



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Tunahan IRMAK

YOUTUBE VİDEOLARI ÖRNEKLEMİNDE DİJİTAL
TOPLUMSALLAŞMA: DİNİ GRUP TEMSİLLERİNİN
GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Tunahan IRMAK

YOUTUBE VİDEOLARI ÖRNEKLEMİNDE DİJİTAL
TOPLUMSALLAŞMA: DİNİ GRUP TEMSİLLERİNİN
GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

Danışman

Doç. Dr. Bahset KARSLI

Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Tunahan Irmak'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Abdullah ÖZBOLAT (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Bahset KARSLI (İmza)

Üye : Doç. Dr. Ali ALBAYRAK (İmza)

Tez Başlığı: Youtube Videoları Örnekliğinde Dijital Toplumsallaşma: Dini Grup
Temsillerinin Göstergebilimsel Analizi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 14/01/2022

Mezuniyet Tarihi : 03/02/2022

(İmza)
Prof. Dr. Ebru İÇİGEN
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Youtube Videoları Örnekliğinde Dijital Toplumsallaşma: Dini Grup Temsillerinin Göstergebilimsel Analizi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Tunahan IRMAK





AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Tunahan IRMAK
Öğrenci Numarası	20185263001
Enstitü Ana Bilim Dalı	Felsefe ve Din Bilimleri
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Bahset KARSLI
Tez Başlığı	Youtube Videoları Örnekleminde Dijital Toplumsallaşma: Dini Grup Temsillerinin Göstergebilimsel Analizi
Turnitin Ödev Numarası	1752654855

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 101 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 01/02/2022 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 12

alıntılar dahil % 17'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim. 01/02/2022

(imzası)

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	İV
TABLOLAR LİSTESİ	VIII
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	IX
KISALTMALAR LİSTESİ	X
ÖZET	XI
SUMMARY	XII
ÖNSÖZ	XIV
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM ÇALIŞMANIN TEORİK TEMELLERİ

1.1. Göstergebilim ve Göstergebilimsel Analiz	8
1.1.1. Göstergebilim ve Tarihi	9
1.1.2. Göstergebilimsel Analiz/Çözümleme	19
1.1.3. Videolarda Göstergebilimsel Analiz/Çözümleme.....	24
1.2. Toplumsallaşma.....	27
1.2.1. Toplumsallaşma Kuramı	29
1.2.2. Toplumsallaşma Araçları.....	31
1.2.3. Toplumsallaşma Tipleri	31
1.2.3.1. Başarılı Toplumsallaşma	31
1.2.3.2. Başarısız Toplumsallaşma	32
1.2.4. Toplumsallaşma ve Din.....	33
1.2.5. Toplumsallaşmanın Yeni Mekânı: Çevrimiçi Sosyalleşme, Tekno-Sosyal Hayat.....	36
1.2.6. Dijital Toplumsallaşma Bağlamında Dini Grup Temsilleri.....	37
1.2.7. Youtube Özelinde Dijitalleşen Din.....	40

İKİNCİ BÖLÜM

YOUTUBE VİDEOLARI ÖRNEKLEMİNDE DİJİTAL TOPLUMSALLAŞMA: DİNİ GRUP TEMSİLLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

2.1. Ahmet Mahmut Ünlü'nün Videosunun Çözümlemesi: “Allah Rızası İçin Abone Olun”	43
2.1.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi	43
2.1.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	45
2.1.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	47
2.1.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	49
2.1.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	53
2.2. Ehl-i Sünnet ve Ötekiler: Kerem Önder'in Youtube Kanalındaki “Vehhabi Selefiler, sadece Ehli Sünnet hocalara saldırır!” Adlı Videonun Çözümlemesi	54
2.2.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi	55
2.2.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	56
2.2.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	58
2.2.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	60
2.2.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	61
2.3. Modern Kent Dindarlığından Geleneksel Köy Dindarlığına: Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin “1011. Çiflik Kuracağız İnş-Nihat Hatipoğlu Ve Fatih Çıtlak Hakkındaki Görüşünüz” Adlı Videonun Çözümlemesi	63
2.3.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi	63
2.3.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	64
2.3.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	66
2.3.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	68
2.3.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	69
2.4. Sanal Mahremiyet ve Youtube: “Kızlarımızın sosyal medya ile imtihanı- Nureddin Yıldız” Adlı Videonun Çözümlemesi	70
2.4.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi	70
2.4.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	72
2.4.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	73

2.4.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	75
2.4.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	75
2.5. Ramazan Ayı'nda Yapılması Gerekenlerden: "İftarda Az Sahurda Çok Yemeli" Adlı Videonun Çözümlemesi	76
2.5.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	77
2.5.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	78
2.5.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	79
2.5.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	80
2.5.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	81
2.6. İctihad Kapısı ve Kur'a-nı Kerim'in Yorumlanması: "Cehalet Tahsil Etmiş Allame Ergenler" Adlı Videonun Çözümlemesi.....	81
2.6.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	82
2.6.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	83
2.6.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	84
2.6.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	85
2.6.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	87
2.7. "Tv'deki Hoca Görünümlü Herifler": Halil Konakçı'nın Youtube Kanalındaki "Bu Kişilerden Kaçın" Adlı Videonun Çözümlemesi	88
2.7.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	88
2.7.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	89
2.7.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	90
2.7.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	91
2.7.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	92
2.8. "İnternette gezerken sabahlayan ümmet": Abdulaziz Kırınşal'ın Youtube Kanalındaki "İnternette sörf yapan ümmet.." Adlı Videonun Çözümlemesi.....	92
2.8.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	93
2.8.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi	94
2.8.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri	95
2.8.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam	96
2.8.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı	96

SONUÇ.....	98
KAYNAKÇA.....	102
ÖZGEÇMİŞ.....	110



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Barthes Gösterge Şeması.....	21
Tablo 1.2 Barthes Anlamlandırma Düzeyi.....	23
Tablo 1.3 Çekim Ölçekleri Tablosu	25
Tablo 1.4 Kamera Hareketleri Ve Kurgu Tekniği.....	26
Tablo 2.1 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	43
Tablo 2.2 Videodaki Karşıtlıklar.....	53
Tablo 2.3 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	55
Tablo 2.4 Videodaki Karşıtlıklar.....	62
Tablo 2.5 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	63
Tablo 2.6 Videodaki Karşıtlıklar.....	69
Tablo 2.7 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	70
Tablo 2.8 Videodaki Karşıtlıklar.....	76
Tablo 2.9 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	77
Tablo 2.10 Videodaki Karşıtlıklar.....	81
Tablo 2.11 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	82
Tablo 2.12 Videodaki Karşıtlıklar.....	87
Tablo 2.13 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	88
Tablo 2.14 Videodaki Karşıtlıklar.....	92
Tablo 2.15 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	93
Tablo 2.16 Videodaki Karşıtlıklar.....	96

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 2. 1 Ahmet Mahmut Ünlü'nün Youtube Videosu.....	45
Fotoğraf 2. 2 Kerem Önder'in Youtube Videosu	56
Fotoğraf 2. 3 Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin Youtube Videosu	64
Fotoğraf 2. 4 Nureddin Yıldız'ın Youtube Videosu.....	72
Fotoğraf 2. 5 Mustafa Özşimşekler'in Youtube Videosu.....	78
Fotoğraf 2. 6 Mustafa İslamoğlu'nun Youtube Videosu.....	83
Fotoğraf 2. 7 Halil Konakcı'nın Youtube Videosu	89
Fotoğraf 2. 8 Abdulaziz Kırınşal'ın Youtube Videosu.....	94



KISALTMALAR LİSTESİ

bkz.	: bakınız
çev.	: çeviren
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
ts.	: tarihsiz
yy.	: yüzyıl
vb.	: Ve başkaları, ve benzerleri, ve bunun gibi
vs.	: Ve Saire



ÖZET

Tarihsel süreçte insan aile ve çevrenin etkisiyle klasik bir toplumsallaşma süreci geçirmiştir. Ancak günümüzde sanal mecranın ve teknolojilerin de sağladığı yeni bir toplumsallaşma türünden söz edilmektedir. Toplumsallaşmanın sanala doğru artan eğilimi hemen her kurumu etkilediği gibi dini grup temsillerinin kendilerini ifade etme şekillerini de önemli ölçüde etkilemiştir. Kısa sürede çok kişiye ulaşma imkânı sunan Youtube sayesinde dini grup temsilleri, geleneksel söylem düzeyini farklı şekillerde değiştirerek içinde bulundukları mecranın diline yer vermektedirler. Bu itibarla din dilinin geleneksel eksen üzerindeki yerleşik düzeni yerini paradoksal bir şekilde daha akışkan ve aynı zamanda daha keskin söylem retoriğine bırakmaktadır. Çalışmamız, tarihi süreçte dini grup temsillerinin din dilinin fiziki gerçeklikten dijital olana geçerken nasıl farklılaştığı sorusu üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Örneklem olarak ele alınan dini grup temsillerinin videoları kurgu, kıyafet, ses tonu, kamera çekim teknikleri, semboller, renklerin kullanılış biçimleri, oturduğu mekansal ve zamansal düzlem üzerinden anlaşılmak zorundadır. İşte bu sebeple örneklem olarak ele alınan dini grup temsillerinin Youtube videoları, söz konusu unsurlar göz önüne alınarak incelenmesi gerekir. Çalışmamız nitel paradigmaya dayalı anlayıcı sosyoloji çerçevesinde ele alınarak Roland Barthes'ın göstergebilimsel yöntemiyle analiz edilmiştir. Buna göre iletişim ve toplumsallaşmanın karakteristik özellikleri göz önünde bulundurularak, Youtube kanalları taranmış, kuramsal bölüm ile uygunluk gösteren ve 2013-2021 yıllarını kapsayan sekiz video seçilerek göstergebilimsel yöntemle çözümlenmiştir. Videoları seçerken dikkat ettiğimiz hususlar mevcuttur. Bunlardan ilki, Türkiye'de YouTube kullanarak ön plana çıkan ve paradoksal söylemleri bulunan dini grup temsillerinin videoları çalışılmıştır. İkincisi ise ekonomiklik sağlaması ve daha iyi analiz edilebilmesi için görsel olarak da daha fazla malzeme içeren kısa videolar tercih edilmiştir.

Örneklem olarak ele alınan videoların göstergebilimsel analiziyle ulaşılan en önemli sonuçlardan biri şudur ki: dini grup temsillerinin dijital mecrada sundukları içerikler aslında hem akışkan hem de keskin söylem düzeylerini barındırmaktadır. Paradoksal olarak akışkan ve bu yönüyle gündelik gerçeklikten hareketle söylemini belirleyen dini gruplar, konuları belirlerken gündemin gönderimlerine yer vermişlerdir. Analiz edilen içerikler, nefret söylemine yer vererek keskinleşen bir söylem düzeyinde öne çıkarmakta; aynı zamanda reddiye andıran izdüşümleriyle de keşfedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsallaşma, Dini Grup, Sosyoloji, Dil, Göstergebilimsel Çözümleme.

SUMMARY

DIGITAL SOCIALIZATION IN THE SAMPLE OF YOUTUBE VIDEOS: SEMIOTIC ANALYSIS OF RELIGIOUS GROUP REPRESENTATIONS

In the historical process, people have undergone a classical socialization process with the influence of family and environment. However, nowadays, there is talk of a new type of socialization provided by virtual media and technologies. The increasing trend of socialization towards the virtual has affected almost every institution, as well as the ways in which religious group representations express themselves. Thanks to Youtube, which offers the opportunity to reach many people in a short time, religious group representations change the level of traditional discourse in different ways and they give place to the language of the medium they are in. In this respect, the established order of the language of religion on the traditional axis paradoxically leaves its place to a more fluid and at the same time sharper discourse rhetoric. Our study focuses on the question of how religious group representations differ in the transition of religious language from physical reality to digital one in the historical process.

The videos of religious group representations, which are taken as samples, have to be understood in terms of fiction, clothing, tone of voice, camera shooting techniques, symbols, the way colors are used must be understood through the spatial and temporal plane in which it sits. For this reason, Youtube videos of religious group representations, which are considered as samples, should be examined by taking these factors into account. Our study was handled within the framework of understanding sociology based on qualitative paradigm and analyzed with the semiotic method of Roland Barthes. Accordingly, considering the characteristics of communication and socialization, Youtube channels were scanned, eight videos that were compatible with the theoretical part and covering the years 2013-2021 were selected and analyzed with the semiotic method. There are some points that we pay attention to when choosing videos. First of these, videos of religious group representations that come to the forefront and have paradoxical discourses using YouTube were studied. Secondly, short videos that contain more material visually were preferred in order to provide economy and to be analyzed better.

One of the most important results reached by the semiotic analysis of the videos, which are taken as samples, is that the contents of the religious group representations in the digital media actually contain both fluid and sharp discourse levels. Paradoxically, religious groups, which are fluid and determine their discourse based on daily reality, have included the

references of the agenda while determining the topics. The analyzed contents highlight at a sharpened level of discourse by including hate speech, and were also discovered with projections resembling rejection.

Keywords: Socialization, Religious Group, Sociology, Language, Semiotic Analysis.



ÖNSÖZ

Bireyin toplumsallaşması henüz çocuk iken ailede başlar ve okulla birlikte akran çevresinin genişlemesiyle devam eder. Toplumsallaşma bireyin içinde yaşadığı toplumun bir üyesi olarak yetişmesi sürecinde de etkin bir rol oynar. Çocuğun konuşmaya başlaması, ailesiyle iletişim kurması, arkadaşlarıyla oyun oynaması, paylaşmayı öğrenmesi, okulda kurallara uygun davranması, ödev ve sorumluluklarını yerine getirmesi vs. gibi yetiler onun toplumsallaşmasını şekillendirmektedir. Çocukluktan ergenliğe geçişle artan ödev ve sorumluluklar, genç yetişkinlikte ileriye yönelik meslek ve iş seçimleri, sonrasında iş hayatı ve evlilik, ardından gelen tecrübe birikimi ve emeklilik vs gibi durumlar kişinin toplumsallaşması ile doğrudan bağlantılıdır. İş grupları, yaz kampları, rehabilite ve boş zaman etkinlikleri vs. kişinin toplumsallaşmasına direkt olarak etki etmektedir. Her ne kadar bireyin kişisel şartlar, yaş, fiziki engel, eğitim vs. gibi durumları farklılık gösterse bile bunlar onun genel anlamdaki toplumsallaşmasını tümüyle engellemez. Son yıllarda internet üzerinden sağlanan toplumsallaşmaya yer vermek de oldukça önemlidir. Çünkü internet artık her evde yer alan ve birçok elektronik cihazda bulunan görece yeni bir toplumsallaşma aracıdır hatta mekanıdır. İnternet artık genç yaşlı demeden herkesin kolaylıkla ulaşabildiği sanal bir mecradır. Böylesi yaygın bir kullanımın oluşturduğu etki ile birlikte internet sanal bir toplumsallaşmanın varlığına olanak tanımakta, artan depolama yetenekleriyle dijitalleşmekte, kendine has bir iletişim ve etkileşim diline sahip yeni bir tür toplumsallaşma aracı olarak görülebilir. Bu yönüyle toplumsallaşmanın internetle olan bağı açık bir şekilde öne çıkmaktadır. İşte geline nokta mesajlaşmaya, görsel ve yazılı içeriklerin diğerleriyle kolayca paylaşımına olanak tanıyan internet, bunları yaparken aynı zamanda kendi dilini üretmiş gözükmektedir. İnternetin web altyapısı, sonrasında sosyal medya uygulama ve siteleri en sonunda da bunların tümünü içerisine alan platform, canlı yayın ve toplantı uygulamaları ile birlikte değerlendirildiğinde barındırdığı dijitallik yönü dünyanın küresel bir köy olarak ifade edilmesine olanak tanımaktadır.

Toplumsallaşma araçlarından biri olarak gruba üye olmak, grup aidiyeti, grup bilinci gibi kavramlar artık internetle birlikte çok daha üzerinde durulması gereken konulardandır. Çünkü birey ister fiziki dünyada karşılığı olsun isterse olmasın sanal ortamda bir gruba üye olabilmekte, grup etkinliklerinde yer alabilmekte ve bunu sanal dini gruplara üye olarak da gerçekleştirebilmektedir.

Dini grubun ailede başlayan şekliyle doğal dini grup olarak iki tarafta yer alması mümkünken; dini grubun sadece dini pratik, inanç ve topluluk oluşturan tarafı sırf dini grup

olarak adlandırılmaktadır. Ele alınan ve tezimizin başlığını oluşturan dini grup temsilleri ise sırf dini gruba yönelik bir içeriği kapsamaktadır. Din sosyolojisinin alanına giren bu çeşitleme ile bazı dini grup temsillerinin de konusu ettiğimiz yeni medyada yer aldığı gözlenmektedir.

Dini gruplar konusu itibarıyla sosyoloji disiplininin alt dalı olan din sosyolojisinin inceleme alanına girmektedir. Ayrıca Youtube adlı dijital uygulamanın yeni medya içerisinde edindiği konum sayesinde hemen her türlü içerik izleyiciye sunulmaktadır. Son yıllarda özellikle dini gruplar, yaygın etkisi sayesinde Youtube'a içerik üretmektedirler. Dolayısıyla yeni medyanın içerisinde yer almak isteyen dini gruplar aynı zamanda din sosyolojisinin de inceleme alanını genişletmiştir. Böylece yeni medyanın oluşturduğu kendi gerçekliğinden hareketle daha çok görselliğe ve dikkat çekici söyleme yönelik vurgusunu ayrıca belirtmek gerekir. Böylece din sosyolojisi, toplumsallaşmayı sağlayan unsurlardan biri olarak dini grup dijitalleşmesini çok daha fazla ele almaktadır. Ele alınan içerikler daha çok görseli önceleyen, mottolaştırılmış söylemlere kapı aralayan, gündelik-reel politik konu veya kişileri ele alan yönüyle geleneksel din dilini değiştiren farklı ve çarpıcı bir din dili üretme zeminine dönüşmüştür. Geline nokta yeni medyanın sunduğu içeriklerin sayılan özelliklerinin incelenmesi için göstergebilimsel analize yer vermek uygun olacaktır.

“Youtube Videoları Örneğinde Dijital Toplumsallaşma: Dini Grup Temsillerinin Göstergebilimsel Analizi” isimli bu çalışmada Youtube videolarında kullanılan kültürel ve dini göstergelerin göstergebilimsel yöntemle saptanması amaçlanmıştır.

Çalışmam boyunca, değerli vaktini vererek, bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşarak birçok şey öğrenmemi sağlayan, rehberliği ve önerileriyle bana yol gösteren değerli tez danışmanım, Doç. Dr. Bahset Karslı'ya, çalışmanın ilerlemesinde ihtiyaç duyduğumuz değerli katkılarını esirgemeyen, aşama aşama sonuca götüren yönlendirmelerde bulunan değerli hocam Doç. Dr. Ali Albayrak'a, değerli görüşleriyle katkı sağlayan değerli hocam Prof. Dr. Abdullah Özbolat'a, yüksek lisans sürecimin ve hayatımın her aşamasında bana destek olan sevgili aileme teşekkürlerimi arz ederim.

GİRİŞ

Toplumsallaşma, insanı toplumsal bir varlık realitesinden hareketle ele alarak onu diğerleriyle ortak bir payda etrafında buluşturan ve hayatını şekillendiren önemli bir unsurdur. Toplumun bir üyesi olarak birey, doğduğu andan itibaren toplumsallaşmakta; bunu da aile, akran çevresi, okul, kitle iletişim araçları, internet vs. katkılarıyla elde etmektedir. Son yıllarda internetin yaygınlaşmasıyla birlikte onun hayatımıza olan etkisi oldukça artmıştır. İnternet, sadece bireysel anlamda çeşitlilikler sunmakla kalmamış; toplumsal kurumlar olarak belirtilen aile, ekonomi, din gibi pek çok alana da sirayet etmiştir.

