Dopamine Driven Feedback. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 882-897. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.435845>
- Maksat 114. (2020, Ocak 31). *Maksat 114’e atılan alçakça iftiralar! - Bunları “İslam düşmanları” bile söylemedi* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/ZiDGXNK0-4w>

- Mardin, Ş. (2011). *Türkiye, İslâm ve Sekülerizm* (E. Gen & M. Bozluolcay, Çev.). İletişim.
- Mardin, Ş. (2017). *Bediüzzaman Said Nursi Olayı: Modern Türkiye’de Din ve Toplumsal Değişim Bütün Eserleri 4* (M. Çulhaoğlu, Çev.). İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (2018). *Din ve İdeoloji*. İletişim Yayınları.
- Marshall, G. (2009). *Sosyoloji Sözlüğü* (O. Akınhay & D. Kömürcü, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları.
- McCarthy, J. D., & Zald, M. N. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. *American Journal of Sociology*, 82(6), 1212-1241. <https://doi.org/10.1086/226464>
- McLuhan, M. (1968). *The Gutenberg Galaxy—The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press / Glenbow-Alberta Institute.
- McLuhan, M. (2016). *Understanding Media: The Extensions of Man*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Mehmet Yıldız. (2021, Ekim 19). *Hiz. Muhammed’in (s.a.v.) istifasını kabul ettiği komutan—Abdülhamid Han* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/MJRS0fcftYU>
- Mehmet Yıldız, @mehmedimyldz. (2014, Ocak 10). *Hayalhanem’i merak edip ziyarete gelen Cem Adrian’a da Risale-i Nur’dan bahsettik hamd olsun.. Sıradaki:)* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/mehmedimyldz/status/421663885301542913?lang=en>
- Mehmet Yıldız, @mehmedimyldz. (2022a, Şubat 4). *Unutmamak lazım; olmuş olan, olacak olanlar arasında en hayırlı olandır..* [Tweet]. Twitter. https://twitter.com/mehmedimyldz/status/1489691062188838914?s=61&t=gLbXeDIjosM_0TAtvG-G-g
- Mehmet Yıldız, @mehmedimyldz. (2022b, Haziran 22). *“Namaza alarm değil gönül kurulur” derler..* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/mehmedimyldz/status/1539401817691496449>
- Mensching, G. (2012). *Din Sosyolojisi: Din, Kültür ve Toplum İlişkileri* (M. Aydın, Çev.). Literatür Yayınları.
- Mesken, [@adanamesken]. (2022, Ağustos 8). *Mesken Reklam Çekimi denemeleri, Tabi bunlar hep şaka* [Video]. <https://www.instagram.com/p/Cg-CDUmDSn1/>

- Miller, G., & Fox, K. J. (1997). Building bridges; The Possibility of Analytic Dialogue Between Ethnography, Conversation Analysis and Foucault. İçinde D. Silverman (Ed.), *Qualitative Research; Theory, Method and Practice* (ss. 35-53). SAGE Publication.
- Narmanlıoğlu, H. (2018). *Vatanını Seven Tıklaşın: Sanal Cemaatte Ulusun Tahayyülü*. Kalkedon Yayıncılık.
- Nursi, S. (2006). *Tarihçe-i Hayat*. Yeni Asya Yayınları.
- Nursi, S. (2016a). *Barla Lahikası*. <https://kulliyat.risaleinurenstitusu.org>
- Nursi, S. (2016b). *Emirdağ Lâhikası*. <https://kulliyat.risaleinurenstitusu.org>
- Nursi, S. (2016c). *Kastamonu Lahikası*. <https://kulliyat.risaleinurenstitusu.org>
- Nursi, S. (2016d). *Lemalar*. <https://kulliyat.risaleinurenstitusu.org>
- Nursi, S. (2016e). *Mektubat*. <https://kulliyat.risaleinurenstitusu.org>
- Nursi, S. (2016f). *Münazarat*. Yeni Asya Neşriyat.
- Nursi, S. (2016g). *Şualar*. <https://kulliyat.risaleinurenstitusu.org>
- Okumuş, E. (2017). *Gösterişçi Dindarlık*. Ark Yayınları.
- Osman Bulut. (2019, Mart 17). *İftiralara cevaplar—Dinden para kazanmak!* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/YDUxVPCTarE>
- Ökten, M. S. (2021). *Cemaat Modernliği: Nurcularda Uyum, Direnç ve Değişim Dinamikleri*. Nobel Akademik yayıncılık.
- Özboilat, A. (2012). Bir Ulus Yaratmak: Erken Dönem Cumhuriyet Romanında Din Adamının Temsili. *Turkish Studies*, Volume 7/4, s. 2473-2474. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.3983>
- Özboilat, A. (2015). *Kapitalizme Eklemlenme: Dindar Orta Sınıfta Tüketim Kültürü*. Karahan Kitabevi.
- Özdalga, E. (2015). *İslâmcılığın Türkiye seyri: Sosyolojik bir perspektif* (4. baskı). İletişim Yayınları.
- Özdilek, Z. (2020, Eylül 5). Sapkınlığın Temsilcileri. *Cumhuriyet Gazetesi*, 5.
- Özsel, D. (2014). Aşkın Kolektif ve Kitle: Bir Muhafazakarlık Okuması. *Doğu Batı.*, 69. https://www.academia.edu/8862693/A%C5%9Fk%C4%B1n_Kolektif_ve_Kitle_Bir_Muhafazakarlık_Okumas%C4%B1
- Öztürk, M. (2015). *Din Sermayesinden İktidar Devşirmek: FETÖ*. Ankara Okulu Yayınları.