Dinin inanç, ibadet ve ahlak gibi konularında görüşler ileri süren dini gruplar aynı şekilde sanal mecralarda yer almakta, kendilerini göstermektedir.¹ Özellikle son yıllarda kullanıcısı hızla artan, Youtube’da içerik üreten, pek çok dini grup temsili yer almaktadır. Bununla birlikte genellikle köyden kente göç, yalnızlık duygusundan uzak kalma istenci, maddi manevi desteklenme duygusu vb. durumlardan dolayı bireyler dini grubun üyesi olmayı bir çözüm olarak görmüşlerdir.² Bunlar hemşeri kıraathaneleri, dernekleri, sivil toplum kuruluşları, resmi ya da özerk eğitim kurumları vs. olarak sayılabilir. Ayrıca bu tip kuruluşların yanısıra birey, dini pratikleri kendince daha içten yaşama arzusu, manevi-uhrevi kazanım elde etme isteği ya da başkaca sebeplerle sırf dini grup içerisinde de yer alabilir.³ Dini grupların bireyin toplumsallaşması ve bunları içselleştirmesindeki konumları bir tür aidiyet zeminine konu olmaktadır.⁴ Yani dini grup temsilleri ister geleneksel yolları tercih etsinler ya da dijital mecrada yer alarak söylem üretsinsin onlar bireyin toplumsallaşmasında önemli bir yere sahiptirler. Ancak dijitalleşme süreci bir yandan özgürlükçü, demokratik, farklı görüşlerden insanların kendini ifade edebildiği bir yönü çağrıştırmakla beraber, artan kutuplaşmanın, linç ortamının, nefret söyleminin de barınmasına olanak tanımaktadır. Ayrımcılık, önyargı, dışlama ve ötekileştirme üzerinden hareketle ortaya çıkan ve dijital linç şeklinde tanımlanan nefret

¹ Haldun Narmanlıoğlu, “Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. Mete Çamdereli-Betül Önay Doğan-Nihal Kocabay Şener, Köprü Kitapları, İstanbul 2015, s. 91-92.

² Sosyal ve ekonomik nedenler, savaşlar, küreselleşme, sanayileşme, seyahat imkanlarının kolaylaşması, eğitim olanaklarının genişlemesi vb. nedenlerden dolayı dünya üzerinde olduğu gibi Türkiye’de göçler artmıştır. Buna bağlı olarak bireyin göç ettiği yere uyum sağlaması zorunlu hale gelmiştir. Göç ve uyum arasında kurulan ilişki için bkz. Betül Dilara Şeker, “Göç ve Uyum Süreci: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme”, *Göç ve Uyum*, ed. B. Dilara Şeker-İbrahim Sirkeci-M. Murat Yüceşahin, Transnational Press London, London 2015, ss. 11-26.

³ Modern hayatın getirdiği sıkıntılar özellikle şehirde yaşayan bireyleri bir tarikate, cemaate veya gruba ait olmasına yol açabilmektedir. Bu durum şehir hayatının getirdiği sıkıntılara karşı bir tür başa çıkma stratejisi olarak değerlendirilebilir. Sevde Düzgüner, “Dinî Gruplara Yönelmenin Psiko-Sosyal Analizi”, *Beklenen Kurtarıcı İnancı*, ed. Yusuf Şevki Yavuz, Kuramer Yayınları, İstanbul 2017, s. 284.

⁴ Fatma Baynal-Erkan Yaman, “Kadınların Dinî Gruplara Yönelme, Katılma ve Bağlanma Nedenleri”, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 13 (30) (2015), s. 167.

söylemi, gündelik konuların işlenişinde, dini konular hakkındaki farklı düşünce savunularının dışlanışında, reel politik fikirlerin ifade edilişinde oldukça sık yer verilen bir gerçeklik olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijitalleşmenin henüz tamamlanmamış olduğu varsayımından hareket edilecek olursa onun bir süreç içerisinde halen devam etmekte olduğu açıktır. Görselin öne çıktığı, görünmenin kurgusal bir anlatıma önem veren şekliyle gündemde kalmaya yönelik bir vesile olduğu muhakkaktır. Bunun devam ettirebilmesi de gündemde kalmanın bir şekilde yolunun bulunmasıyla mümkündür. Böylece bu durum, hakkında konuşulacak dini konular seçilirken gündeme uygun, ilgi görebilecek, politik konuları da kapsayan bir yönelimi açığa çıkarmaktadır. Bunu yaparken de söylemler dikkat çekici video başlıkları, nesneler ve konular üzerinden anlam aktarımı, söz sanatları, argo kullanımlar ve gündelik konuşma retoriğinden hareketle kurgulanmaktadır.

Temsil kavramı, gerçek olanın yerini alan, gerçekliği onun yerine ifade eden, genelin özeldeki karşılığı anlamında kullanılmaktadır.⁵ Bu çalışmada Youtube’da yer alarak içerik üreten dini grupların tümüne yer vermek olanaksızdır. Çünkü çalışmada zaman ve emek yönünden ekonomiklik özelliği göz önünde bulundurulmuştur. Bu sebeple ele alınan içeriklerin analizi noktasında veri doygunluğuna ulaşıldığı andan itibaren örneklem sayıca sınırlandırılmıştır.⁶

Bu çerçevede dini grup temsillerinden örneklem olarak ele aldıklarımızdan, dijital bir mecra olan Youtube’da yayınlanan, herkese açık olan videolarındaki değişen din dili incelenmiştir. Bunu yaparken de yöntemsel açıdan göstergebilimsel analize başvurduk. Çünkü göstergebilimsel analiz, dilin varlığının söz ile sınırlanmadığını savunarak jest, mimik, ses, yazı, logo, renk, giyim, video vs. gibi unsurları da inceleme alanına katmaktadır. İçerik üretilirken, kurgu sadece söz üzerinden değil aynı zamanda, spontane olanı da kurgular vaziyette anlamı-yananlamı üretme zeminidir. Bunu yaparken de kurgusal zeminden hareketle ele alınan içeriklerin sunduğu kıyafet, renk, ses, logo vs. gibi unsurları da incelemenin oldukça gerekli olduğu kanaatinden hareketle göstergebilimsel analize başvurulmuştur.

Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmeler göstergebilimin yöntem olarak kitle iletişim araçlarında kullanılmasına olanak sağlamıştır. Özellikle YouTube başta olmak üzere Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, Skype vb. sosyal platform gibi görselliğin ön planda olduğu sosyal platformlar, göstergebilim görüntüleri yorumlamak ve anlam kazandırmak için

⁵ Mete Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur?* Ketebe Yayınları, İstanbul 2018, s. 12-13.

⁶ John W. Creswell, *Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Mesut Bütün-Selçuk B. Demir, Siyasal Kitabevi, Ankara 2020, s. 159. Temsil gerçekliği sunmasının yanında gerçekliğe katkı yaparak onu yeniden üretmektedir. Dan Laughey, *Media Studies: Theories and Approaches*, Kamera Books, UK 2009, s. 40.

büyük bir alan sunmaktadır. Bütün bu sosyal medya araçları, geniş kitlelere en az maliyetle ulaşmak için adeta biçilmiş kaftan haline gelmişlerdir. Son yıllarda özellikle Türkiye’de Youtube videoları kısa sürede yaşlısından gencine her yaştan insana ulaşan bir konumda yer almaktadır. Bu durum Türkiye’deki dini grup temsilcilerinin de dikkatini çekmiştir. Dolayısıyla hem görünür olmak hem de kendi dini düşüncelerini yaymak isteyen dini grup temsilcileri kendi Youtube hesaplarında binlerce video paylaşmaktadırlar.

Bu çalışmamızda Türkiye’de kendi Youtube hesaplarından paylaşımlar yapan bazı dini grup temsilcilerinin seçtiğimiz videolarını, göstergebilimsel açıdan incelemeyi amaçlamaktayız. Öncelikle tezimizin giriş bölümünde çalışmamızın konusu ve probleminin ne olduğunu açıkladıktan sonra kapsamı, sınırlılıkları, amaçları ve hangi yöntemi kullanacağımıza dair açıklamalar yaptık. Daha sonra tezimizin birinci bölümünde çalışmamıza bir temel oluşturması açısından göstergebilim ve göstergebilim tarihini inceledik. Bununla birlikte göstergebilimsel analizin ne olduğu ve çalışmalarda nasıl kullanıldığına dair detaylı bilgiler verdik. Birinci bölümün sonraki kısmında toplumsallaşma, toplumsallaşma kuramları, toplumsallaşma çeşitlerine yer verdik. Birinci bölümün son kısmında ise dijitalleşme hakkında bilgiler verdikten sonra toplumsallaşmanın unsurlarından birisi olduğunu ifade ettiğimiz dijital toplumsallaşma hakkında bilgi vererek bunun Youtube ile bağlantısına yer verdik. Tezimizin ikinci bölümünde ise Youtube videoları örneğinde dini grup temsilcilerinin videolarını tek tek göstergebilimsel açıdan incelemeyi amaçladık.

Konu ve Problem

Çalışmanın konusu, dini grupların dinsel söylemlerindeki dijital toplumsallaşmayla bağlantılı olarak değişimidir. Youtube’da yer alan ve örneklemimizi oluşturan dini grup videolarındaki söylemin dijital toplumsallaşmaya olan etkilerini incelemektir. Yaygın ve ulaşılabilir yapısıyla Youtube, toplumsal yaşantımızın, din de buna dahil, hemen her alanında varlığını ve gücünü hissettirmektedir. Youtube’da izleyicinin yalnızca bir video olarak izlediği şey aslında içinden çıktığı toplumun zihinsel yapısıyla da doğrudan ilişkilidir. Bununla birlikte Türkiye’de genç ve yaşlı her yaştan insana ulaşan bazı dini grup temsilcileri vardır. Bu dini grup temsilcileri değişen iletişim ağlarına ayak uydurmak ve kendi görüşlerini yaymak için Youtube’u bir araç olarak görmüşlerdir.

Sanal ortamda toplumsallaşma süreci ve dini bilgilerin de bu ortamda hızla yayılması bu dini grup temsilcilerinin popülaritesini de arttırmış görünmektedir. Hayatımızın hemen hemen her yerinde yer alan fikirlerimizi değiştirmesinin yanında yönlendiren, dini içerikli bilgiler sunmasının yanında bazı ideolojilerin de yayılmasına olanak sağlayan, bir videodan daha fazlası olan ve içerisinde resim, bİblo, dini kitap, çeşitli semboller kullanılmasına olanak

sağlayan bu sosyal mecra aslında toplumsal bir anlama denk gelmektedir. Çünkü toplum ile iç içe yer alan ve toplum tarafından kabul gören dini grup temsillerinin Youtube videoları aslında bir toplumu topluca değiştirebilmek için de etkili bir araç olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla Youtube videolarını yalnızca kendi teknik yönleri açısından ele almanın yetersiz kalacağını belirtebiliriz. Bu nedenle izlenme sayıları fazla olan ve toplum tarafından belirli bir ihtiyaca cevap veren dini grup temsillerinin Youtube videolarının göstergebilimsel açıdan değerlendirilerek bizlere ne anlatmak istediğini, giyim kuşamları başta olmak üzere resim, biblo vb. şeyleri neden ve nasıl kullandıklarını, jest ve mimiklerinin yanında sözlerinin altında neler yatabileceğinin incelenmesi acil bir gereksinim haline gelmiştir. Bu çalışmadaki problemlerimiz şunlardır:

- Yüz yüze iletişim kurulmadığında ele alınan konu ya da muhatap ile kurulan iletişim düzeyinin ne ölçüde etkilendiği
- Toplumsal hafızanın dini sohbet, vaaza yansımaları, dijital dini söylemin değişimi ve dönüşümü
 - Sanallığın özne ile nesne arasındaki ilişki bütünlüğüne yönelik vurgusu
 - Sanallık olgusunda yaşantıların, söylemin ve bireysel tecrübelerin izleri
 - Sanallığın içinde ideoloji ve kültür gibi faktörlerin etkileri
 - Din adamı olarak tanınan kimselerin gündelik, güncel, reel politik, fıkhi, kelami vb. konuları ele alırken İslam'ın sosyolojik zemini ile birlikte bu farklı bakış açılarına sahip muhataplara yönelik bakış ve yorumları
- Sanallık ve toplumsal nefret söylemi ilişkisinde İslam dininin popüler bir unsur olarak kullanılıp toplumu şekillendirme ve onu yeniden inşa etmedeki rolü.

Kapsam ve Sınırlılık

Din sosyolojisi alanı sınırları içinde yürütülen bu çalışma, sosyal bilimler disiplinlerine bağlı kalınarak hazırlanmıştır. Oldukça geniş bir çalışma alanı sunan araştırma, belirli bir çerçeveye koyularak yürütme ve sonuca ulaşma konusunda sistematik hâle getirilmiştir. Çalışmanın çerçevesi, kapsamı ve sınırlılıklar şu şekilde belirlenmiştir:

Çalışma örneklemini Youtube'da yer alan dini grup temsillerinin videolarıdır. Araştırmanın örneklemini, araştırmanın kuramsal bölümü ile uygunluk gösteren sekiz videodan oluşmaktadır. İncelenen videolar, çalışmamızın dayanağı olan dijitalleşmeyle birlikte akışkanlaşan, keskinleşen ya da her ikisini kapsayan, dini söylemin sözlü ve sözsüz öğelere yansımalarıyla gerçekleştirilmesi bakımından konumuzun sınırlılığı çerçevesinde değerlendirilen örneklerdir.

Çalışma kapsamında dijitalleşme kavramının kökeninden yola çıkılarak toplumsallaşmaya, dini grup temsillerinin Youtube videolarına ve son olarak da bu kavramın çerçevesinde araştırma konusu edilen videolardaki sözlü ve sözsüz iletişim kodlarına yansımaya değinilerek din dilinin değişimine yönelik içerik örneklerinden bahsedilmiştir.

Yeniden vurgulamak gerekirse çalışmanın kapsamına bağlı kalarak veriler toplanırken örneklemlerimizde dijitalleşme ekseninde gerçeklik ve sanallık arasında din dilinin rolü çerçevesinde kalınmıştır. Veri toplama sırasında literatür taraması kısmı dijitalleşme ve dijital mecraların araçsallaştırılması konuları, din dilini şekillendiren faktörler, dini sohbetlerde gündelik gerçeklik yaklaşımlarından oluşmaktadır. Göstergebilimsel analiz bölümüne gelindiğinde ise Youtube’da dini sohbet temalı videolarda kullanılan sözlü ve sözsüz ögeler, nesneler göstergebilimsel açıdan incelenmiştir. Böylece çalışmanın kapsam ve sınırlılığı, belirtilen çerçeve içinde sunulmuştur.

Çalışmamızda yer alan örneklem amaçsal örnek yoluyla seçilerek yorum zenginliğine olanak tanıyan ve sadece kendi adıyla Youtube’da yer alan kanallardır. İncelenen örneklemlerin dili Türkçedir ve Türkçe üzerinden incelemeler yapılmıştır. Ayrıca imgeyi almayan sahneler çalışma kapsamı dışında bırakılarak özellikle imgeyi gösteren görsel öğelere ve dilsel kodlara yer verilerek analizler yapılmıştır.

Amaç ve Önem

Çalışmanın temel amacı Youtube’da yer alan dini grupların söylemindeki vurguları belirlemek, muhatap olunan, ele alınan konu ya da kimse ile yüz yüze kurulamayan iletişimin etkilerini incelemek, ideolojik ve kültürel temellerde giyim tarzının, beden dilinin, nesnelerin ve dini grupların dijital din söylemlerini belirlemek, incelemek, söylemin araçsallaştırılmasını ve değişimini araştırmaktır. Bununla birlikte sosyolojik bir konu olarak dijitalleşmenin toplum ve bireysel etkilenim yönünden örneklem videoların işlevleri belirtilmiştir. Buna ek olarak dijitalleşmenin toplumsallaşma üzerindeki etkilerinin nasıl gerçekleştiği, dijital mecrada dini söylemler üreten dini grup temsillerinin günün reel politik ve gündelik hayat pratiğine yönelik söylem retoriğinin nasıl bir değişim süreci geçirdiğinin anlaşılması amaçlanmıştır.

Göstergebilimsel perspektif gerek reklamcılık gibi görsel ağırlıklı gerekse de edebi, yazınsal metin türlerinin analizinde sıkça kullanılmaktadır. Göstergebilimsel yöntem ülkemizde din sosyolojisi açısından ancak bazı konulara değinilerek çalışılmıştır. Türkiye’de Youtube başta olmak üzere Facebook, Twitter vb. sanal mecralarda yer alan dini grup temsillerinin söylemleri göstergebilimsel açıdan incelenmemiştir. Bu çalışmamızda ülkemizde ilk olarak niteleyebileceğimiz bir çalışma sunarak toplumsallaşma, dini grup ve dijitallik konuları

kapsamında oluşturulan bu çalışmanın din sosyolojisi alanına katkı sağlaması arzusundayım.din sosyolojisine katkıda bulunmayı ümit etmekteyiz.

Yöntem

Bu araştırmanın örnekleme çerçevesinde seçilmiş Youtube videoları Roland Barthes'ın göstergebilimsel yöntemiyle analiz edilmektedir. “Göstergebilimsel Analiz Yöntemi”; Avrupa’da Ferdinand de Saussure, Amerika’da Charles Sanders Peirce öncülüğünde gelişmiş, sonraları da Fransa’da ve Moskova okulu çerçevesinde kurulmuştur. Göstergebilim yazılı veya sözlü yazın oyunlar, reklam gibi alanlarda, Roland Barthes'in belirgin katkılarıyla, yenilikçi bilimsel bir yaklaşım şeklinde gelişmesini sürdürmüştür. Bu yöntem hemen hemen bütün dünyada önemli sayıda çalışma ve araştırmanın yapıldığı bir bilim dalı ve yöntembilimi olarak gelişmiştir.

Göstergebilim, “göstergeleri inceleyen bilim dalı” olarak ifade edilirse bu açıdan gösterge Rifat’a göre:

İnsanların bir topluluk yaşamı içinde birbirleriyle anlaşmak amacıyla yarattıkları ve kullandıkları doğal diller (sözelimi Türkçe, Fransızca, İngilizce, çince, vb.), çeşitli jestler (el-kol-baş hareketleri), sağır-dilsiz alfabesi, trafik işaretleri, bazı meslek gruplarında kullanılan flamlar (sözelimi denizcilerin flamları), reklam afişleri, moda, mimarlık düzenlemeleri, edebiyat, resim, müzik, vb. çeşitli birimlerden oluşan birer dizgedir. Değişik gereçlerin kullanılmasıyla (ses, yazı, görüntü, hareket, vb.) gerçekleşme aşamasına gelen bu dizgeler gösterge diye adlandırılır. Sözelimi bir tablodaki bir belli kurallarla işleyen birer anlamlı bütündür. Bu anlamlı bütünlüklerin birimleri de genelde renk ögesi ya da bir figür gösterge olarak değerlendirilebileceği gibi, bir edebiyat yapıtında bir kahramanın amacı ya da davranışı veya moda dergisinde gördüğümüz bir bluz, bir etek, bir kazak, vb. çevresindeki öbür birimlerle bağlantısı olan gösterge olarak değerlendirilebilir. Herhangi bir metin veya pratiğin altında yatan süregelen-kaideler, metnin sözdizimsel ve paradigmatic (ilişkili işaretler seti) yapısı, sözdizimsel ve paradigmatic farklılıklar, imalar, anlamlar, özlüce metinde örtülü olanları açıklamaktır.⁷

Diğer bir ifadeyle göstergebilim, anlamlı bütünlükleri ya da pratiklerin yorumlanabilmesine ilişkin bir çözümlemeyle öne çıkmaktadır. Youtube’da yer alan ve amaçsal örnekleme uygun olarak seçilen ve örneklemimizi oluşturan videoların anlatım yapısı, gösterenin çözümlenmesi aşamasında kodların taşıdığı durum üzerinden videolardaki gösterilenin anlamının çözümlenmesi demektir.

Örneklem incelenirken ilgili videonun göstergebilimsel tablosuna yer verilmiştir. Burada analiz edilen içeriğin gösterge, gösteren, gösterilen kısımlarını kapsayan tablo verilmiştir. İçeriğin başlığı, tarihi, süresi, ilk bakışta ne anlatmak istediği anlaşılırken aynı zamanda görüntüsel ve metinsel içerikten, kodlardan, düzenlemeler ve yapılandırmalardan,

⁷ Mehmet Rifat, *Göstergebilimin ABC'si*, Say Yayınları, İstanbul 2009, s. 12.

dizisel/dizimsel yapıdan ayrıca ne kastedildiği gösterilen olarak belirtilmiştir. Görüntüsel anlamda kullanılan içerikler, genel gösterenler ve kodlar başlığı altında ilgili içerik genişletilerek çözümlenmiştir. Geleneksel ve dini gönderimlerin söylem, kıyafet, kurgular üzerinden ele alınışı kodların verili hali üzerinden anlaşılmaktadır. Bu sebeple anlatılan ve görünenin örüntüsel anlamda kullanılışını incelemek oldukça önemlidir. Elde edilen verilerin kodlar üzerinden yananlama dair ipuçlarını beslediği düşünülecek olursa aynı zamanda bu üçlüyü tamamlayacak unsur içeriğin dizisel/dizimsel yapısında belirlemektedir. Dolayısıyla dijital anlamda büyük bir veri barındıran ilgili video içerikleri geniş bir yelpazede ele alınmalı; çözümlerlerin kurgusal mahiyette sinematik çekim kodları, giyim kuralları, söylemin anlaşılması vs. için birer inceleme nesnesi oldukları unutulmamalıdır.

Video içeriklerinin analizi yapılırken videonun ses içeriği metinsel olarak verilmiş, bu da videonun anlatısal göstergeleri başlığında kendine yer bulmuştur. Ardından videodaki genel gösterenler, kodlar, anlatısal ve görüntüsel göstergelerin bileşiminden hareketle düzanlam ve bununla birlikte yananlam/lar belirlenerek, videonun karşıtlıklar üzerinden kurgulanan içerikleri tablo halinde videonun dizisel/dizimsel başlığı altında incelenmiştir. Ayrıca ikinci bölümde renklerin birer inceleme konusu olarak ele alınmışlardır. Renklerin diğer bir örneklem incelenirken, aynı olanı için daha önceden dipnot verildiyse tekrarlamamak adına dipnot verilmemiştir. Videoların başlıkları verilirken Türkçe yazım kurallarına uymasalar dahi olduğu gibi verilmiştir. Burada Ahmet Mahmut Ünlü'nün (Cübbeli Ahmed Hoca) “Yemek Kanalını 700.000 Kişi Takip Ediyor, Allâh İçin Yapılan Tebliğlere Neden Abone Olmuyorsunuz?” başlıklı videosunu, Kerem Önder'in Youtube kanalındaki “Vehhabi Selefiler, sadece Ehli Sünnet hocalara saldırır!” adlı videosunu, Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin “1011. Çiflik Kuracağız İnş-Nihat Hatipoğlu Ve Fatih Çıtlak Hakkındaki Görüşünüz” adlı videonun, Nureddin Yıldız'ın Youtube kanalında “Kızlarımızın sosyal medya ile imtihanı ” adlı videonu, Mustafa Özşimşekler'in kendi Youtube kanalında “İftarda Az Sahurda Çok Yemeli” başlıklı dini içerikli videosunu, Mustafa İslamoğlu'nun kendi Youtube kanalında “Cehalet tahsil etmiş allame ergenler” başlıklı dini içerikli videosu, Halil Konakçı'nın kendi Youtube kanalında yer alan “Bu Kişilerden Kaçın” başlıklı dini içerikli videosunu ve Abdulaziz Kıranşal'ın kendi Youtube kanalında yer alan “İnternette sörf yapan ümmet..” başlıklı dini içerikli videosunu görüntüsel anlatımı, genel gösterenleri ve kodlarını, anlatısal göstergeleri, anlam aktarımı (düzanlam, yananlam) ve dizisel/dizimsel yapısı açısından çözümledik.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞMANIN TEORİK TEMELLERİ VE ÇERÇEVESİ

1.1. Göstergebilim ve Göstergebilimsel Analiz

Göstergebilim diye ifade edilebilecek bir alan insanlık tarihinin başlarında yoktu. Gösterge ise her zaman vardı. İnsan hayatındaki herhangi bir durum ya da nesneyi ifade etme sürecinde rol üstlenen göstergeleri üretme ile birlikte ayrıca bu göstergelerin gerçek hayattaki mevcutlarının karşılıklarıyla olan ilişkisini ifade etme ve göstergelerle oluşan her şeyi isimlendirme amacı vardı. İşte bu amacın gerçekleşmesi konusunda “toplumsal kabul veya toplumsal kavrayış” gibi oldukça önemli bir birliktelik söz konusudur.⁸ Diğer taraftan bahsedilen birlikteliğin açtığı temel izlek ise herhangi bir nesne ya da durum karşısında hangi göstergenin yer alacağına yönelik toplumsal bir anlaşımin sağlanmış olması gerekir. Çünkü göstergelerin üretilmesinde ve toplumsal yapı içerisinde kabullenilip içselleştirilmesinde toplumsal sözleşmenin rolü oldukça önemlidir. İnsanlığın şekil, yazı, sembol, amblem vs. ortak bir anlaşıya yönelik oluşturduğu mirasın anlamlandırılması sosyal bilimler başta olmak üzere pek çok bilim dalının inceleme alanına tekabül etmektedir. Edebiyat, sanat, tarih alanlarında insanlığın yapıp etmeleri zamanla yereli de aşacak şekilde genişleyerek etkisini artırmıştır. Gazete, radyo, televizyon, internet gibi iletişim araçları bu etkiyi daha da hızlandırmıştır. Bahsedilen bu alanların etkisinin farkedilmesiyle birlikte insan unsurunun oluşturduğu toplumsallıklar ve buna benzer yapıp etmeleri sosyolojinin bilimsel olarak inceleme alanını oluşturmaktadır. Bir disiplin olarak din ve insan unsurunun getirdiği birlikteliklerin dini gruplar temelinde incelenmesi ise din sosyolojisinin alanına girmektedir. İnsanın içinde bulunduğu toplumun değerlerini, yazılı ve yazısız normlarını öğrenmesinin en önemli yolu toplumsallaşmasıyla mümkündür. Ailede başlayan bu süreç zamanla okulda sürdürülür; işte ve boş zaman faaliyetlerinde etkisini devam ettirir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla mekânsal açıdan sanal bir zemine doğru genişleyen toplumsallaşma günümüzde başta akıllı telefon, bilgisayar, üç boyutlu sanal cihazlar vs. ile oldukça yaygın hale gelmiştir. İnternetin veri içeriklerine yönelik depolama gücünün artmasıyla birlikte farklı arayüz teknolojileri, mesajlaşma ve video konferans uygulamalarının önemi artmıştır. Diğer taraftan teknolojiye bu yenilikler toplumsallaşmanın dijitallik ile ilişkide bulunmasını mümkün duruma getirmiştir. Dijital toplumsallaşmanın sağlandığı internetin, altyapı teknolojileri ve dijital bulut

⁸ Murat Kalelioğlu, “Göstergebilim Kuramının Genel Bir Değerlendirmesi, Türkiye’deki Yeri ve Önemi”, *Söylem Filoloji Dergisi*, 6/1 (2021), s. 190.

teknolojileri ile sağlanan yüksek veri hızları ile birlikte video paylaşımı da bu sayede yaygınlaşmıştır. Video paylaşımının daha kolay ve ekonomik olmasıyla birlikte bu yöne yapılan yatırımlar artmış, kullanıcıların büyük bir çoğunluğu da video paylaşım sitelerine ilgi göstermiştir. 2005 yılında kurulan ve kurulmasından bir yıl sonra da dünyanın en büyük teknoloji şirketlerinden biri olarak bilinen Google tarafından satın alınan Youtube, aynı anda canlı yayınların yapıldığı, mesajlaşılabilen, belirli süreliğine kısa videoların sunulabildiği video paylaşım sitesidir. Bahsedilen bu özelliklerle birlikte Youtube yaygın olarak yeni medya unsurları olarak tanımlanan yönüyle de bilinmektedir. Youtube'un yaygınlaşmasıyla birlikte dini grup temsillerinin de bu yöne artan ilgisi incelenmeye değerdir. Çünkü geleneksel anlamda dini anlatma yöntemleri de bu noktada sanallaşmakta, varlığını dijital alanda kanıtlama isteğinde bulunmaktadır. Genel olarak bu yöndeki girişimlerin öncelikle din diline yönelik değişimleri içeren yönü incelenmelidir. Dilin varlığına yönelik incelemelerin edebiyat ve iletişim ile birlikte sosyoloji alanını da kapsadığı açıktır. Ancak dini grup temsillerinin varlığı söz konusu olunca bu inceleme din sosyolojini de kapsamaktadır. Dini grup temsillerinin Youtube'daki videoları incelenirken din diline yönelik değişimin incelenmesi tek başına yeterli değildir. Çünkü inceleme nesnesi videolardır ve videolar sadece dil değil; aynı zamanda kurgu, ses, ışık, renk, sembol, kıyafet, çekim açısı gibi direkt olarak kasdi tercihleri de barındırmaktadır. Dolayısıyla incelenecek olan nesnelerin sayılan içerikleri ve tercihleri de göz önünde bulundurulmalıdır. İşte bu noktada göstergebilim yöntem olarak seçilmesi zorunlu bir gönüllülük olarak ifade edilmelidir. Çünkü göstergebilim insanın tercih ettiği seçeneklerin altında yatan katmanların da incelenmesini mümkün kılmaktadır.

Göstergebilimsel analiz günümüzde farklı pek çok disiplinde yapılan çalışmalarla toplumsal sorun ve süreçlere değişik bakış açıları getirmek, kavramlar üretmek ve bunları yorumlama özelliği sağlaması bakımından etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Çalışmamız, veri analizi noktasında temellerini göstergebilimsel analize dayandırmaktadır. Göstergebilimsel analiz, oldukça sık başvurulanan bir veri analiz yöntemidir.

1.1.1. Göstergebilim ve Tarihi

Türkçede göstergebilim olarak karşıladığımız semiyoloji (semiologie) kavramı Eski Yunanca semeion (gösterge) ve logia (söz, kuram) sözcüklerinin bir araya gelmesinden oluşmuştur.⁹ Yunanlılar semeion kavramını kendisinin dışında herhangi başka bir şeklin, şeyin ve biçimin yahut objenin yerine geçen ve onu simgeleyen bir gösterge olarak kullanmışlardır.¹⁰

⁹ Rifat, *Göstergebilimin ABC'si*, s. 27.

¹⁰ Umberto Eco, *Alımlama Göstergebilimi*, çev. Sema Rifat, Düzlem Yayınları, İstanbul 1991, s. 50.

Gösterge felsefi bir terim olarak M.Ö. 5. Yüzyılda Hippokrates (M.Ö. 460 [?]-375 [?])¹¹ ve Parmenides (M.Ö. 515- 460) tarafından kanıt ve semptom anlamlarına gelecek şekilde kullanılmıştır. Stoacılar ise M.Ö. 3. yüzyılda mantık ve dil alanındaki tartışmalar ışığında bir göstergeler öğretisi ortaya koymuşlardır.¹² Stoacılar burada gösteren (sennainon) ile gösterilen (semainomenon) arasındaki karşıtlıklardan bahsetmişlerdir. Galenos (ö. 200 [?]) tarafından hastalık belirtilerinin araştırılması anlamında da kullanılan semeiotike kavramı daha sonra Batı düşünce tarihinde bir göstergeler öğretisinin oluşmasına öncülük etmiştir.¹³

Göstergebilimin ilk başta Eski Yunan’da başlayan sonrasında Fransızlarla devam eden, dil olguları etrafında şekillenen dil çalışmaları çerçevesinde kendine yer bularak ismini alması, temel tasarılar ve kurallar düzeyinde kullanılması aslında çok eskilere dayanmasına rağmen bir bilim dalı olarak belirmesi ancak 20. yüzyılın ikinci yarısından sonradır. Ortaçağ’da ise Nominalistler olarak isimlendirilen bir grup araştırmacı da gösterge sorununa eğilmiştir. Göstergebilime adını veren ilk kişiye İngiliz filozof John Locke (1632-1704) olmuştur. Locke, *An Essay Concerning Human Understanding (İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme)* isimli eserinde ilk kez semeiotike terimini kullanarak bunu göstergeler öğretisi veya mantık olarak nitelemektedir. Ona göre göstergebilim zihnin şeyleri kavraması ve elde ettiği bilgileri başkalarına aktarması için göstegelerin niteliğini inceleme çabasıdır.¹⁴ Buna göre o, göstergebilimi Physike (doğa felsefesi), Praktike (Ahlak) ve Logike (Semeiotike/Göstergeler öğretisi/Mantık) şeklinde üç kısma ayırmıştır.

Göstergebilimin 1950’li yıllarla birlikte yaygınlaşmaya başlaması toplumsal ve kültürel açıdan da değerlendirilebilir. Buna göre Dünya ülkeleri uzun süren savaş dönemlerinin ardından, yirminci yüzyılın ikinci yarısında alım gücüne bağlı artan bir refah dönemine girmiştir. İşte bu bolluk üretimin bir sonucu olarak da bu yöndeki artışlar tüketimin ön plana çıkmasıyla sonuçlanmıştır. Buna ek olarak o dönemde kitle iletişim araçları bilinen reklam, sinema, televizyon gibi medya araçları hızla yayılarak toplumu, kolay tüketilen değerlerden ibaret göstergeler dünyasına yöneltmek teşvik etmektedir. Ayrıca kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, sadece birey olarak insanları değil, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşmasına olanak tanıyan bir yön oluşmasına da neden olmaktadır. Bu durum da yabancı dil öğrenme ve bunu kolay bir şekilde gerçekleştirme, turizm, seyahat, ekonomik ve siyasal iş birliği, topluluklar, birlikler vs. gereksinimini doğurmaktadır. Dilbilimde elde edilen bilgilerle sayılan

¹¹ Tıbbın babası olarak görülen Hipokrates hakkında detaylı bilgi için bk. Esin Kahya, “Hipokrat”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XVIII, ss. 119-121.

¹² Ahmet Güneş, “Göstergebilim Tarihi”, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 8/4 (2013), s.334.

¹³ Rifat, *Göstergebilimin ABC’si*, s. 27-28.

¹⁴ John Locke, *An Essay Concerning Human Understanding*, ed. Roger Woolhouse, Penguin Books, England 1997, s. 634-635.

bu alanlara verilen önemin artmasıyla edebiyat, reklamcılık gibi farklı alanlar da ön plana çıkmaktadır. Hızlı tüketilen ve kolaylıkla büyük kitlelere ulaşmayı sağlayan film, dizi, reklam gibi eğlencelik unsurların temelinde yatan dizgeler araştırılmaktadır. Bunun sonuçları, yine iletişim alanında uygulanmaktadır.

Göstergebilim tarih boyunca mantık, matematik, felsefe ve daha çok dilbilim gibi disiplinlerin temsilcileri tarafından kullanılmıştır. Lock'tan sonra çağdaş göstergebilimin kurucuları arasında yer alan iki önemli araştırmacı vardır. Bu araştırmacılar Ferdinand de Saussure (1857-1913) ve Charles Sanders Peirce (1839-1914)'dir. Saussure ve Peirce'ün kurarak öncülük ettiği göstergebilim, 1960'lardan sonra gelişerek bağımsız bir bilim dalı olmuştur. Bu süreçte Saussure, Avrupa geleneğinin oluşmasına öncülük ederek Louis Hjelmslev (1899-1965), Roland Barthes (1915-1980), Claude Lévi-Strauss (1908-2009), Julia Kristeva (1941-), Christian Metz (1931-1993), Algirdas J. Greimas (1917-1992) ve Jean Baudrillard (1929-2007) gibi araştırmacılarca takip edilmiştir. Diğer taraftan Peirce'e dayanan Amerika geleneğini ise Charles K. Ogden (1889-1957), Charles W. Morris (1901-1979), Ivor A. Richards (1893-1979), Umberto Eco (1932-2016) ve Thomas Sebeok (1920-2001) gibi araştırmacılar benimsemiştir.¹⁵

Göstergebilimi bir bilim dalı olacak şekilde düşünen Saussure bu duruma şu sözlerle dikkat çekmiştir:

“Demek ki, göstergelerin toplum yaşamı içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim tasarlanabilir: Toplumsal ruhbilime, bunun sonucu olarak da genel ruhbilime bağlanacak bir bilim. Göstergebilim (Fr. sémiologie <Yun. Semeïon 'gösterge'den) diye adlandıracağız biz bu bilimi.”¹⁶

Toplumda var olan göstergelerin incelenmesi gerektiğini söyleyen Saussure bunu inceleyecek olan bir bilim dalı önerisinde bulunmaktadır. Bu durum göstergebilimin bir bilim dalı olarak ortaya çıkmaya başlamasının da ilk örneklerindendir.

Saussure'den öncesi dilbilimcilere göre dil, ayrı ayrı özlere sahip olan bir takım dil olgularından meydana gelmişti. Bu nedenle dil ile ilgili çalışmalar dilde meydana gelen değişimleri incelemek ve kuralları artzamanlı bir anlayışla ele alınmaktaydı. Ancak Saussure dili eşzamamanlı, kendi kendine yeterli bir ve bağımsız bir sistem içerisinde ele almayı uygun görmüştür.¹⁷ Saussure burada artzamanlı ve eşzamamanlı kavramlardan kastını ise bir santranç

¹⁵ Söz konusu yazarlar ve görüşleri hakkında detaylı bilgi için bkz. Rifat, *Göstergebilimin ABC'si*, s. 30-41; Mehmet Rifat, *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları*, YKY Yayınları, İstanbul 1998, s. 111- 183; Ahmet Güneş, “Çağdaş Bir Çözümleme Yöntemi: Göstergebilim”, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7/2 (2012), s. 38.

¹⁶ Ferdinand De Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri*, çev. Berke Vardar, Birey ve Toplum Yayınları, İstanbul, 1985, s. 18.

¹⁷ Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri*, s. 97-109; Berna Moran, *Edebiyat Kuramları ve Eleştirileri*, İletişim Yayınları, İstanbul 2002, s. 186-187.

oyununu örneklendirerek anlatmaya çalışmıştır.¹⁸ Örneğin bir kişi santranç oyununun tarihsel sürecini ve aşamalarını bilmeden sadece o oyunu birkaç gün seyrederek ve taşların hareketlerini inceleyerek öğrenebilir. İşte bu eşzamanlı bir öğrenime örnek iken bir kişinin santranç oyununu tarihsel aşamalarını okuyarak öğrenmesi ise artzamanlı bir öğrenime örnektir. İşte Saussure'un dilin tarihsel boyutundan ziyade dilin dizgesel boyutunu ön plana çıkartması çağdaş dilbilimi derinden etkilemiştir. Nitekim Saussure'nin açtığı bu yolda göstergebilim ayrıca kültürel dizgelerde üretilen dilsel olmayan göstergeleri de açıklamak için yeni bir inceleme alanı olarak görülmeye başlanmıştır.

Saussure, dil olgusu hakkında yapılan çalışmaların üç evreden geçtiğini ifade etmektedir. Buna göre birinci evre, kuralcı dilbilgisine dair yapılan çalışmalardır. Bu evrede, yalnızca doğru biçimleri yanlış biçimlerden ayıracak kuralları koymak hedeflenmiştir. İkinci evre ise 1700'lü yılların son çeyreğinde başlayıp günümüze kadar devam eden ve yazılı metinlerden hareketle tarihi inceleme alanını genişleterek gelenekleri, kurumları, vb. yorumlama, açıklama çerçevesinde yapılan filolojik çalışmalardır. Üçüncü evreyi ise 19. yüzyılın ikinci çeyreğinde, dillerin birbirleriyle karşılaştırılmasıyla başlayıp bu yönde devam eden karşılaştırmalı dilbilgisi çalışmaları oluşturmaktadır.¹⁹

Saussure'un göstergebilimi her ne kadar dilbilimi temele alsada aslında o göstergebilimi, dilbilimi de kapsayacak şekilde içine alan bir üst kuram olarak işaret etmiştir. Saussure öncelikle dilin tanımını bazı karşıtlıklar üzerinden bulmaya çalışmıştır. Bu karşıtlıklardan ilki ise söz (parole) ile dil (langue) arasındadır. Bu yönüyle o yapısalcı bir tutum sergilemiştir. Ona göre söz bireysel bir istem ve anlak edimi iken dil yetisinin dışında kalan toplumsal bir alana işaret etmektedir.²⁰ Diğer bir ifadeyle dil, varlığını toplum üyelerinin bir tür sözleşme ile oluşturdukları ve bireyin tek başına yaratıp değiştiremeyeceği bir alanı ifade etmektedir. İşte dilbilim söz ve dil arasındaki bu yapıyı incelemektedir. Çünkü dilbilimin sınırları tümceyi aşp da ötesine geçemediğinden tümce ötesi dile ait olmayan değişik türden göstergelerin de anlamlandırılması için sosyal yaşamın, kültürün ve bununla bağlantılı olarak toplumsal kimlik olgusunun daha iyi anlaşılması gerekmektedir. Böylelikle Saussure, bilimsel bir yöntem olarak göstergebiliminin önemine işaret etmiştir.²¹

Saussure'nin yaptığı diğer bir karşıtlık ise gösteren ve gösterilen üzerine kuruludur. Sözcükler bir şeye işaret ederler ve bu nedenle bir gösterge olurlar. Gösterge ise ses (gösteren) ve kavram (gösterilen) olarak iki kısma ayrılmaktadır. Örneğin "köpek" denildiği zaman

¹⁸ Moran, *Edebiyat Kuramları ve Eleştirileri*, s. 187.

¹⁹ Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri*, s. 1-2.

²⁰ Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri*, s. 16-18.