- Peker, F. (2022, Kasım 18). *Üniversite Topluluklarımızın Ortak Faaliyetine Yoğun Katılım*. İBÜ/AJANDA. <http://ajanda.ibu.edu.tr/universite-topluluklarimizin-ortak-faaliyetine-yogun-katilim/>
- Perşembe, E. (2004). Enformasyon Toplumunda Cemaatler: Sanal mı, Gerçek mi? *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 1(2), Art. 2.
- Postman, N. (2010). *Televizyon Olduren Eglence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem* (O. Akınhay, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Imigrants. *On The Horizon*, 9(5).
- Recro Digital Marketing. (2022, Nisan 19). *We Are Social 2022 Türkiye sosyal medya kullanımı verileri* [Güncel Bilgi]. recrodigital.com. <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>
- recroadmin. (2022, Nisan 19). We Are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri. *Recro Digital*. <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading On the Electronic Frontier*. Addison-Wesley Pub. Co. <https://dlc.dlib.indiana.edu>
- Saatci, İ. (2017). *Dini Cemaat Yapılarında Meşruiyet Kaynaklarının Sosyolojik Analizi*. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.
- Sarıbay, A. Y. (2014). *Postmodernite, Sivil Toplum ve İslam*. Sentez Yayıncılık.
- Schwandt, T. A., & Gates, E. F. (2018). Case Study Methodology. İçinde Y. S. Lincoln & N. K. Denzin (Ed.), *Qualitative Research*. SAGE Publication.
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nun Sosyolojisi* (E. Gen, Çev.) İletişim Yayınları
- Selman, A. (2011). *Rayonel Seçim Teorisi Bağlamında Din Olgusu* [Yüksek Lisans]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Serhat Kılıç. (2017, Kasım 9). *Sözler köşkü'nün gerçek yüzü* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/LLsnAhURAMY>
- Sezer, B. (2017). *Toplum Farklılaşmaları ve Din Olayı*. Doğu Kitabevi.
- Sezgin, F. (2013). *Türkiye'de Toplumsal Değişme Sürecinde Dini Gruplar Ve Meşruiyet Kazanma Yolları* [Yüksek Lisans]. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Shayegan, D. (2018). *Yaralı Bilinç: Geleneksel Toplumlarda Kültürel Şizofreni* (H. Bayrı, Çev.). Metis Yayıncılık.

- SığınağımBirlik. (2021, Ağustos 25). *Djital alanda neden güçlü olmalıyız?* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/gavkgUq6Sc4>
- Simmel, G. (2017). *Modern Kültürde Çatışma* (T. Bora, N. Kalaycı, & E. Gen, Çev.). İletişim Yayınları.
- Slatery, M. (2018). *Sosyolojide Temel Fikirler* (Ü. Tatlıcan & G. Demiriz, Ed.; Ö. Balkız & Özdemir, Cevdet, Çev.; 10.baskı). Sentez Yayıncılık.
- Sorularla İslamiyet. (2009, Aralık 1). “İhlasa riya kapısından girilir.” sözü ne demektir?». [sorularlaislamiyet.com. https://sorularlaislamiyet.com/ihlasa-riya-kapisindan-girilir-sozu-ne-demektir-0](https://sorularlaislamiyet.com/ihlasa-riya-kapisindan-girilir-sozu-ne-demektir-0)
- Sözen, E. (2017). *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*. Profil Yayınları. <http://openaccess.hku.edu.tr/xmlui/handle/20.500.11782/974>
- Stark, R., & Iannaccone, L. (1994). A Supply-Side Reinterpretation of the “Secularization” of Europe”. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 33(3), 230-252.
- Şah, U. (2020). Eleştirel Söylem Analizi: Temel Yaklaşımlar. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 7, Art. 7. <https://doi.org/10.46250/kulturder.819362>
- Şahin, İ. (2013). *Online Alevi Toplulukları, Ritüel Desenli Bir Gruptan Mit Desenli Bir İnanç Topluluğuna*. Çizgi Kitabevi.
- Şaylan, G. (1995). *Türkiye’de Laiklik*. Yeni Yüzyıl Kitaplığı.
- Şentürk, H. (2019). *İslamcılık—Türkiye’de İslami Oluşumlar Ansiklopedisi*. Çıra Yayınları.
- Şimşek, İ. (2020). *Popstar Vaizler* (1. baskı). Motto Yayınları.
- Şişman, M. (2014). *Örgütler ve Kültürler*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Talas, M. (2011). Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye Perspektifi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 29, Art. 29.
- Tasavvuf Ruhü. (2021, Haziran 29). *Kendilerini Bediüzzaman hazretleri’nin izinden gidiyor gibi gösteren bu fetöcülerini dinlemeyin kardeşlerim! Sözler köşkü, hayalhanem v.b sayfaları yönetiyorlar aman dikkat!..* [Sosyal Medya İletisi]. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=308731557613979>
- Tatar, H. C. (1999). *Nuhun Gemisindekiler, Şehirleşme ve Dinî Cemaatleşme*. Turan Yayıncılık.
- Tatlılıoğlu, D. (2008). Dinî Cemaatlerin ve Tarikatların Fonksiyonel Analizi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 8(2), Art. 2.