²¹ Kalelioğlu, "Göstergebilim Kuramının Genel Bir Değerlendirmesi, Türkiye'deki Yeri ve Önemi", s. 190.

ağızdan çıkan ses imgesi gösteren iken bu sesin işaret ettiği köpek kavramı ise gösterilen olmaktadır. Aslında Saussure buradan hareketle göstergenin nedensizliği veya göstergenin keyfiliği (arbitrary) ilkesini göstermek istemiştir.²² Örneğin “armut” kavramının göstereni a-r-m-u-t ses dizilişi ile bir ilgisi yoktur. Çünkü armut başka dillerde pear, birne vb. şekilde adlandırılabilir. Yani kavramlar farklı dillerde farklı ses dizilişleriyle ifade edilebilmektedir. Bu durum ise gösteren-gösterilen ilişkisinin toplumsal anlaşmaya dayanan bir keyfilikten geldiğini kanıtlamaktadır. Dili bir töz değil de bir biçim olarak gören Saussure dili karmaşık öğelerin kurduğu bir denge olarak görmüştür.²³ Saussure’nin düşündüğü ve karşıtlıklar üzerine temellendirdiği dil kuramı ve dil ile kültür arasında kurduğu ilişki yeni bir bilimin yani göstergebilimin doğmasını sağlamıştır. Buna göre söz konusu bu gelişme göstergebilimin matematikten mantığa, sanattan mimariye, medyadan iletişime kadar hemen her alanda uygulanabilmesinin de önünü açmıştır.

Göstergebilimle ilgili diğer bir önemli kişi ise Charles Peirce’dir. Öyle ki Peirce, çağdaş göstergebilimin bağımsız bir bilim dalı haline gelmesini sağlayan kişidir. Ona göre semiotik, göstergelerin biçimsel öğretisinin tümünü içine alan bir göstergeler kuramıdır. Mantık ile göstergebilimin neredeyse aynı şey olduğunu ve bu ikisinin soyutlama ve simgeleme edimleri açısından benzer olduğunu düşünen Peirce²⁴ bu bağlamda göstergebilimi 1. Salt (katışıksız) dilbilgisi/gramer; 2. Gerçek anlamıyla mantık; 3. Salt (katışıksız) sözbilim veya retorik şeklinde üç kısma ayırmıştır.²⁵ Salt dilbilgisi, göstergenin anlamlandırılması için gerçeğe uygun yanını belirtmektedir. Mantık, göstergelerin nesneye uygunluğu açısından gerekli olan zorunlu doğruluk durumunun bilimidir. Salt sözbilim ise bir göstergenin başka bir göstergeyi ortaya çıkarmasını ve çoğalmasını sağlayan kuralları keşfetmeyi amaçlamaktadır.

Saussure gibi göstergebilimi toplum ve kültür ile ilişkilendiren Peirce de aslında göstergelerin ve gerçeklik anlayışımızın kökeninde bireylerin toplum oluşturmalarının yattığını iddia etmektedir. Diğer bir ifadeyle söyleyecek olursak Peirce’ye göre biz semiyotik topluluğun dışında biz bir anlam ifade etmiyoruz. Peirce pragmatik bir felsefe anlayışından da hareket ederek bilginin, doğruluğun ve anlamın ortaya çıkışını toplumsallığa bağlamıştır. Ona göre dünya bir göstergeler sistemidir ve bu göstergeleri incelerken yapılması gereken şey dünyayı anlamlandırmaktır.

²² Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri*, s. 70-76.

²³ Mehmet Fatih Ünal, “Göstergebilimin Serüveni”, *Mütefekkir*, 3/6 (2016), s. 388.

²⁴ Charles Sanders Peirce, *Philosophical Writings of Peirce*, ed. Justus Buckler, Dover Publication, 1955 New York, s. 98; Fatma Erkan, *Göstergebilime Giriş*, Alan Yayıncılık, İstanbul 1987, s. 28.

²⁵ Peirce’nin mantık ile ilgili görüşlerinin detaylı bilgisi için bkz. Peirce, *Philosophical Writings of Peirce*, s. 98-128; Charles Sanders Peirce, “Göstergeler Kuramı: Göstergebilim”, *XX Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları 2 Temel Metinler*, çev. Mehmet- Sema Rifat, Om Yayınevi, İstanbul 2000.

Göstergebilime katkısı açısından Peirce'in göstergeleri çeşitli niteliklere göre yaptığı sınıflama, günümüz göstergebiliminde önemini halen devam ettirmektedir. Onun bu yaklaşımının en önemli özelliği gösterge kavramı için önerdiği tanımlar ve sınıflamalardır. Söz konusu yaklaşım göstergesel olguları eksiksiz sınıflandırmayı amaçlamakta ve üçlüklere dayalı bir sınıflandırma önermektedir. Peirce sonuç olarak 10 üçlük ve 66 sınıftan oluşan bir sınıflama sistemi oluşturmuştur.²⁶ Her düşüncenin bir işaret ve her göstergenin ise bir ilişkiyi ifade ettiğini düşünen Peirce kendi pragmatik felsefesindeki²⁷ göstergeye dayanan ve bu göstergelerin dünyadaki nesnelerle kurduğu tecrübeden hareketle insanın dünya ile pozitif ilişkisini güçlendirmeye çalışmakta olduğunu söyleyebiliriz.

Çağdaş göstergebilimin önde gelen isimlerinden birisi ve yapısalcılığın edebiyat eleştirilerine uyarlanması ile tanınan diğer bir isim ise Roland Barthes'tir. O, çok yönlü bir kişiliktir. Barthes göstergebilimci olmasının yanında edebiyatçı, çağdaş söylenbilimci, sanat eleştirmeni hatta bir filozof olarak da tanınmaktadır. Barthes'ın çok yönlü bir kişiliğe sahip olması onun semiyolojisinin de çok yönlü bir yapıya sahip olmasını sağlamıştır. Sosyoloji, sanat, antropoloji, politika ve popüler medya konularında göstergebilim açısından önemli çalışmalar yapmıştır. Barthes'ın göstergebilim diye adlandırılan yeni bir bilim dalı kurma amacı yaptığı çalışmaların temel kaygısı olmuştur.²⁸

Barthes, Saussure'ün göstergebilimi dilbilimin üstüne yerleştirmesini onaylamamış ve bu durumu tersine çevirerek göstergebilimi dilbilimin alt bölümü olarak ele almıştır.²⁹ O, göstergebilim hakkında şunları söylemiştir:

“Böylece göstergebilimci başlangıçta her ne kadar dildışı tözler üstünde çalışırsa da, ilerlediği yol üstünde, er geç, dili ("gerçek anlamda dili") bulacaktır; bu dil de yalnızca örnekçe olarak değil de bileşen, aracı ya da gösterilen olarak kendini ortaya koyacaktır. Bununla birlikte, böyle bir dil, artık tam anlamıyla dilbilimcilerin dili de değildir: İkinci bir dildir bu; birimleri de, anlambirimler ya da sesbirimler değil ama söylemin daha büyük parçalarıdır; bunlar, dilin *altında* anlam taşıyan ama hiçbir zaman onsuz olamayan nesnelere ya da küçük küçük olaylara gönderir. Demek ki, göstergebilim belki de bir *öte-dilbilimin* içinde yerini alacaktır; bu öte-dilbilimin gereçleri de kimi zaman mit, anlatı, gazete yazısı olacak, kimi zaman da *konusuldukları* kadarıyla (basında, tanıtma ilanlarında, görüşmede, konuşmada ve hatta belki de düşsel türden iç dilde) uygarlığımızın nesneleri olacaktır.”³⁰

Barthes yukarıdaki alıntıdan da anlaşılacağı üzere göstergebilimi, sözü de kapsayacak şekilde genişleterek aslında bir “ötebilim”den bahsetmiştir. Bu yönüyle göstergebilim; söylemi,

²⁶ Mehmet Rifat, *Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2013, s. 179.

²⁷ Charles Peirce'ün pragmatik felsefesi hakkında detaylı bilgi için bkz. Celal Türer, *Charles Peirce'ün Pragmatik Felsefesi*, ed. İsmail Doğu, Üniversite Kitabevi, İstanbul 2003.

²⁸ Rifat, *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları*, s. 161.

²⁹ Erkman, *Göstergebilime Giriş*, s. 28.

³⁰ Roland Barthes, *Göstergebilimsel Serüven*, çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1993, s. 24.

görsel ürünleri ve sözlü/sözsüz her tür nesne ya da durumu kendine dilsel olarak açımlayarak tüm bunların anlamı pekiştirmiş olacaktır. Burada üzerinde durulan diğer bir konu ise göstergebilimin mit, anlatı, gazete yazısı, basın, tanıtma ilanı gibi nerdeyse tüm alanları kapsayacak şekilde genişletilmesidir. Aslında Barthes, Saussure'ün düşüncelerini de alıp işleyerek göstergebilimin alanını ciddi anlamda genişletmiştir.

Saussure gibi yazıya ağırlık vermeyen Barthes bunun aksine moda, mutfak ve yazının gösterge dizgelerinin gerçekliğini dilden aldığını iddia ederek göstergebilimde dilin her yerde olduğunu düşünmüştür.³¹ Barthes *Elements of Semiology (Gösterge Bilimin İlkeleri)* adını verdiği eserinde söz konusu ilkelerin amacını şu şekilde açıklamaktadır:

“Bu nedenle göstergebilim, özü ve sınırları ne olursa olsun herhangi bir gösterge sistemini almayı amaçlar ki bunlar ritüel, gelenek veya kamusal eğlencenin içeriğini oluşturan imgeler, jestler, müzikal sesler, nesneler ve bunların karmaşık çağrışımlarını her ne kadar bunlar dil değilse de en azından anlamlandırma sistemlerini oluştururlar.”³²

Barthes göstergebilimin ilkelerinin amacını açıklamış ve her ne kadar görüntüler, jestler, müzikler ve törenler gibi tözler bir dil meydana getirmese de bunların oluşturduğu karmaşaların anlamlı dizgeler oluşturduğunu dile getirmiştir.

Çağdaş sosyal bilimler alanında bir üst dil kurmayı amaçlayan Barthes ile birlikte artık göstergebilim, göstergelerin sosyolojik boyutuna da işaret edecek şekilde kurgulanmıştır. Örneğin şampuan veya kadınların magazin reklamları ve bu reklamlarda yer alan resim veya politik söylemler bağımsız değildir; aksine gösterenlerin dizgeleriyle bağlantılıdır. Aslında gösterge tek başına anlamlı değildir ve ancak başka göstergeler ile birlikte anlam kazanmaktadır. Buradan hareketle onun kendi yapısalcı metodunu teknik bir incelemeden daha fazlası olarak gördüğünü söylemek mümkündür. Bu yapısalcı metod için üç aşamadan söz edilebilir. Bunları sırasıyla şöyle dile getirebiliriz: Her nesne bizim dünyamızda bir göstergedir, her gösterge ilişki kurduğu diğer bir gösteren ile yayılır, göstergenin gösteren ile kurduğu ilişki dil sisteminin kendine özgü yönüyle kodlanır. Barthes burada yazının sadece bir metinden meydana gelmediğinin altını çizerek bu metnin sosyal bir içeriğe de sahip olduğunu göstermek istemektedir. Öyle ki bir yazarın eseri kolektif bir bilinç yani toplumsal bir yapı ile birlikte anlaşılmakta ve bu yönüyle de hem yazarın hem de okuyucunun kültürel iklimini yansıtmaktadır.³³ Anlaşıldığı üzere kültürün ve sosyal yapının dil olgusunu ne kadar çok etkilediği düşüncesi Barthes için vazgeçilmez konumda yer almaktadır.

³¹ Ufuk Bircan, “Roland Barthes ve Göstergebilim”, *Sbard*, 13/26 (2015/2), s. 19.

³² Roland Barthes, *Elements of Semiology*, Translated by Annette Lavers and Colin Smith, Hill and Wang Publisher, 1967 New York, s. 9.

³³ Richard Kearney, *Modern Movements in European Philosophy*, Manchester University Press, Manchester 2003, s. 320-322.

Barthes, *Elements of Semiology (Gösterge Bilimin İlkeleri)* adlı eserinde göstergebilimin ilkelerini yapısal dilbilimden kaynaklanan dört ana başlık altında şu şekilde toplamıştır: 1. Dil ve Söz; 2. Gösterilen ve Gösteren; 3. Dizge ve Dizim; 4. Düz anlam ve Yananlam.³⁴ Barthes bu sınıflandırmayı yapısal dilbilimden hareket ederek ve ikili karşıtlıklar üzerinden oluşturmuştur. Ona göre böylesi bir sınıflandırma çağdaş olgular dünyasını da anlamamıza yardımcı olacaktır.

Saussure, dil ve söz karşıtlığını dil yetisinin çok karmaşık olmasından hareketle açıklarken; dil yetisinin hem topluma hem de bireye ait olan yönlerinden bahsetmiştir. Bu karmaşıklıktan uzaklaşıldığında ise iletişimin gereklerinden biri olan dile varılmaktadır. Barthes ise dil kavramının Saussure tarafından değerler dizgesi yönünden ele alınmasını eleştirerek böylesi bir değerlendirmenin göstergebilimsel açıdan ele alınması gerektiğini savunmuştur. Saussure’cü dilbiliminden Barthes’ci göstergebilimine geçildiğinde dil-söz ayrımının bazı değişikliklere uğraması kaçınılmazdır. Barthes burada giysi dizgesini ele alarak iletişim için hangi maddenin kullanıldığına göre onu üç farklı sisteme bölmek gerektiğini söylemiştir.³⁵ Bunlardan ilki yazılı şekilde “giysi veya bir moda dergisinde eklemli bir dille betimlendiği şekliyle giysi”dir. Burada tasvir edilen şekliyle giyside bir “konuşma” neredeyse yoktur ve anlatılan giysi asla moda kurallarının bireysel olarak ele alınmasına tekabül etmez; sistematize edilmiş işaretler ve kurallar dizisi: saf haliyle bir dildir. Barthes burada Saussure’ün şemasına göre, konuşma olmadan bir dil imkansız olduğunu söylemekte ve kabul edilemez olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre burada bir soyutlamanın olduğundan bahsetmek gerekir. İşte bu nedenle burada yer alan moda, giysiler (hakkında yazıldığı gibi) ilkel iletişim düzeyinde dil ve sözlü iletişim düzeyinde konuşma şeklini almaktadır.³⁶ İkinci olarak fotoğraflanmış giysiler (konuyu basitleştirmek için, sözlü betimlemeyle yineleme olmadığını varsayarsak) ele alınmalıdır. Burayı kısaca özetlemek gerekirse fotoğrafta yer alan giyinmiş bir kişi vardır ve o kişinin giydiği her şey göstergebilim tarafından incelenerek analiz edilmelidir. Her ne kadar giyinme giyimden kaynaklansa da giyinmeyi ele aldığımızda bunun kendine ait göstergeleri olduğunu kabul etmemiz gerekir. Üçüncü olarak da giyilen giysiler yer alır. Burada giyilen her bir giysi örneğin bir bere ya da melon şapka giymek aynı anlamı taşımaz. Bu nedenle giyilen giysiler farklı anlamlar içermektedir.

Giysinin sadece sistem olmayıp bir gösterge sistemi olduğunu düşünen Barthes, bu durumun sebebinin ise giysilere toplum tarafından sınırsız anlamlar yüklenebilmesiyle açıklamaktadır. Bir yönüyle örtünmek için kullanılan giysi aslında bundan daha ötesine yani ait

³⁴ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 12.

³⁵ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 26-27.

³⁶ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 26-27.

olduğu toplumun kültürüne işaret eder hale gelmektedir. Kültür içerisinde çeşitli anlam dizgeleri oluşturan giysiler ise daha sonra anlam dizgeleri sayesinde mitlere dönüşmektedir.³⁷ Burada sözcüklerin yerini biçimler ve bazı kodlar alır. Giysinin bedeni biçimlendirmesi ile oluşan basit göstergeler ise gösteren ve gösterileni ifade eder. Barthes burada söz ve dil arasındaki karşıtıklardan hareketle besin, mobilya, giysi vb. olgu kümelerini bazen dil bazen de söz kategorisiyle çözümlemiştir. Barthes dil ve söz ayrımından sonra gösterilen ve gösteren başlığına geçmiştir.

Gösterge ile ilgili herhangi bir tanım yapmadan önce Barthes, Saussure başta olmak üzere birçok araştırmacıyı göstergeyi ele alış biçimleri yönünden eleştirir. Ona göre gösteren ve gösterilenin diyalektik sonucu gereği göstergeyi oluşturduğu düşünmek ne kadar hatalı ise gösterge ile göstereni birbiri yerine kullanmak da o kadar hatalıdır.³⁸ Gösterge, dilsel ve göstergebilimsel olarak iki kısma ayrılmaktadır. Gösterilen ve gösteren hem dilbilimin içinde yer alan biçimi hem de dilbilimin dışındaki töz karşıtlığını vermektedir. Konuyu daha iyi anlamak için gül örneğine bakalım. Canlı bir nesne olan gülü sevdiğimiz birine hediye edersek gülü bir aşk gösterileni ile süslemiş oluruz. Burada gül canlı bir nesne olarak bir gösteren durumunda iken hediye edilen gül bir gösterge durumunda yer almaktadır.³⁹ Bu nedenle gösterge söz konusu göstergeyi kullanan kişinin ondan ne anladığı ile ilgilidir. Barthes gösterileni ise gösterenin iki bağlantısal ilişkisinden birisi şeklinde tanımlamaktadır.⁴⁰ Onu gösterilenden ayıran tek fark, gösterilenin bir dolayımlayıcı olması şeklinde olmasından kaynaklıdır. Barthes'e göre gösterge ve gösterilen arasında var olan ilişkiyi anlamlandırma işi toplumsal bir sözleşmeye dayanmaktadır. Burada dildeki harflerin seçimi rastlantısal olurken, geriye kalan kısımda ise dildışı gösterge ve gösterilen arasında benzeşimler içeren ve rastlantısal olmayan nedenli yapılar söz konusudur.

Gösterge ele alınırken sade gösteren gösterilen ilişkisi bağlamında değil bulunduğu çevresiyle olan bağıntısı ile de ele alınmalıdır. Gösterge ve gösterilen arasındaki ilişkiyi anlamlandırma noktasında Barthes, Saussure tarafından kullanılan bir kağıt örneğini verir.⁴¹ Burada kağıt üzerinde arkalı önlü çeşitli şekiller olduğunu ve kağıdın çeşitli parçalara ayrıldığını düşünelim. Kağıdı yeniden birleştirmek için arkalı önlü şekilde yeniden anlamlandırılarak bir araya getirilmesi gerekir. Doğru birleştirme işlemi ise bir anlamlandırma olayına işaret etmektedir. Barthes buradan hareketle yeni göstergebilimin görevini düzenli olan

³⁷ Bircan, "Roland Barthes ve Göstergebilim", s. 22.

³⁸ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 35-39

³⁹ Bircan, "Roland Barthes ve Göstergebilim", s. 22.

⁴⁰ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 43.

⁴¹ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 56.

parçaların bölünmesi ve bu parçaların yardımıyla eklemleme eklemleme giden bir çözümleme işi olduğunu söylemektedir. O bundan sonra ise dizim ve dizge konusuna açıklık getirmeye çalışmaktadır.

Barthes, yukarıda bahsettiği göstergebilimsel çözümlemeye olguların dilin dizim ve dizge bağlamında ele alınması sayesinde olacağı görüşündedir. Ona göre dizim, salt bir söze indirgenmez. Bu nedenle tüm göstergeler için kullanılabilecek bir dil ekseninden bahsetmek mümkündür. Dil eklemli bir yapıdır ve bir yönüyle de gerçeğin bölünmesiyle oluşmaktadır. Dizim bir zincir gibidir ve anlam ancak bu dizimin eklemlemeyle ortaya çıkmaktadır. Burada gösteren ve gösterilen dizimin eşanlı bölünmesiyle ortaya çıkmaktadır.⁴² Dizim için yapılması gereken diğer bir şey ise değiştirim denilen yolla bir gösterilenin diğer bir gösterilenin yerini alıp almadığını kontrol etmekle olur. Dizimin özellikleri ile ilgili birkaç madde daha açıkladıktan sonra Barthes dizgeyi açıklamaya koyulur. Dizge ise dizimsel düzlemin aksine aynı zaman içerisinde bir araya gelmeyen öğelerin zihindeki çağrışımlar sayesinde birbirine bağlanması anlamına gelmektedir. Barthes dizim ve dizge arasında var olan karşıtlıklar üzerine de durmuş ve detaylı açıklamalar yapmıştır. Bu karşıtlıklar göstergebilimsel araştırmayı durağan olmaktan uzaklaştırarak göstergebilimde kullanılabilecek bir alan haline getirmektedir. Barthes son olarak dizge ve dizim arasındaki ilişkiden doğan yansılaşma ilişkisine de değinmektedir.⁴³ O, daha sonra ise düz anlam ve yananlam başlığını incelemeye geçmiştir.