- Thompson, I. (2003). *Odadaki Sosyoloji Din Sosyolojisine Giriş*. Birey Yayınları.
- Toffler, A. (1992). *Yeni Güçler, Yeni Şoklar* (B. Çorakçı, Çev.). Altın Kitaplar Yayınevi.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga* (S. Yeniçeri, Çev.). Koridor Yayıncılık.
- Tuncer, F. (2012). Kur'an-ı Kerim'de Sosyal Grup İfade Eden Kelimelerin Nüzul Sürecindeki Değişimleri. *Ekev Akademi Dergisi*, 16(53), 24.
- TÜİK. (2022). *Haber Bülteni* [Veri portalı]. data.tuik.gov.tr. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Bilim,-Teknoloji-ve-Bilgi-Toplumu-102>
- TÜİK Kurumsal. (2021). *Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2021* [İstatistik]. tuik.gov.tr. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132>
- Twenge, J. M. (2018). *I-Nesli*. Kaknüs Yayınları.
- Uludağ, S. (1979). *İslam Düşüncesinin Yapısı—Selef, Kelam, Tasavvuf, Felsefe*. Dergah Yayınları.
- Ünal, R. (2009). *Modern Cemaatleşmeler ve Türkiye Örneği* [Yüksek Lisans]. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Valimiz, Batman 4. Kitap Fuarı'nı Ziyaret Etti. (2021, Kasım 7). [Resmi]. batman.gov.tr. <http://www.batman.gov.tr/valimiz-batman-4-kitap-fuarini-ziyaret-etti>
- Wach, J. (1987). *Din Sosyolojisine Giriş* (B. İnandı, Çev.). Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Weber, M. (2005). *Bürokrasi ve Otorite* (H. B. Akın, Çev.). Adres Yayınları.
- Yapıcı, A. (2002). Dinî Yaşayışın Farklı Görüntüleri ve Dogmatik Dindarlık. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 2(2), Art. 2.
- Yapıcı, A. (2012). Modernleşme-Sekülerleşme Sürecinde Türk Gençliğinde Dinî Hayat: Meta-Analitik Bir Değerlendirme. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 12(2), Art. 2.
- Yapıcı, A., & Albayrak, K. (2002). Ötekini Algılama Bağlamında Dinî Gruplar Arası İlişkiler. *Dini Araştırmalar*, 5(14), Art. 14.

- Yavuz, M. H. (1995, 26.09). *Yayına Dayalı İslami Söylem ve Modernlik: Nur Hareketi* [3. Uluslararası Bediüzzaman Said Nursi Sempozyumu]. <https://docplayer.biz.tr/18831957-Yayina-dayali-islami-soylem-ve-modernlik-nur-hareketi.html>
- Yavuz, M. H. (1999). Towards an Islamic Liberalism?: The Nurcu Movement and Fethullah Gülen. *Middle East Journal*, 53(4), 584-605.
- Yelken, R. (2015). *Cemaatin Dönüşümü, Geç Modern Dönemde Cemaat Sosyolojisi*. Vadi Yayınları.
- Yıldız, M. (t.y.). *Sizden Gelenler* [Highlight]. Instagram. Geliş tarihi 23 Eylül 2022, <https://www.instagram.com/stories/highlights/17875333399929269/?hl=en>
- Yıldız, M. (2020). *Aşk 5 Vakittir*. Genç Nesil Yayınları.
- Youtube. (t.y.). *Neden YouTube? | YouTube social impact* [Video]. YouTube Social Impact. Geliş tarihi 20 Aralık 2021, <https://socialimpact.youtube.com/intl/tr/why-youtube/>
- Yücekök, A. N. (1971). Türkiye’de Örgütlenmiş Din’in Sosyo-Ekonomik Tabanı (1946-1968). *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 26(02), Art. 02. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000001221
- Zeynep, K. (2019). *Sosyal Medya Vaizliği: Amerika ve Türkiye Örneği* [Yüksek Lisans]. Marmara Üniversitesi.
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75-89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>