Barthes dilbilimsel çözümlemeyi göstergebilimsel bir çözümlemeye geçerken bazı temel kavramlar kullanmıştır. Bu kavram düzanlam (denotation), yananlam (connotation), üstdil (metalanguage) şeklindedir.⁴⁴ Bu anlamlama dizgeleri ise bir gösteren ve gösterilen dizgelerinden meydana gelmektedirler. İlk dizge Gösteren (A), Gösterilen (B) ve Göstergeden (İ) oluşan ilk dizge düzanlamın çıkartıldığı yerdir. Burada birinci dizgeyi kapsayan ikinci dizge ise yananlamı vermektedir. Yani burada düz anlam dizgesinin göstereninden (A) yeni bir gösteren ve gösterilen oluşturmak yananlamı oluşturmaktadır. Diğer taraftan üstdil ise bir gösterge dizgesini inceleyen bir gösterge dizgesidir. Diğer bir ifadeyle gösterilen (B) ve göstergeden (İ) oluşan bir dizgedir. Barthes, düz anlamın sürekli olarak bir yananlam üretebildiğinden bahseder. Kendisi de bir dizge olan yananlam gösteren, gösterilen ve bunları bir anlamlandırma ile sonuçlandırılmış bir oluşu kapsamaktadır.⁴⁵ Yananlamın birçok işlevi

⁴² Barthes, *Elements of Semiology*, s. 64.

⁴³ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 62-88.

⁴⁴ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 89-90.

⁴⁵ Barthes, *Elements of Semiology*, s. 91.

vardır.⁴⁶ Bunlardan ilki dizgeler aracılığıyla insanın hem tarih hem de kültür dünyasını ele alınmasını sağlamaktır. İkincisi ise çağrışım ve mit boyutlarına sahip olmasından hareket ederek ideolojilerin yorumlanmasına olanak tanımlamaktır. Yananlam, her ne kadar, düzanlamı kapsasa da onu tüketmez. Düzanlamdan her zaman kendine özgü bir şey kalır. Düzanlam düzlemi en açık şekilde birincil anlama gönderme yaparken, yananlam düzlemi insanın kültürel ve sosyal yönüne yani mit boyutunu da içermektedir. Barthes bu durumu şu şekilde özetlemektedir:

Barthes yananlam ve düzanlam arasındaki farklılığın azından fotoğrafçılıkta belirgin olduğunu ileri sürer. Düzanlam, fotoğraf makinesinin doğrultulduğu nesnenin film üzerinde mekanik bir yeniden üretimidir. Yananlam ise bu sürecin insani boyutudur: çerçeve içine neyin dahil edileceğinin, odağın, ışığın, kamera açısının, filmin kalitesinin ve benzerlerinin seçimidir.⁴⁷

Barthes, birçok fotoğrafı bir gösterge olarak almış ve göstergebilimsel açıdan da değerlendirmiştir. Çünkü ona göre her fotoğraf bir mesaj içermektedir. İlgi duyduğu birçok fotoğrafı kendisinde hissettirdiği şeylerin yanında nelere göndermeler yaptığını da inceleyen Barthes, aslında göstergebilimsel açıdan yararlı bir çalışma yapmıştır.⁴⁸ Fotoğrafları göstergebilimsel açıdan değerlendiren Barthes günümüzde videoların da bu yolla incelenebilmesinin yolunu açmıştır.

1.1.2. Göstergebilimsel Analiz

Günümüzde kitle iletişim araçlarının artması sosyal medya platformlarının da aktif olarak kullanılmasına yol açmıştır. İnsanlar başta YouTube olmak üzere Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, Skype vb. sosyal platform üzerinden haberleşmekte ve iletişim kurmaktadır.⁴⁹ Bir yönüyle bütün toplumları birçok açıdan etkileyen, hedefi haline getiren ve yönlendiren iletişim araçlarının sunduğu sanal ortamların neyi hangi boyutlarda, nasıl, niçin ve hangi yönleriyle etkiledikleri gittikçe anlaşılması ve çözümlenmesi gereken bir boyuta ulaşmıştır.⁵⁰ Her ne kadar bu çözümlemeye oldukça ihtiyaç duyulsa da bunu başarmanın kolay bir yol olduğunu söylemek zordur. Ancak bu zorluğun bir kısmı özellikle göstergebilimsel analiz/çözümleme metoduyla aşılabilecek düzeye gelmiştir. Göstergebilimsel

⁴⁶ John Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev. Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat, Ankara 2003, s. 116-117.

⁴⁷ Roland Barthes, *Image-Music-Text*, Fontana Press Harpercollins, London 1997, s. 15.

⁴⁸ Barthes fotoğraflar üzerinden göstergebilimsel bir çalışma yapmış ve bir çalışmasını tamamen bunun için kaleme almıştır. Roland Barthes, *Camera Lucida: Reflections on Photography*, Translated By Richard Howard, Hill and Wang, New York 1982, s. 3-117.

⁴⁹ Bir toplumsal paylaşım ağı olarak sosyal medya araçları arkadaş bulma, denetim ve gözetim, video, resim, fotoğraf, müzik, oyun, siyasal, e-ticaret, örgütlenme vb. amaçlarla kullanılmaktadır. Facebook özelinde yapılan bir çalışma bkz. İbrahim Akkaş, *Sanal Cemaatler*, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul 2015.

⁵⁰ Yeni medya çalışmalarında yapılacak olan çalışma ve yöntemler için bkz. Ezgi Mert vd., *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, der. Mutlu Binark, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2018.

analiz/çözümleme yapısal bir özelliğe yani bir iletinin anlamlandırılmasını mümkün hale getiren yapılandırılmış bir ilişki dizisinin çözülmesi ile ilgilidir.⁵¹ Aslında anlamla ilgili her şey göstergebilimin alanına girmektedir.⁵² Göstergibilim yönteminin dini konu edinerek yorumlanması sosyolojik açıdan oldukça önemlidir. Dünyada göstergebilim ve din denilince akla gelen ilk isim Robert Yelle'dir. Yelle *Semiotics of Religion Signs of the Sacred in History (Din Semiyolojisi)* adlı eserinde işaretlerin, sembollerin ve iletişimin din yönünden yerini çözümlemeye çalışmıştır.⁵³ Yelle'ye göre din, göstergebilimsel açıdan incelenmelidir. Bunun sebebi ise şudur:

“Din, haddi zatında göstergesel bir olgudur; büyüdü dil ile sunulan inanç, törenlerde kullanılan semboller, hâkim şiirsel dil, ilahiler, ritüellerin dua formları, cezalar, ödüller, dini alış-kanlıkları ve evreni anlamak için geliştirilen geleneksel öğretiler, bekâret kuralları veya perhiz yasakları gibi uygulamalar, dini davranışın kozmoloji, soterioloji ve kimlik nosyonlarıyla ilişkili boyutları göstergesel analizlere muhtaçtır.”⁵⁴

Önal Sayın da göstergelerden oluşan “göstergeler dünyası”nı atalarımızdan bizlere kalan bir miras olarak görmüştür. Ona göre biz göstergeler içinde doğarız ve göstergeleri de hazır olarak buluruz.⁵⁵ Yelle ve Sayın'ın ifadelerinden de anlaşılacağı üzere göstergebilimin sosyolojik ve dini açıdan anlamlandırılması ve sembollerinin ortaya konulması oldukça önemlidir. Bu nedenle bizlere düşen şey ise göstergebilimsel analizi din sosyolojisi alanında en iyi şekilde kullanmak olacaktır.

Arthur Asa Berger kitle iletişiminde yer alan çözümleme ve yorumlama yöntemlerini 4 kategoriye ayırarak incelemiştir. Bunları ise 1-Göstergebilimsel çözümleme (Semiological Analysis), 2-Marksist çözümleme (Marxist Analysis), 3-Ruhbilimsel çözümleme (Psychoanalytic Criticism) ve 4-Toplumbilimsel çözümleme (Sociological Analysis) şeklinde sıralayabiliriz.⁵⁶ Berger göstergebilimsel analiz/çözümlemeyi şu şekilde açıklamaktadır:

“Göstergebilim -göstergenin bilimi- öncelikle "metinlerde" (filmler, televizyon programları ve diğer sanat eserlerinde) anlamın nasıl üretildiğiyle ilgilenir. Bunun yanında işaretlerin ne olduğu ve nasıl işlediklerini de onun kapsamı içerisindedir.”⁵⁷

Bu paragraftan da anlaşılacağı üzere göstergebilimsel analiz/çözümleme metin, resim, film, video, televizyon programları gibi hem metin içerikli hem de görsel şeyleri anlamlandırma işlemidir.

⁵¹ Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 61-62.

⁵² Pierre Guiraud, *Göstergebilim*, çev. Mehmet Yalçın, İmge Kitabevi, Ankara 1994, s. 41.

⁵³ Robert A. Yelle, *Semiotics of Religion: Signs of The Sacred in History*, Bloomsbury, London 2013.

⁵⁴ Yelle, *Semiotics of Religion: Signs of The Sacred in History*, s. 1-2; Birsan Banu Okutan, *Din Sosyolojisi ve Göstergebilim*, Rağbet Yayınları, İstanbul 2018, s. 81-82.

⁵⁵ Önal Sayın, *Göstergebilim ve Sosyoloji*, Anı Yayınları, Ankara 2014, s. 53.

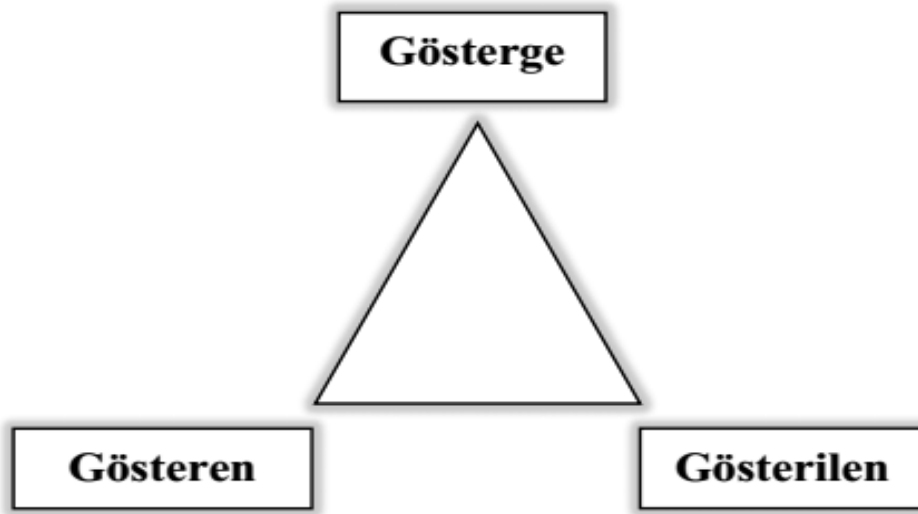
⁵⁶ Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, SAGE Publications, London 1991, s. 2-95.

⁵⁷ Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 3.

Göstergebilimsel analiz/çözümleme metnin veya görsel şeylerin nelere işaret ettiğini ve ne anlamlar içerdiğini çözümlemek için başta Saussure, Pierce ve Barthes olmak üzere birçok araştırmacı temel kavramlar oluşturmaya çalışmıştır. Bu kavramların bazılarını göstergebilim tarihinde bazı yönleriyle değindik. Ancak önemli kavramların tamamına değinmek ve kısaca açıklamak gereklidir. Bu kavramları şu şekilde sıralayabiliriz: Gösterge, Gösteren, Gösterilen, Düz Anlam, Yan Anlam, Mitler, Metafor (Eğretileme), Metonimi (Düzdeğişmece). Bütün bu kavramlar çeşitli anlam yaratma yollarına işaret etmektedir.

Gösterge kendinden başka bir şeye göndermede bulunan, duyular yoluyla kavranan ve varlığı kullanıcılar tarafından gösterge olarak kabul edilmesine bağlı bir kavramdır.⁵⁸ Gösterge Saussure, Pierce, Barthes ve birçok araştırmacı tarafından tanımlanmıştır. Pierce göstergeyi kullanıcı ve dışsal gerçeklik arasındaki üç köşeli modelin zorunlu bir ögesi şeklinde ele aldı. Bu üç köşeli model Barthes tarafından şu şekli almıştır:⁵⁹

Tablo 1.1 Barthes'in Gösterge Şeması



Gösterge, gösteren ve gösterilen sözcüklerini daha iyi anlamak için “öküz” sözcüğünü ele alalım. Öküz yazısını veya resmini gördüğümüzde zihnimizde belirli bir hayvana (öküz) ait olan bir gerçeklik canlanır. İşte bizim öküz sözcüğü ile fiziksel bir gerçekliği olan öküz arasında kurduğumuz ilişki sonucu öküz sözcüğü bir gösterge olmuş demektir. Öküz sözcüğünün işaret ettiği öküzün fiziksel varlığı gösteren durumda yer almaktadır. Gösterilen ise öküz

⁵⁸ Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 63.

⁵⁹ Bircan, “Roland Barthes ve Göstergebilim”, s. 23.

sözcüğünün zihinsel bir kavram oluşturmastır. Yani öküz sözcüğü ile fiziksel bir varlığı olan öküz arasında kurulan zihinsel anlamlandırmadan meydana gelmektedir.

Düzanlam göstergebilimsel analiz açısından önemli olan diğer bir kavramdır. Düzanlam gösterge, gösteren ve gösterilen arasında kurulan ilişkisinin birinci düzey anlamlandırılmasıdır. Düzanlam göstergenin ortak duyusal, aşıkâr anlamına işaret etmektedir.⁶⁰ Örneğin sokak sözcüğünü ele alalım. Sokak sözcük olarak bir şehirde binalar arasında uzanan yol demektir. Bir sokağın birçok açıdan ve renkte fotoğrafı çekilebilir. Bir kişi aynı sokağın farklı açılardan çekilen fotoğraflarını gördüğünde her ne kadar fotoğraf farklılıklar barındırsa da bir sokağa ait olduğunu anlar. Sözü geçen sokağın farklı açılardan fotoğrafları çekilse bile aynı şeye yani bir sokağın fotoğrafına işaret etmektedir. Bu yönüyle düzanlam aynı iken yan anlamlar fotoğrafları farklı kılabilmektedir.

Yananlam gösterge, gösteren ve gösterilen arasında kurulan ilişkisinin ikinci düzey anlamlandırılmasıdır. Yananlam bir yönüyle göstergenin kullanıcıların duyguları ve kültürel değerleriyle bir araya geldiğinde ortaya çıkan etkileşimi betimleme işidir.⁶¹ Yananlam birçok sokağın farklı zamanlarda çekilen fotoğraflarında sokağın şekli, insanların giyimleri, renklerin canlılığı vb. yönleriyle kültürel, sosyal, siyasal vb. yönleriyle çözümlenmesine işaret etmektedir. Diğer bir örnekle düzanlam neyin fotoğraflandığı ile ilgiliyken yananlam ise nasıl fotoğraflandığı ile ilgilidir.

Mit kavramı ise göstergelerin ikinci düzeyde işleyişine ilişkin olarak Barthes'ın oluşturduğu üç seçenektan ikincisidir.⁶² Aslında mit bir kültürün, olgunun ya da bir nesnenin anlamlı olarak açıklanmasının bir öyküsüdür. Barthes, Fransızların da günlük hayatlarında yer alan reklamlardan habere modadan yeme alışkanlıklarına ve arabalara kadar hemen her şeyi araştırma konusu yapmıştır. O, başta kültür, mit ve dilsel dizgeler olmak üzere dilbilimden fazlasının yani gösterenlerin genel bilimi olan göstergebilimin gerekli olduğunu düşünmüştür. *Mythologies (Çağdaş Söylenler)* adında bir eser kaleme alan Barthes, bir mitolog edasıyla çağdaş burjuva mitlerini toplumsal söylenbilim (sosyal mitoloji) yaparak incelemiştir. Ona göre göstergebilim sadece metin odaklı bir bilim dalı değildir. Bu nedenle yazılardan olduğu kadar sinema, röportaj, reklam, gösteri vb. herşey göstergebilim tarafından inceleyebilir. Barthes bu konu hakkındaki görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

“Uzak olsun, olmasın, söylenbilimin temeli ancak tarihsel olabilir, çünkü söylen tarihin seçtiği bir sözdür, nesnelerin "doğa"sından fişkırmaz. Bu söz bir bildiridir. Öyleyse ille de sözlü olması gerekmez; yazılardan ya da gösterimlerden oluşabilir: yazılı bir söylem olabilir, ama fotoğraf, sinema, röportaj, spor,

⁶⁰ Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 116.

⁶¹ Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 116.

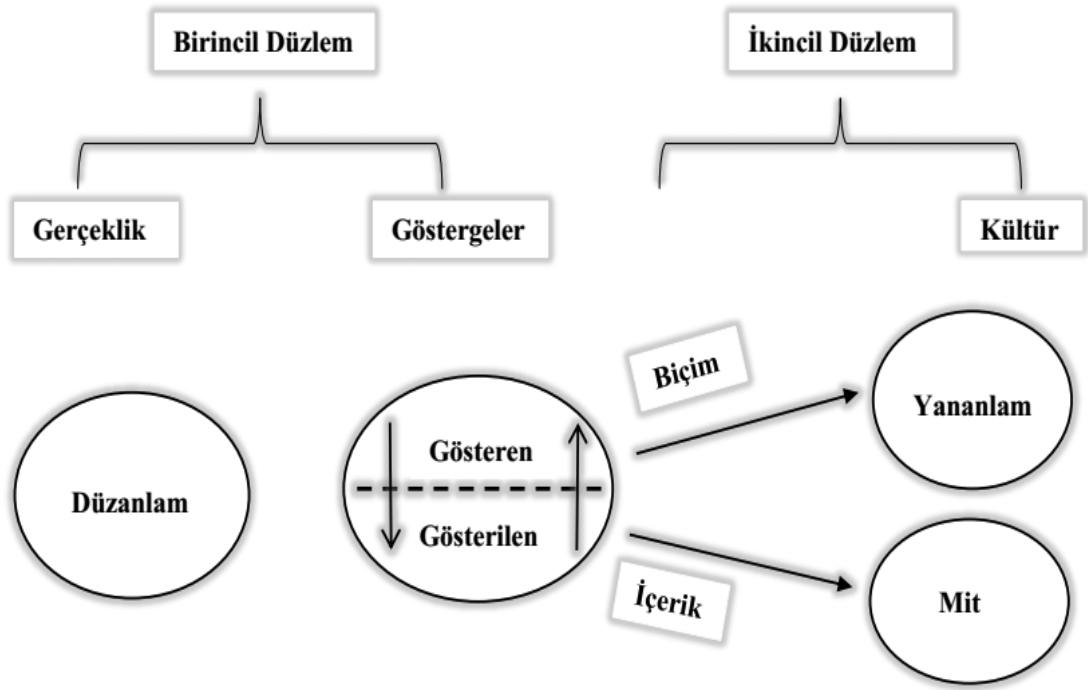
⁶² Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 118.

gösteri, tanıtım da söylensel söze dayanak olabilir. Söylen ne nesnesiyle tanımlanabilir, ne özdeğiyle, çünkü her türlü özdek saymaca olarak bir anlamla donatılabilir: bir meydan okumayı belirtmek için getirilen bir ok da bir sözdür. Kuşkusuz, algılama düzleminde, örneğin resim ve yazı aynı tür bilinci gerektirmez; resimde de birçok okuma biçimleri vardır: çizim desenden, öykünü resim özgün resimden, karikatür portreden çok daha elverişlidir anlamlamaya.”⁶³

Barthes’in en orijinal yönü arasında görselliği de ön plana alarak bir fotoğraf veya bir gösteriyi göstergebilim açısından incelenebileceğini göstermiş olmasıdır. O, yazılı metnin yanında görsel içerikli şeyler üzerinden yapmış olduğu çözümlemeler sayesinde toplumun altında yatan kültürel değerleri, ahlak anlayışını, ideolojileri ve yönelimlerini de anlamaya ve açıklamaya çalışmıştır.

Barthes’in göstergebilimin ilkelerini ve temel kavramlarını daha iyi anlamak için şu tabloya bakalım.⁶⁴

Tablo 1.2. Barthes’in Anlamlandırma Düzeyi



Barthes kendi göstergebilimini, “... dilbilimin bir çözümlemesi ya da anlaşılır olarak bilimsel bir dilbilimin saf olmadığı gerekçesiyle bir kenara konulan anlamlandırma yönlerinin incelenmesi”⁶⁵ şeklinde tanımlamaktadır. Burada bir kenara konulan yönler ise kimi zaman korkular, kimi zaman yaklaşımlar kimi zaman ise kültür olabilir. Yukarıdaki şemadan da

⁶³ Roland Barthes, *Çağdaş Söylenler*, çev. Tahsin Yücel, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul 1990, s. 156.

⁶⁴ Tablo için bkz. Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 120.

⁶⁵ Jonathan Culler, *Barthes*, Oxford University Press, USA 2002, s. 58.

anlayacağımız üzere iki düzlemde oluşan bir anlamlandırma süreci ve süreç içerisinde düzandan yananlama uzanan içerisinde birçok şey barındıran göstergebilimsel analizin alanı çizilmiştir.

Göstergebilimsel analizin temel kavramlarından olan metafor (eğretileme) ve metonimi (düzdeğişmece) kavramları anlam iletmenin önemli bir biçimidir.⁶⁶ Eğretileme, iki şey arasında bir ilişki ve benzerliğin kurulmasıyla meydana gelir.⁶⁷ Örneğin bir geminin dalgaları yarıp geçtiğini söylemek aslında bir eğretileme yapmaktır. Saban demirinin hareketini bir geminin başının yer aldığı bölümün hareketinin yerine geçecek biçimde kullanıyoruz. İşte bu yolla bilinmeyen bir şeyi bilinen bir şey açısından ifade ederek durumu açıklıyoruz. Eğretilemeler yalnızca edebi aygıtlar olmayıp gündelik dilde de sıklıkla kullanılmaktadır. Örneğin zamandan "tasarruf sağlama" ve zamanı "boşa harcama" gibi deyimler kullandığımızda zamanı para gibi sayılabilen bir şey gibi ifade etmiş oluruz. Ancak zaman tasarruf edilemez yönüyle paradan farklı bir şey olmasına rağmen biz parayı zamanın bir eğretilemesi olarak kullanırız.⁶⁸ Eğritileme bize bu yolla anlatması daha zor olan bir şeyi başka bir terim üzerinden anlatma kolaylığı sunmaktadır.

Düzdeğişmece ise parçanın bütünü temsil etmesini sağlamak olarak tanımlanabilir.⁶⁹ Düzdeğişmecede gerçeğin bir boyutu alınarak bütünü temsil etmesi sağlanır. Örneğin bir filmde cinayet sahnelerinin işlendiği bir sokağı ele alalım. Buradaki sokak, sokağın bizzat kendisini temsil etmekten öte işlenen cinayetlerin ve karışık şehir hayatının getirdiklerine işaret etmektedir. Bütün bunları dikkate aldığımızda eğretileme ve düzdeğişmecenin göstergelerin anlamlarını genişleterek daha iyi anlamlandırılmasına katkı sağladığını söyleyebiliriz.

Göstergebilimsel analizin görsel materyaller özellikle video, fotoğraf, afiş, televizyon programları vb. şeyler üzerinde daha iyi uygulanabilmesi için görselin çekim ölçeklerinin, kamera devinimlerin ve kurgu tekniğinin de incelenmesi ve anlamlandırılması gerekmektedir. Şimdi göstergebilimsel analizde sözü geçen çekim ölçeklerinin, kamera devinimlerin ve kurgu tekniğinin nasıl işlediğine geçebiliriz.

1.1.3. Videolarda Göstergebilimsel Analiz

Fotoğraf ve afişlerin aksine video, film, sinema vb. şeklinde bir kurguyla, birçok ses ve resim ile bir akış sağlanan şeyler üzerinde göstergebilimsel analizin daha zor olduğu

⁶⁶ Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 21.

⁶⁷ Şebnem Çağlar, *Medya Analiz Yöntemleri*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul ts., s. 113.

⁶⁸ Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 126.

⁶⁹ Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, s. 126.

düşünülmektedir. Bizim çalışmamız dini grup temsillerinin videolarını inceleme üzerine olduğu için burada videoların nasıl ve hangi tekniklerle yorumlanabileceğine değineceğiz.

Videoların yorumlanma şekli, bir kurguya sahip olan sinema, film ve televizyon programlarınkine benzemektedir. Videoda yer alan her görüntü aslında bir gösterge olup bizlere bilgi aktarmaktadır. Videoda yer alan her bir görüntü gerçek dünyada bir nesneyi işaret etmekte ve burada oluşan nesneler ve görüntüler arasında semantik bir ilişkinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.⁷⁰ Montaj, ışık ve hız gibi kavramlar görüntülere ek anlamlar yüklemektedir. Video göstergebiliminde sinema çözümlemesinde olduğu gibi videonun tamamı alınabileceği gibi bir görüntü karesi veya tek bir sahnesi de seçilip incelebilmektedir.

Videolar tıpkı filmler ve sinemalar gibi bir kurgu içinde oluşturulmaktadır. Göstergebilim bir kurgu ile oluşturulmuş videoları çözümleme aracı olmasının yanında onları anlamlandırabilme olanağı da sağlamaktadır. İşte bunu yaparken de görülenin arkasında yer alan gösterileni ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Videoda kameraya kayıt altına alınan her şey görüntüsel göstergeyi meydana getirmektedir. Her türlü ses ise gösterge olmaktadır. Burada çekimin tek başına karmaşık göstergeler olduğunu söyleyebiliriz. Bu nedenle ışıktan kamera açılarına ve hareketlerine kadar birçok öge çekimin anlatımsal yönünü oluştururken çekimin anlamı ise kurgu ile meydana gelmektedir.⁷¹ Berger, kameranın çekim ölçeklerinin nasıl anlamlandırılması gerektiğini şu şekilde tablolastırmıştır:⁷²

Tablo 1.3. Çekim Ölçekleri Tablosu

Gösteren	Tanım	Gösterilen (anlam)
Yakın çekim	yalnızca yüz	samimiyet
Orta çekim	bedenin çoğu	kişisel ilişki
Uzun çekim	dekor ve kişiler	alan, kamusal uzaklık
Genel çekim	kişinin bütün bedeni	toplumsal ilişki

⁷⁰ Yuriy Mikhailovich Lotman, *Sinema Göstergebilimi*, çev. Oğuz Özügül, Nirengi Kitap, Ankara 2012, s. 14.

⁷¹ Duygu Aydın, "Göstergebilim ve Sinemada Propaganda Kodları", *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 43 (2016), s. 15.

⁷² Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 26.

Berger, kamera ve kurgu tekniklerini ise şu şekilde tablolastırmıştır:⁷³

Tablo 1.4. Kamera Hareketleri ve Kurgu Tekniği

Gösteren	Tanım	Gösterilen (anlam)
Aşağı çevrinme	Kamera aşağı bakar	Güç, yetki
Yukarı çevrinme	Kamera yukarı bakar	Küçüklük, zayıflık
Optik öne kaydırma	Kamera yaklaşır	Gözlemleme, odak
Açılma	Görüntü boş ekranda belirir	Başlangıç
Kararma	Görüntü gider ekran boş kalır	Bitiş
Kesme	Bir görüntüden diğerine geçilir	Eşzamanlılık telaş
Silme	Görüntü ekrandan silinir	Vurgulu son

Yukarıda verdiğimiz bu iki tablo görüntülerin dilbilgisi gibidir. Diğer bir ifadeyle görüntülerin altında yatan anlamların ortaya çıkmasına yardım etmektedir. Bunların yanında aydınlatma, rengin kullanımı, sesin etkileri, müzik vb. şeylerde videoların içerisinde yer alan ve anlamlandırılması gereken şeyler arasındadır. Bütün bunlar videolarda gördüklerimizi, duyduklarımızı ve neyin amaçlandığının yorumlanmasına yardımcı olan temel elementlerdir. Videolarda aynı televizyon, sinema ve filmler gibi sözlü yapısı, görsel imgeleri ve kurgusuyla karmaşık bir yapısı vardır. Bu karmaşıklık ise ancak göstergebilimsel analiz yönteminin doğru kullanılmasıyla anlaşılır anlamlara gelmektedir.

Videoları çözümlerken yapılması gereken diğer bir şey ise propaganda kodlarının ortaya çıkartılıp çözümlenmesidir. Propaganda tarihin her döneminde insanları etkilemek ve yönlendirmek için kullanılan etkili bir araçtır. J.A.C Brown propagandayı, telkin gibi çeşitli tekniklerin kullanılması yoluyla fikirleri, değerleri ve davranışları değiştirme olarak görmüştür.⁷⁴ Propaganda sembollerin kasıtlı, planlı ve sistematik olarak kullanılması olmasının

⁷³ Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 27.

⁷⁴ J.A.C. Brown, *Siyasal Propaganda*, çev. Yusuf Yazar, Ağaç Yayıncılık, İstanbul 1992, s. 23.

yanında politik, ekonomik, dini ve ideolojik fikirler açısından yönlendirilmiş ikna faaliyetlerini de içermektedir. Propaganda kodları açısından amaç aynı görüşü paylaşılanlar arasında düşünceyi pekiştirmek, paylaşmayanlar arasında ise onların fikirlerini değiştirmektir.

Videodaki renk ve ışıklandırmalar da önemli kodlar içermektedir. Bazı araştırmacılar renkleri ve bu renklerin insanın duyguları ve davranışlarındaki etkiyi bilmemizin, bilinçaltı mesajlarda kullanılan teknikleri anlamamızda faydalı olacağına işaret etmiştir.⁷⁵ Kılık kıyafetin yanında jest ve mimikler de bazı kodlar oluşturmaktadır.

Günümüzde iletişimin yönü ve çeşitliliği artmıştır. Dolayısıyla göstergebilimin önemi burada bir kez daha öne çıkmakta olup bu yönüyle göstergebilimsel analiz ses, yazı, görsel, jest, mimik, resim, heykel, mimari, fotoğraf, sinema, video, afiş, edebi metinler, atasözleri, deyimler, argo ifadeler, yazılı ve görsel pano ve uyarı levhaları, slogan, müzik, kutsal metinler, kutlama, tören vs. pek çok göstergeyi incelemekte, anlamaya ve açıklamaya çalışmaktadır. Bu yönüyle de göstergebilimsel analiz disiplinler arası yönüyle pek çok bilimsel çalışmaya kapı aralamaktadır.

Göstergebilim toplumsal bir anlamlandırma sürecinin içerisinde yer almaktadır. Dolayısıyla göstergebilimin inceleme alanını insanın anlamlı yapıp etmeleri oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle insanı toplumsal bir varlık olarak ele aldığımızda onun doğumundan ölümüne kadar toplumsal etkileşim içerisinde yer aldığını varsayabiliriz. Bu toplumsal etkileşim bireyin toplumsal yapı içerisinde yer almasına katkı sağlayan şekliyle öne çıkmaktadır. Bireyin toplumsal olan değer, kültür, yazılı ve yazısız normlar vs. aracılığıyla şekillenen özellikleri onun toplumsallaşmasının bir sonucudur. Bu sebeple toplumun içinde ve toplumun kurallarını içselleştiren olarak insanın diğer insanlarla olan iletişimi ve etkileşimi toplumsallaşmanın bizzat aracılık ettiği bir yönelimi ifade etmektedir. Bu açıdan toplumsallaşma insan için oldukça önemli bir konudur.

1.2. Toplumsallaşma

Sosyal bir varlık olarak insan, doğduğu andan itibaren içinde yaşadığı toplumun ferdi olarak, diğer insanlarla iletişime geçme, etkileşim kurma ve bir şeyler paylaşmanın gayreti içerisinde.⁷⁶ Toplum görece büyük bir insan topluluğunun içinde yaşadığı kurumları ve ilişkiler bütününe ifade etmek için kullanılan bir terimdir.⁷⁷ Türkçe'ye "sosyalleşme" ya da "toplumsallaşma" şeklinde çevrilen "socialization" kelimesi ise, "*bizlerin gerek toplumun*

⁷⁵ Sefer Darıcı, *Bilinçaltı Reklamcılık ve İletişim Teknikleri*, İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2013, s. 50.

⁷⁶ Abdülbaki Kınısün, "Dini Gruplar Sosyolojisi", *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4/8 (2016/2), s. 212.

⁷⁷ Raymond Williams, *Anahtar Sözcükler*, çev. Savaş Kılıç, İletişim Yayınları, İstanbul 2012 s. 353.

norm ve değerlerini içselleştirerek, gerekse toplumsal rollerimizi (işçi, arkadaş, yurttaş, vb. olarak) yerine getirmeyi öğrenerek, toplum üyeleri haline gelmeyi öğrenme sürecimizdir.”⁷⁸

Toplumsallaşma, bireyin kişiliğinin oluşması ve şekillenmesine yönelik bir yönelime atıfta bulunur şekilde içinde yer aldığı grubunun normlarını, değerlerini, tutumlarını ve karakteristik dilini edinmesi anlamındaki etkileşim sürecine gönderme yapar.⁷⁹ Toplumsallaşma ile ilgili diğer bir kavram ise tekno-sosyalleşmedir. Tekno-sosyalleşme etkileşimin internet üzerinden çevrimiçi gerçekleşmesidir.⁸⁰ İnternet yaşanan çağda enformasyonun en hızlı atığı ve sürekli yenilendiği bir mecra oluşturması açısından tekno-sosyalleşme açısından oldukça önemlidir.⁸¹

Bireyin dünyaya gelmesiyle birlikte içinde yer aldığı toplum ile etkileşim kurmasıyla başlayan toplumsallaşma, bireyin hayatına doğrudan etki gösteren bir özelliğe sahiptir. Aile ve yakın çevrede başlayan bu süreç zamanla arkadaş, okul, kitle iletişim araçları gibi pek çok toplumsallaşma aracıyla genişlemektedir. Şurası açıktır ki değişme ve yenilik mottosunu ön plana çıkaran medyanın dijitalleşmenin etkisiyle birlikte bireye sunmuş olduğu bilgi boyutu nicel anlamda artmaktadır. Ancak bilginin bu anlamda sayıca artmasıyla birlikte toplumsallaşmanın içselleştirilmesi gereken özellikleri, içinde yaşanan toplumun kültürel aktarım aracı olarak faaliyet gösteren araçları yönünden yeniden değerlendirilme durumunu ortaya çıkarmaktadır. Buna ek olarak bireyin toplum ile bütünleşmesinin mümkün olmasını sağlayan toplumsallaşma bireyin bu anlamda toplum ile karşılıklı ilişkisinin bir parçası olarak da değerlendirilmektedir.

İnsanın sosyal hayatın içerisinde yer almadan yaşayıp, hayatını ve geçimini sağlayıp devam ettirebilmesinin mümkün görünmediğini ifade eden Aristoteles (İÖ. 384-322) bu durumu “‘zoon politikon’” kavramıyla açıklar.⁸² Bu kavram Aristoteles’in siyaset felsefesinin temel kavramıdır. Bu bağlamda Aristoteles bu kavram ile insanın sosyal bir varlık olduğunu ifade eder. Ancak insanın sosyal bir varlık olması, onun yalnız başına olmak istemeyeşine, bundan hoşlanmayışına ya da doğuştan sosyal olmasına çağrışım yapmamalıdır. Aksine bu ifade, bireyin topluluğun diğer bireyleriyle istikrarlı bir şekilde belirli bir düzen içinde yaşadığına, belli bir hizmet ya da gereklilik sonucunda da topluluğun üyeleri arasındaki sürekli ilişkilere ve bir iş bölümünün varlığına dairdir.

⁷⁸ Gordon Marshall, *Sosyoloji Sözlüğü*, çev. Osman Akinhay-Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 1999, s. 760.

⁷⁹ Yakup Çoştı, *Din Sosyolojisi El Kitabı*, ed. Niyazi Akyüz-İhsan Çapcıoğlu, Grafiker Yayınları, 2012, Ankara, s. 370.

⁸⁰ Mary Chayko, *Süper Bağ(lantı)lı İnternet, Dijital Medya & Tekno-Sosyal Hayat*, çev. Berkan Bayındır-Deniz Yengin-Tamer Bayrak, Der Yayınları, İstanbul 2018, s. 121.

⁸¹ Sami Çötel, *Sanal Kamusal Alan ve Toplumsal Hareketler*, Kriter Yayınları, İstanbul 2017, s. 77.

⁸² Aristoteles, *Politika*, çev. Mete Tunçay, Remzi Kitabevi, İstanbul 2005, s. 9.

1.2.1. Toplumsallaşma Kuramı

Toplumsallaşma kavramını, sosyal bilim literatürü içerisinde sosyolojik bir tanımlama dahilinde kullanan ilk yazar Georg Simmel'dir.⁸³ Simmel "The Problem of Sociology" adlı makalesinde toplumsallaşma konusunu ele alarak toplumsallaşma sürecinde bireysel gelişimden daha çok grup oluşumu sürecine eğilmektedir.

Toplumsallaşma konusunu ele alan ilk sosyolojik yaklaşımlar genel olarak toplumsallaşma olgusunu açıklamak için iki eğilimi öne çıkarmaktadır. Bunların ilki Simmel'in savunduğu görüştür ve buna göre toplumsallaşma sosyal grupların oluşumu ve birlik olma biçimlerinin gelişimi şeklindedir. Simmel'in bu yaklaşımı, onun toplum anlayışıyla ilgilidir. Ona göre toplum, karşılıklı bir şekilde, etkileşimle birbirine bağlanan bireylerden meydana gelmekte; aile, din, ekonomik kuruluşlar gibi kurumlar ise bu etkileşimle birlikte ifade edilmektedir.⁸⁴ Diğer görüş ise Franklin Henry Giddings'e ait olup kendisi bu görüşlerini "The Theory of Socialization" (Toplumsallaşma Teorisi) adlı eserinde açıklamaktadır. Giddings toplumsallaşma olgusunu, bireylerdeki sosyal mizacın gelişimi olarak ifade etmektedir.⁸⁵ Böylece Giddings, Simmel'in aksine, toplumsallaşmayı daha çok bireyin merkezinde yer aldığı bir süreç olarak ifade etmektedir. Simmel ise bu olguyu birey ile birlikte diğer kurumları da içeren bir etkileşim şeklinde açıklamaktadır.

Toplumsallaşma hakkında günümüz modern sosyoloji çalışmalarında ise, iki temel yaklaşım yer almaktadır. Birinci yaklaşım toplumsallaşmayı statü ve roller üzerinden ele almaktadır. Bu yaklaşıma göre toplumsallaşmayı sağlayan unsurlardan biri olan statü, bireyin toplum içinde bulunduğu, yer veya durum olarak ifade edilebilir. Statü bireyin yaşına, cinsiyetine göre farklılaşabilmektedir. İşte bu statüler davranış kalıpları bağlamında bireyin toplum içindeki rolüne işaret etmektedir. Toplumsallaşmayı sağlayan diğer unsur ise roldür. Rol, belirli olan durumlar çerçevesinde bireyin davranışlarını düzenleyen beklentiler olarak ifade edilmektedir.⁸⁶ Statü ve rol sahibi olmakla birlikte birey artık toplumsallaşmaya yönelik içerimlere sahip kültürel, geleneksel vs. davranış kalıplarını alımlamakta olup ayrıca bunu da içselleştirecek bir konuma gelmiş, toplumun bir üyesi olarak sahip, olmaktadır.

Toplumsallaşmayla ilgili günümüzde modern sosyoloji çalışmaları içerisinde yer alan diğer bir yaklaşım ise benlik/öz benlik oluşumdur. Bu yaklaşım hakkında görüşlerine yer vereceğimiz ilk isim George Herbert Mead'e göre kişilik çok boyutludur ve bu çok katmanlı

⁸³ Georg Simmel, "The Problem of Sociology", *The American Journal Of Sociology*, 15/ 3 (1909), s. 296.

⁸⁴ Simmel, "The Problem of Sociology", s. 296-300.

⁸⁵ Franklin Henry Giddings, *The Theory of Socialization: A Syllabus of Sociological Principles*, MacMillan Co. Ltd, London 1897, s. 1-24.

⁸⁶ Zeki Arslantürk-Tayfun Amman, *Sosyoloji, Kavramlar, Kurumlar, Süreçler, Teoriler*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul 1999, s. 219-223.

durum toplumsal süreçlerin sonucunda gelişir.⁸⁷ Mead, bireydeki benlik kavramını toplumsal etkileşimden ayrı görmeyerek bu ikisinin ayrılamayacağını savunmuştur. Buna göre benlik, bireyin kendi varlığının bilincine sahip olarak kendisini toplumun bir parçası olarak görmesidir.⁸⁸ Ancak burada bireyin farklı olduğu bilinci benlik onun oluşumunda oldukça önemlidir. Bu onun toplumun parçası olduğunu ama aynı zamanda farklı olduğu bilincini de kapsayan bir durumdur. Buna ek olarak birey bu bilinçle, insanlığı diğer canlılardan ayırır. Mead, toplumu kendine özgü bir şekilde oluşturan şeyin benlik olduğunu ifade etmektedir. Buradaki benliği de oluşturan şey ise toplumsal deneyimlerdir. O, toplumsal etkileşimcilik perspektifinden hareketle benliği biyolojik öğelerden ayırarak bunu bireyin diğerleriyle olan ilişkisinde kendisi hakkında düşünebilme becerisi olarak görmüştür.

Mead'a göre benlik, hem özne hem de nesnedir. Düşünen ve eyleyen bir özne olarak ben (I), bireyin başkaları için var olan dünyada bir nesne olarak kendi benliğinin farkında olması durumu banadır (me). Buna göre Mead için ben kavramı, hem biyolojik hem de toplumsal bir içerik taşır.⁸⁹ Bu da organik dürtüler ile toplumsal deneyimin bir sentezidir. Bu sebeple ben, beni/banadan kolay bir şekilde ayrılamaz. Mead'a göre ben aslında organizmanın diğerlerinin tutumlarına karşı bir cevaptır. Beni/bana, mevcut halde kendini varsayarak ve kendinin bilincini göz önünde bulundurarak, başkalarının organize edilmiş tutumlarıdır yani toplumsal benliktir. Ben/banayı başkalarının tutumları oluşturur ve sonrasında da bir ben olarak buna tepki gösterilir. Örneğin bir kız çocuğu, kendisi için anlamlı ötekiyi oluşturan anneyi model alır. Böylelikle genç kız, annenin rolünü benimser. Bu sayede de o, kendi dışına çıkmayı başaracaktır.⁹⁰

Mead'a göre benlik üç aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar, ön hazırlık (preparatory), göstermelik eylemler ya da temsili oyun (play) ve oyundur (game).⁹¹ Mead'ın benlik teorisi, Charles Horton Cooley'in ayna benlik (looking-glass self) kavramından etkilenmiştir. Cooley'e göre, herkes herkesin aynasıdır ve herkes başkasını yansıtır.⁹² Ayna benliğinin üç bileşeni vardır: Bizim görünüşümüzün başka insanlardaki imgelemi (imagination); insanların o görünüş hakkındaki yargılarının imgelemi ve son olarak kendimize dair duygularımız yani başkalarının bu yargıları hakkındaki duygularımızın gelişimi.

⁸⁷ George Herbert Mead, *Mind, Self, And Society*, Edited and with an introduction by Charles W. Morris, The University of Chicago Press, London 1934, s. 200-222.

⁸⁸ W. E. Thomson- J. V. Hickey, *Society in Focus*, Pearson Education, Boston 2019, s. 88.

⁸⁹ Thomson- Hickey, *Society in Focus*, s. 89.

⁹⁰ Alan Swingewood, *Sosyolojik Düşüncenin Tarihi*, çev. Osman Akınhay, Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul 1991, s.312-313.

⁹¹ Frederick Elkin, *Çocuğun Toplumsallaşması*, çev. Nazife Güngör, Gündoğan Yayınları, 1990 Ankara, s. 47.

⁹² Charles Horton Cooley, *Human Nature and The Social Order*, Nabu Press, 2010, s. 96.

1.2.2. Toplumsallaşma Araçları

Bireyin toplumsallaşmasında aile, okul, arkadaş grubu ve yaşadığı çevre etkilidir.⁹³ Birincil ve ikincil toplumsallaşmada esas itibarıyla çocukluktan başlayarak birey, toplumsallaşma araçları ya da aracılılarıyla toplumsallaşarak içinde yaşadığı toplumun geleneklerini, değerlerini, sözlü ve yazılı normlarını içselleştirir. Bireyin bunlara ek olarak son yıllarda medya ile de toplumsallaşmaya başladığı savunulabilir. Söz konusu edildiği üzere medyanın geleneksel tarafını oluşturan radyo, televizyon, sinema vs. gibi araçlarla edinilebilen toplumsallaşma aynı şekilde yeni medya olarak ifade ettiğimiz internet tabanlı mesaj, oyun, arkadaşlık vs. amaçlı uygulama, internet sitesi gibi medya araçlarıyla da sağlanmaktadır. Dijitallik özelliğiyle artan depolama kapasiteleri, artan internet hızları, eğitim ve öğretimde kullanımı gittikçe yaygınlaşan uzaktan eğitim ve video konferans modelleri sayesinde medya da toplumsallaşmayı sağlayan araçlar içerisinde yer almaktadır.⁹⁴

1.2.3. Toplumsallaşma Tipleri

Toplumsallaşmanın tipolojiler aracılığıyla ifade edilmesi mümkündür. Hem toplumsallaşma hakkındaki araştırmacıların görüşleriyle hem de doğrudan gözlem sayesinde toplumsallaşma tipleri açıklanabilir. Buna göre çocuğun toplumsallaşması başarılı ve başarısız olarak iki kısma ayrılmaktadır.⁹⁵

1.2.3.1. Başarılı Toplumsallaşma

Başarılı toplumsallaşmadan söz edebilmek için öncelikle bireyin daha önceden bildiği tutum ve davranışları sonradan öğrendiklerinden ayırabilmesi gerekmektedir. Başarılı toplumsallaşmanın sağlanabilmesi için ödüllendirme ve cezalandırma mekanizmaları toplumsal denetimin bir aracı olarak yer almaktadır. Böylece birey toplumsal bilgiyi içselleştirir ve yerine getirirse bireysel gerçekliğinin de farkına varır.⁹⁶ Başarılı toplumsallaşmanın bu iki unsuru kapsayan bir yönelimle anılması birbirini kısıtlayan ve dışlayan bir eğilimden çok, geliştirici ve yapıcı bir şekilde özellikle yeni kuşak bireylerce alımlanması üzerine dair bir süreçtir.⁹⁷

⁹³ Enver Özkalp, *Sosyolojiye Giriş*, Ekin Basım, Bursa 2015, s. 108-122.

⁹⁴ Thomson- Hickey, *Society in Focus*, s. 95-99.

⁹⁵ Mahmut Tezcan, *Eğitim Sosyolojisi*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Ankara 1985, s. 39-40.

⁹⁶ Peter L. Berger, *The Sacred Canopy Elements of a Sociological Theory of Religion*, Open Road Integrated Media, New York 2011, s. 42.

⁹⁷ Tezcan, *Eğitim Sosyolojisi*, s. 39-40.

1.2.3.2. Başarısız Toplumsallaşma

Başarısız toplumsallaşma, bireyin sapıcı davranışlara ve patolojik boyutlara ulaşan tutum ve davranışlarıyla ilgili bir süreçtir.⁹⁸ Belirtilmelidir ki; toplumsallaşma süreci her bireyde aynı kalıpta olmaz. Buna göre bazı bireyler, içinde yer aldıkları çevrenin ya da kendilerinin çevreye uyumsuzluklarından dolayı olmakla birlikte kendi içlerinde çelişen veya toplum ölçüleriyle çatışan kalıplar geliştirebilirler.

Çocukluktan itibaren gelişen ve beliren tutum ve davranışlar çocuğun toplumsallaşma sürecini de önemli ölçüde etkiler. Ailede başlayan bu süreç çevrede yeni arkadaşlıkların kurulmasıyla devam eder. Okulda devam eden bu süreç yazılı normların da öğrenilmesiyle gelişir. Çocuğun ergenlik ve genç yetişkinlik sürecinde medyadan etkilenmesi de kaçınılmazdır. Geleneksel medya yerine artan kullanımıyla yeni medyanın sosyal medya olarak bilinen tarafı iletişim ve etkileşim süreçlerinde bireyin hayatını başta görsel uyaranlarla etkilemekte; yazı, ses, vs. ile de toplumsallaşmayı etkilemektedir.

Başarılı ve başarısız toplumsallaşma tiplerine ek olarak yetişkin toplumsallaşmasından da bahsedebiliriz. Bu yetişkin toplumsallaşması ve yeniden toplumsallaşma olarak ifade edilmektedir.⁹⁹ Toplumsallaşma, hayat boyu devam etmektedir. Okul değiştirme ve yeni bir okula başlama, yeni bir işe girme, evlenme, taşınma ve göç etme gibi örnekler yeni bir toplumsallaşmaya sebep olur. Ancak yetişkin toplumsallaşması çocuğunkinden, doğal olarak, farklıdır. Çünkü yetişkin, aşağı yukarı belirginleşmiş bir karakter olarak, temel bir alışkanlık ve deneyime sahiptir. Çevresi daha daralmıştır. Bununla beraber kişinin toplumsallaşmasındaki temel süreç, aslında, yine çocuktaki gibidir. Böylece yetişkinin de toplumsallaştırma araçlarına başvurması, bunlardan modeller alması ve onlara katılımı gereklidir. Bu formal veya informal olabilir. Yetişkin toplumsallaşmasını sağlayan bir diğer nokta da toplumlardaki hızla değişimdir.¹⁰⁰ Bu sebeple de yetişkinlerin yeni gelişmeleri ve yenilikleri öğrenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu konuda belki de toplumumuzdan verilebilecek en güzel örnek, teknolojik yeniliklerdir. Burada yetişkinler teknolojik birtakım yenilikleri ana babalarına öğretmek zorunda kalırlar. Bu örneğe ek olarak dildeki gelişmeler ve yenileşmeler de sayılabilir. Artık bu konuda eski kuşak, yeni kelime ve kavramları, ifade şekillerini, iletişim araç ve uygulamalarının bir kısmını çevresindeki genç kuşak ve çocuklarından öğrenmektedir.

⁹⁸ Ejder Okumuş, “Din ve Sosyalleşme”, *Turkish Studies*, 9/11 (2014), s. 441.

⁹⁹ Okumuş, “Din ve Sosyalleşme”, s. 439.

¹⁰⁰ Elkin, *Çocuğun Toplumsallaşması*, s.126.

Bireyler hayatları boyunca yeni roller¹⁰¹ ve yeni deneyimler edinirler. İşte bunlarla birlikte bireyin değişen tutumları, değer ve davranışları sonucunda yeniden toplumsallaşma meydana gelir. Örneğin bu süreç, bekârlılıktan evliliğe geçişte, gençlikten yaşlılığa vs. geçişte söz konusu olmaktadır. Yeniden toplumsallaşmaya verilebilecek diğer önemli örneklerle de suçluların rehabilitasyonu ya da bireylerin dinsel yaşam biçimini değiştirmeleri gösterilebilir.¹⁰²

Yukarıda ifade edilen toplumsallaşma tiplerine şunlar da eklenebilir: Birincil ve ikincil toplumsallaşma¹⁰³, cinsiyet toplumsallaşması¹⁰⁴, öznel ve nesnel toplumsallaşma¹⁰⁵.

1.2.4. Toplumsallaşma ve Din

Sosyolojik açıdan kurum, din kurumu da dahil olmak üzere, bir kişiyi ya da bir grubu tikel biçimde ifade etmekten öte kültürün bir kısmı, insanların yaşam tarzlarının örüntüleşmiş bir parçasıdır.¹⁰⁶ Sosyal kurumlar kişilerin temel sosyal gereksinimlerine karşılık belirli düzenlemeleri ve süreçleri kapsayan sosyal örüntü, rol ve ilişki yapısıdır.¹⁰⁷ Buna göre kurumlar, amaçlı, sürekli, yapılanmış, örgütlenmiş, değer yüklü davranış örüntülerinin bileşimidir.¹⁰⁸

Kurumların birbirleriyle olan ilişkilerinden hareketle belirtilmelidir ki hiçbir sosyal grup, saf olarak sadece tek bir kurumun örüntülerini kullanmaz. Bir dini grup öncelikle din kurumunun işlevini izler, ama bu grup aynı zamanda çocukların eğitimi, dinlenme, para toplama ve harcama gibi diğer kurumsallaşmış işlevleri de yerine getirir.¹⁰⁹

Çalışmamız dinden doğan sırf dini grupların yapısal-işlevsel dönüşümlerine yönelik vurgulara sahiptir. Dolayısıyla kapsam sosyal kurumlar içerisinde sadece din kurumu ve onun yardımcı kurumlarından cemaat ilişkilerini açıklamakla oluşacak bir sınırlılık olarak belirtilmelidir. Sosyolojik açıdan din kurumu genelde insanın Tanrı ile ilişki kurma temelinden hareketle dua ve ibadet gibi formlarla bu gereksinimi karşılamaktadır. Dışsal ve kavramsal davranış örüntülerinin doğruluğuna veya yanlışlığına işaret eden din kurumu, ahlak (moral) ve

¹⁰¹ Hans Freyer'e göre bir toplumsal kümede bulunan kimse ancak belirli bir rolü almak ve o rolü sürekli oynayarak o kümenin gerçek bir üyesi olur ve o toplumdaki yerini alır. Hans Freyer, *Din Sosyolojisi*, çev. Turgut Kalpsüz, Doğu Batı Yayınları, 2016 Ankara, s. 23.

¹⁰² Tezcan, *Eğitim Sosyolojisi*, s. 44.

¹⁰³ Peter L. Berger-Thomas Luckmann, *Gerçekliğin Sosyal İnşası*, çev. Vefa Saygın Ögüt, İstanbul 2008, s. 189-201.

¹⁰⁴ James M. Henslin, *Sociology: A Down to Earth Approach*, Prentice Hall, Boston 2011, s. 75.

¹⁰⁵ Tezcan, *Eğitim Sosyolojisi*, s. 37.

¹⁰⁶ Sevinç Güçlü, "Toplumsal Kurumlar", *Kurumlara Sosyolojik Bakış*, ed. Sevinç Güçlü, Birey Yayıncılık, İstanbul 2005, s. 22.

¹⁰⁷ Joseph Fithcer, *Sosyoloji Nedir?*, çev. Nilgün Çelebi, Atilla Kitabevi, Ankara 2001, s. 123.

¹⁰⁸ Güçlü, "Toplumsal Kurumlar", s. 22.

¹⁰⁹ Fithcer, *Sosyoloji Nedir?*, s. 126.

değer (etik) sistemlerini de içermektedirler. Ayrıca ibadet sistemi, dini törenler, din adamlığı, cemaat ilişkileri, vb. yardımcı kurumlar arasında yer almaktadır.¹¹⁰

Sosyolojik açıdan din tanımları dinden neyin kastedildiğine bağlı olarak farklılıklar barındırmaktadır. Din bilimcileri tarafından genellikle yapılan tasnif dini, *özel (substantive/essentialist)* ve *işlevsel (functional)* olmak üzere iki kategoride tanımlamaktadır.¹¹¹ Özel tanımda temel vurgu dine, kutsale, aşkına ve tabiatüstü bir gerçekliğe yapılmıştır.¹¹² Bu nedenle din özne ile ilgili olarak kabul edilmiştir. Bu tanımlamanın öncülerinden olan Rudolf Otto (1869-1937)'nin “Din kutsalın tecrübesidir”¹¹³ şeklinde açıklama yaparak özel tanımlamanın ne olduğuna işaret etmiştir.

Durkheim'a ait olan ve dinin ne işe yaradığı hakkında yoğunlaşan işlevselcilik ise diğer bir tanımlamadır. O, toplumsal hayatın tutarlı bir bütünlük oluşturarak değerlerin paylaşılmasıyla varlığını devam ettirebileceğini ifade eder. Dini bireysellikten çok toplumsal yönüyle ele alan Durkheim için asıl itibarıyla işlevsel olarak inanç ve uygulamalarıyla dünyayı anlamlandırmanın bir yoludur.¹¹⁴

Anlayıcı sosyolojinin devamını ifade eden fenomolojik ekolün önde gelen temsilcilerinden olan Peter Berger dini “Kutsal bir kozmosun kurulduğu insani bir girişim”¹¹⁵ şeklinde tarif etmektedir. Berger'in kutsal olarak kastettiği ise belirli nesnelerde bulunan ya da yerleştiğine inanılan, insanın dışında olmakla birlikte onunla bir şekilde ilişkide bulunabilen korkutucu veya esrarengiz niteliğe sahip bir güçtür.

Joachim Wach'a göre dinin sosyolojik anlamda bir kurum olarak var olabilmesine ve dini tecrübenin kendisinin bazı özellikler göstermesine bakılarak bu nitelikler şu üçlü geleneksel formda belirlenim göstermektedir. Bunlar:¹¹⁶

- Dinin inanç, akide, doktrin veya düşünce olarak ifade edilebilen ilk formunu oluşturan boyutu.
- Eylem, ibadet veya kült olarak ifade edilen dinin pratik ve ritüeller boyutu.
- Dini cemaat¹¹⁷ veya topluluk olarak ifade edilen üçüncü boyut.

¹¹⁰ Fithcer, *Sosyoloji Nedir?*, s. 125.

¹¹¹ John Bird, *Din Sosyolojisi Nedir*, çev. Abdulvahap Taştan-Mustafa Derviş Dereli, Lotus Yayınları, İstanbul 2017, 22-30.

¹¹² Abdurrahman Kurt, “Sosyolojik Din Tanımları ve Dine Teolojik Bakış Sorunu”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17/2 (2008), s. 75-76.

¹¹³ Joachim Wach, *Din Sosyolojisi*, çev. Ü. Günay, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul 1995, s. 37.

¹¹⁴ Emile, Durkheim, *The Elementary Forms of the Religious Life*, translated by Karen E. Fields, The Free Press, New York 1965, s. 21-30.

¹¹⁵ Berger, *The Sacred Canopy Elements of a Sociological Theory of Religion*, s. 35.

¹¹⁶ Ünver Günay, *Din Sosyolojisi*, İnsan Yayınları, İstanbul 2017, s. 238.

¹¹⁷ İslam dünyasında da tarih boyunca irili ufaklı birçok dini grup oluşmuştur. Hatta dini gruplar olarak bazı tarikatlar özellikle bir devletin oluşması, kurulması veya yıkılmasına bile yol açacak seviyede önemli bir

Bu üç geleneksel form ile dinin oluşturduğu ibadet sistemleri, dini törenler, din adamlığı ve cemaat¹¹⁸ ilişkileri gibi yardımcı kurumlar olarak ifade edilebilir. Buna ek olarak büyüsel bazı işlemler veya boşinan (batıl inançlar) dini gruplar tarafından kurumsallaştırılmaktadır.

Sosyal kurum kavramındaki kurum ifadesi biri dar diğeri geniş anlama karşılık gelmek üzere iki şekilde kullanılmaktadır. Örnek vermek gerekirse bir ilkokul dar anlamdaki şekliyle bir kurumu ifade etmektedir; bir lise, bir üniversite de aynı şekilde dar anlamda kurumdurlar. Ancak bunların tümü birden göz önüne alındığında, dar anlamdaki bu kurumların hepsinin bir bütünü yani geniş anlamda eğitim kurumunu oluşturduğu ifade edilebilir. Bu nedenle eğitim, hukuk vb. bütünler kurum olarak görece de olsa kendi içerisinde nispeten ortak bir yaklaşım sergiler. Böylece dar anlamdaki kurumlar daha geniş, kapsayıcı bir bütünü oluştururken oluşan bu bütünler geniş anlamda kuruma yani sosyal kurumlara karşılık gelmektedir. Bu kurumlar da sosyal yapı içerisinde belli bir toplum düzenini oluşturacak şekilde bir eşgüdüm ve uyum içinde bulunurlar. Fonksiyonalist kurama göre sosyal kurumlar toplumun ihtiyaç duyduğu gereksinimlerin üzerinde durarak sosyal bir kurum olarak işlevsellik özelliğinin üzerinde konuya açıklık getirmektedirler. Buna göre sosyal yapının ihtiyaç duyduğu yeni üyelere sahip olmak, yeni üyeleri toplumsallaştırmak, mal ve hizmetleri üretmek ve dağıtmak, toplumsal düzeni korumak, yaşama bir anlam kazandırmak sosyal kurumların üzerine düzen görevlerdir. Fenomenolojik kuram ise kurumların bireyleri etkileme gücüne karşın bireylerin de kurumlara adapte olabilme yön ve yöntemleri, sosyal kurumları etkileyebilme, dönüştürebilme güçleri ve onları yaratma biçimleri üzerinden de karşılıklı bir etkileşim özelliği kabulünden hareketle kurumlar üzerinde yoğunlaşırlar.¹¹⁹

Kurumların bireyi toplumsallaştırma sürecinde etkin olarak yer alması olumlu bir işlev olarak ifade edilirken; kurumların bazen de sosyal kişiliği engellemesi olumsuz işlev olarak ifade edilmektedir. O halde birey, toplumsallaşma sürecinde belirli süreçleri kapsayan bir yönelimi ya da yönlendirilme durumuna konu olmaktadır.

Sonuç olarak bir kurum olarak ele alındığında din ve onun sağladığı toplumsallaşma unsurları bireyin toplumsallaşmasında yer edinmektedir. Dinin toplumsallaşma bağlamında katkısına bakıldığında din, toplumsal uyuma, bireyin kimlik kazanmasına, birey ve grupların toplumsal hayatta anlam kazanmalarına vs. etki eden önemli bir süreçtir.

konuma sahip olmuşlardır. Osmanlı Devleti’de yer alan tarikatlar üzerinden devlet-tarikat ilişkisini inceleyen iki önemli çalışma için bkz. Zekeriya Işık, *Devlet ve Tarikat Osmanlı Toplumunda Devlet Tarikat ilişkilerinin İdeolojik ve Sosyolojik Zemini*, Çizgi Kitabevi, Konya 2016; Zekeriya Işık, *Şeyhler ve Şahlar Osmanlı Toplumunda Devlet Tarikat İlişkilerinin Gelişim ve Değişim Süreçleri*, Çizgi Kitabevi, Konya 2017.

¹¹⁸ Bauman cemaati güvenli olmayan bir toplumda güven arayışı şeklinde görmüştür. Zygmunt Bauman, *Cemaatler*, çev. Nurdan Soysal, Say Yayınları, İstanbul 2014, 7-12.

¹¹⁹ Nicholas Abercrombie vd., *Dictionary of Sociology*, Penguin Books, London 2006, s. 200.

1.2.5. Toplumsallaşmanın Yeni Mekânı: Çevrimiçi Sosyalleşme, Tekno-Sosyal Hayat

Toplumsallaşma sosyal hayatın iki önemli yönüne karşılık gelmektedir: insanın gelişimi ve toplumsal/kültürel devamlılık. Bireyin toplum ile olan etkileşimi sırasında bir taraftan birey, ait olduğu grubunun normlarını, değerlerini, tutumlarını ve karakteristik dilini öğrenirken bireysel kişiliği ve şahsiyeti oluşur ve şekillenir. Sosyal bir varlık olarak insan diğer insanlarla etkileşimlerinin bir sonucu olarak belli bir değerler sisteminin içerisinde, bulunduğu kültürü tanımaya, öğrenmeye başlar. Bu bireyin çevresindekilerle arasındaki etkileşim sürecini ifade eden bir yön olmakla birlikte sonraki nesillere aktarılan bir yönü de barındırmaktadır. Böylece birey değerleri, gelenekleri, normları vs. içeren bir toplumsallaşma/sosyalleşme içerisine dahil olur. Bireyler, farklılıklarına rağmen, bir fert olarak toplumla bütünleşmeyi, toplum(l)a uyumlu bir kimlik kazanmayı, toplumun kendine özgü davranış ve düşünce kalıplarına uygun olarak hareket etmeyi toplumsallaşma sürecinde öğrenmektedir.¹²⁰

Toplum genel bir toplumsallaşma/sosyalizasyon aracıdır. Birbiriyle temas eden her kişi aslında bir sosyalizasyon aracı olmaktadır. Toplum ile bireysel kişi arasında pek çok küçük gruplar vardır. Bunlar kişinin sosyalizasyonu için temel araçlardır. Hatta gazete, dergi, radyo, televizyon, internet gibi kitle iletişim araçları da kişiye çeşitli davranış örüntülerini tanıtır. Komşuluk, okul ve dini kurumlar da kişi için önemli sosyalizasyon araçlarıdır.¹²¹ Dolayısıyla toplumsallaşma için gerekli araçlardan olan grup ilişkilerinin ve geleneksel ya da yeni medya araçlarının toplumsallaşma üzerinde büyük bir önemi bulunmaktadır.

Din toplumu oluşturan ve karşılıklı olarak toplum ile etkileşim temelinde dönüştürücü veya mevcut durumu koruyucu vasıflar içerir. Din toplum içerisinde etkileme gücünü çeşitli şekillerde ve farklı özelliklerle gösterir. Din olgusunun içerisinde dini grupların oluşmasının ve süreklilik göstermesinin sonucu olarak toplumun içinde insanın sosyal olabilme yetisini kullanma yönündeki eğilim ile birlikte insanlık ve gruplaşma tarihi birliktelik göstermiştir. Tarihi süreçte dini gruplar doğal/tabii dini gruplar ve sırf dini gruplar şeklinde ikiye ayrılarak incelenmiştir. Kesin olmamakla birlikte tabii dini gruplara ilkel kültür seviyesindeki toplumlarla çok tanrılı halk dinleri zemininde rastlandığı bunun aksine sırf dini grupların ise yüksek ve tek tanrılı dinlere inanan toplumlarda ortaya çıktığı düşüncesi vardır.¹²² Doğal dini gruplar içerisinde aile, klan, mahalli birlikler, kabile ve millet yer almaktadır. Sırf dini gruplar ise aynı dinin benimsenmesi yoluyla ortaya çıkan birlikteliklerdir.

¹²⁰ Yakup Çoştı, “Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 9/3 (2009), s. 118-120.

¹²¹ Fithcer, *Sosyoloji Nedir?*, s. 27.

¹²² Ali Albayrak, *Caferilerde Dini ve Sosyal Hayat (Ankara Keçiören Örneği)*, (yayınlanmamış doktora tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı, Ankara 2006, s. 35.

İnsanlığın gruplaşma becerisini keşfi ve grup oluşturma savaşlar, gündelik hayat, değer aktarımı vb. konulardaki geniş avantajları ile birlikte doğal dini gruplar oluşmuş, doğal dini grupların da dinin aktarıcı ve genellikle koruyucu oluşu dinin toplumsal açıdan birincil grup vasfı gören doğal dini gruplar içinde yayılmasına olanak vermiştir. Bu konuda aileden başlayarak insanlık tarihinin örgütlenme becerisinin en üstün niteliği sayılan devlet kurumuna varan yelpazede din yer almış ve konumunu bazen koruyup bazen kaybetmişse de kurumsal bir olgu olarak asli bir sosyalizasyon ve değer aktarım aracı olarak hemen her toplumdaki yerini almıştır. O halde dini kurumların da kapsama dahil olduğu dini grupların hali hazırda toplumsallaşma sürecine bir katkısı bulunmaktayken buna ek olarak bir de bunların medya araçlarını kullanarak bu kapsamı daha da genişlettikleri söylenebilir.

1.2.6. Dijital Toplumsallaşma Bağlamında Dini Grup Temsilleri

1970’li yıllardan başlayıp günümüze kadar teknolojinin önemli ilerlemeler sağladığı ve bu yönüyle de toplumsal yaşamı etkilediği açıktır. Bu bağlamda din olgusunun da dijital teknolojiler içerisinde temsil edilmesi kaçınılmaz olmuştur. İnternetin, fiziksel sınırların ötesinde sanallıklar oluşturma fiziksel mekanların sanal platformlarda temsiliyet kabiliyetini de artan oranda ivmelendirmiştir.

Matbaanın keşfedilmesinden önce insanlar dinlerini, dillerini, geleneklerini, örf ve adetlerini kısacası bütün birikimlerini sözlü kültürle veya yazılı kültürün kısıtlı imkanlarıyla aktarabiliyorlardı. Bu nedenle sözlü kültürden yazılı kültüre geçişi hızlandıran ve basım teknolojisinin gelişmesini sağlayan ana etkenin matbaa olduğu göz ardı edilmemelidir. Ong’un ifadesiyle “kulağın göze teslimi”¹²³ görme ve görünmenin öneminin gün geçtikçe önem kazanmasına imkan tanımıştır. Kitle iletişim araçlarının telgraf, televizyon, gazete, dergi, vb. gibi geleneksel medya olarak ifade edilen türleri yerini “0” ve “1” sayılarının farklı kombinasyonlarda birleşerek oluşturduğu yeni medya olarak ifade edilen ve ekranın yer aldığı piksel tabanlı dijital teknolojilere bırakmıştır.

İslam’ın internet ortamında yer alması 1980’li yıllarda ABD’de eğitim gören Müslüman öğrencilerin Kur’an ve hadis metinlerinden İslamî eğitim materyallerine, namaz vakitlerinden ABD’de yer alan helal kasapların nerede bulunduklarına kadar pek çok konuda tavsiyeler içeren metinleri tarayarak aktarmalarıyla başlamıştır.¹²⁴ 1990’lı yıllarda internetin yaygınlaşmasıyla

¹²³ Walter J. Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür*, çev. Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul 2014, s. 140.

¹²⁴ Jon W. Anderson, “The Internet and Islam’s New Interpreters”, *New Media in the Muslim World*, ed. Dale F. Eickelman-Jon W. Anderson, Indiana University Press, Indiana 2003, s.48.

birlikte dinlerin internete olan ilgisi artarak devam etmiş, dini grupları temsil eden web sitelerinin de oluşturulmasıyla birlikte bu ilgi daha da yoğunlaşmıştır.¹²⁵

İçinde bulunduğumuz çağda gelinen noktada teknolojik imkanlar birey ve toplum temelinde farklılaşmaları ve bütünleşmeleri daha önce eşi görülmemiş biçimde dönüştürmekle beraber halen de dönüştürmeye devam etmektedir. Gün geçtikçe artan bu değişim hızı doğal olarak yeni toplumsallıkları beslemekte, yeni söylemler, paradigma ve anlayışların geliştirilmesini mümkün kılmaktadır. Bunlara ek olarak mevcut toplumsallıkların ifade edilmesi için postmodern toplum, postseküler toplum, risk toplumu, tüketim toplumu, küresel veya akışkan toplum şeklindeki tanımlamalar da mevcuttur.¹²⁶

Gündelik hayatı etkileyen kurumların başında gelen din olgusu ve onun çerçevesinde oluşan dini ya da dinsel söylemler yaşam tarzlarına, sosyal ilişkilere ve değerler sistemine yönelik yapılan kavramsallaştırmalardan uzak değildir. Bunları bir taraftan etkilerken diğer taraftan da onlardan etkilenmektedir. Ayrıca konunun dijitalleşme ekseninde derinliğini de içeren tarafla birlikte ağ toplumu, şeffaflık toplumu, teşhircilik toplumu, apaçıklık toplumu, teklifsiz toplum, enformasyon toplumu ve kontrol toplumu gibi kavramsallaştırmalar da bulunmaktadır.¹²⁷

Yeni toplumsallıklar, değişim ve dönüşüm temellendirmesinden hareketle dini söylem ve dinsellik temsillerinin medyadaki varlığına geniş bir atıf olarak yer almaktadır. Temsil terimi İngilizce representation, gerçek bir olay ya da kişinin nesnesine benzeme şartına bağlı kalmaksızın yeniden şekillendirilmesini ifade etmektedir.¹²⁸ Ancak bu aynı zamanda benzeşmeyen benzeşimi de içerecek ölçüde farklılaşabilir ama benzeşim yoluyla da özgün gerçekliğini örnekleyebilme kabiliyetine sahiptir. Dolayısıyla her temsil, ister nesnesine benzesin isterse de benzemesin özgün gerçekliği ikincil bir gerçeklik temelinde kurgular, Doğrudan özgün gerçekliği çağrıştırır ya da çağrıştıran bir anlamı yeniden inşa eder. Bu da mevcut özgün gerçekliğin kurgusal ve başka bir temellendirme ifade ederek dönüşmesini ve aktarılmasını mümkün kılan bir niteliktir.¹²⁹ Yeni medya, medya ve dinin popüler kültür bağlamında yeni bir söylemi kapsayıcı mahiyette dijitalleşen dini de içerecek şekilde, online religious, religious online, sanal cemaatler, dini sanal cemaatler, sanal ritüeller kavramlarıyla karşılanmaktadır.¹³⁰ Medyanın geleneksel tarafını ise gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları oluşturmaktadır.

¹²⁵ Mehmet Haberli, *Sanal Din*, Açılım Kitap, İstanbul 2014, s. 51.

¹²⁶ Ünal Şentürk, “Yeni Toplumsal Bir Metin Olarak İnternet”, *Sosyoloji Divanı*, 5/9 (2017), s. 25.

¹²⁷ Byung-Chul Han, *Şeffaflık Toplumu*, çev. Haluk Barışcan, İstanbul, 2018, Metis Yayınları, s. 25-67.

¹²⁸ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur?*, s. 12-13.

¹²⁹ Çamdereli, *Din Ekranda Nasıl Durur?*, s. 113-114.

¹³⁰ Haberli, *Sanal Din*, s. 61.

İçinde bulunduğunuz dönem için dijital medya dönemi, yeni medya dönemi multimedya, interaktif medya gibi isimlendirmeler verilmektedir.¹³¹ Buradan hareketle dijital kodlama sistemi ile temellenen yüksek hızlı ve çok katmanlı, eş zamanlı oluşan yeni medyanın geleneksel medyaya göre önemli farklılıkları bulunmaktadır. Dijitallik (Digitallity), yakınsama (Convergence) ve etkileşimlilik (Interactivity) yeni medyanın öne çıkan taraflarını oluşturmaktadır.¹³²

Dini grupların geleneksel medya olarak bilinen gazete, dergi, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarını kullandıkları bilinmektedir. Ancak özellikle 2000’li yılların başından itibaren internet teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel medyanın bilgilendirme, eğlendirme vb. özelliklerinin tümünü kapsayan yeni medya ortaya çıkmıştır. Yeni medya mevcut kitle iletişim araçlarının özelliklerini kendinde kapsamakla birlikte diğerlerinden farklı olarak istenilen zamanda ve mekanda kendisinin kullanılabilmesine de olanak tanımaktadır. Özellikle oda büyüklüğündeki bilgisayarların yerini yüksek depolama kapasitesine sahip, kolayca taşınabilir teknolojiler aldıkça internetin bu özelliği daha da ön plana çıkmaktadır. İnternetin dijitallik özelliği göstermesi de onun ekranlar vasıtasıyla ve yüksek depolama kapasitesiyle ortaya çıkmış bir yönüdür. İnternetin bu özellikleri ile birlikte dijital toplumsallaşma sürecine girdiği söylenebilir. Artık gün geçtikçe yeni medyanın toplumu değiştirme ve dönüştürme gücünü artırdığı iddia edilebilir.

Dijitallik her ne kadar yenilik ve kolaylık ile lanse edilse de onun internet ve geniş anlamda medyanın en yeni üyesi olduğu, sanal gerçeklik teknolojilerinin de özelliğini kapsadığı ifade edilebilir. Ancak dijitalliğin sağladığı sosyalizasyon süreci de medyanın öteden beridir sağladığı özelliklerden biridir. Bu ister bireyselleşmeyi artırsın isterse de artırmasın bilgi edinme süreçleri ve eğlence içeriklerinin büyük bölümü internetin bir tür başat unsurları haline gelmiştir. Dolayısıyla internet dijitallaşmaya başlamış sonuç olarak da internet kullanıcıları da dijital bir mekanizmanın ürünlerini tüketir hale gelmişlerdir. Bu da internetin içerik unsurlarının toplumsallaşmayla ilgisinin dijitallik özelliğine aktarmasını sağlamıştır. Özellikle sosyal medya sitelerinin dijital toplumsallaşma sürecinde etkin bir aldığı söylenebilir.

Matematiksel olarak her datanın 0 ve 1 kodlamasıyla olduğu dijitallik yeni medya olarak tanımlanan internetin etkileşimlilik yönüne vurgu yapan sosyal medya siteleriyle birlikte önem kazanmıştır. Bu imkanlar sonucunda internetin kullanım oranı artmış ve aynı şekilde önemli bir sosyal öğrenme, toplumsallaşma, hatta bireyselleşmeye aynı anda sebebiyet verebilen bir olanaklar ve riskler alanı haline gelmiştir.

¹³¹ Jan Van Dijk, *The Network Society Social Aspects of New Media*, Sage Publications, London 2006, s. 9.

¹³² Dijk, *The Network Society Social Aspects of New Media*, s. 8-9.

1.2.7. Youtube Özelinde Dijitalleşen Din

Son yıllarda oldukça popüler hale gelen YouTube dini grup ve organizasyonların da yer aldığı bir video paylaşım sitesidir. Dini gruplar internette web siteleri, sosyal medya siteleri Facebook ve Twitter gibi sosyal medya içerisinde de yer almaya başlamışlardır. Dini grupların web sitelerine ek olarak interaktiflik özelliği ön plana çıkan bu sitelerde kurumsal olarak yazı, resim ve video şeklindeki içeriklerle yer almalarını sağlamaktadır. Bunlara ek olarak video içeriğinin daha belirgin olarak kullanıldığı YouTube'da da dini grupların yer aldığı gözlemlenmektedir.

Yeni medyanın dijitallik özelliği onun büyük veri veya veritabanlarını çok hızlı bir şekilde ağlara ya da depolama birimlerine aktarabilmesini mümkün kılmaktadır. Dijitallik bu dinamik süreklilik içerisinde üretim, paylaşım ve değerlendirmelerin hızlandırılmasını sağlarken; geleneksel medyanın sahip olduğu mekan sınırlamasını da ortadan kaldırmıştır. Gazete ve dergi gibi yazılı kitle iletişim araçlarının malumat olarak ifade edilen ayıklanmış ve belli filtrelerden geçirilmiş olarak yer verdiği haber eksenli niteliği belirli niceliksel sınırlamalara sahip olsa da dijitalleşmeyle birlikte, ayıklanmamış ya da kurgusallığın ham içeriklerini de barındırabilen yani gerekli ve gereksiz ayırım temelinden uzaklaşarak bütünüyle işlenmemiş, toplu haldeki veriler enformasyon olarak ifade edilen, sayıca büyük miktardaki datayı barındırmaktadır.

Yeni medyanın yakınsama özelliği ise onun kendinden önceki iletişim araçlarının içerik ve özelliklerini barındırmasıdır.¹³³ Örneğin, Youtube kurulduğunda sadece video paylaşma sitesi özelliği göstermekle birlikte günümüzde ise anket yapılabilen, fotoğraf ve hikaye paylaşılabilen, metin (ileti) yazarak ses ve görüntü ile birlikte yazılı ve görsel olanakların tümünü de kapsayan bir yöne doğru evrilmiştir. Dolayısıyla bu yeni medyanın kendi içinde bile diğer yeni medya araçlarını kapsayacak biçimde yakınsama özelliğine sahip olduğunu açık bir şekilde ifade etmektedir.

Yeni medyanın bir diğer özelliği ise etkileşimlilik yani interaktif bir şekilde geleneksel medyadaki gibi kaynak aktif alıcı pasif durumun aksine okuyucu, dinleyici ve izleyici kavramlarını içinde barındıran kullanıcı olarak dönüşümü ifade etmektedir.¹³⁴ İnternetin kullanıcılara sunduğu bir diğer imkan ise organizasyon temelli, yüksek kırtasiye, prosedür ve bürokratik süreçlerin bypass edilebildiği ekonomiklik özelliğidir.¹³⁵ Böylece isteyen bir kişi kamera özelliğine sahip bir akıllı telefon vasıtasıyla YouTube'da kanal açabilir, içerik

¹³³ Dijk, *The Network Society Social Aspect of New Media*, s. 46.

¹³⁴ Haberli, *Sanal Din*, s. 35.

¹³⁵ Joseph R. Dominick, *The Dynamics of Mass Communication Media in the Digital Age*, McGraw Hill, New York 2005, s. 15-16.

yükleyebilir, kaç kere izlendiğini görüntüleyebilir, içeriğin nasıl karşılık bulduğunu dakikalar hatta saniyeler içinde öğrenebilir. Dolayısıyla internette yer almak eş zamanlı veya anlık olma özelliğine bir atıftır.



İKİNCİ BÖLÜM

YOUTUBE VİDEOLARI ÖRNEKLİĞİNDE DİNİ GRUP TEMSİLLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ: ÖRNEKLEM ÇÖZÜMLEMESİ

Dijitalleşen toplumsallaşmanın sağlandığı mecralardan biri olan Youtube, sosyal video paylaşım sitesidir. İsteyen herhangi bir kimse Youtube’da¹³⁶ kanal adı verilen sanal bir profil hesabı açıp, herkesçe görülebilen, hemen her konuda video çekip bu siteye yükleyebilmektedir. Videonun izlenme sayıları ve takipçi (abone) sayıları o videonun başarısını göstermekte, diğer videolardan daha hızlı yayılan, beğenilen ya da fazla izlenen videolar trend başlığı altında başka bir sekmede daha yer alabilmektedir. Örneğin ilk inceleyeceğimiz Youtube videosunda Ahmet Mahmut Ünlü, kendi Youtube kanalının takipçi (abone) sayısının yetersiz olduğu hakkındaki düşüncelerini ifade etmektedir. Çünkü Youtube ve getirdiği başarı ölçütü, izlenme sayıları ve abone sayılarının fazla olmasıyla ilişkilidir. Dolayısıyla içerik ne olursa olsun başarı, videonun daha fazla kişiye ulaşması, daha çok beğenme tuşuna basılması, izlenmesiyle elde edilebilir. Aslında dini söylemlerin dijital mecralara taşınması diğer bir ifadeyle dinin modern dünya ile uyumlu hale gelmesi post-seküler toplum kavramıyla da karşılanmıştır.¹³⁷

Onları bu sonuca götüren çıkarım ise şudur: eğer dijital mecranın içerisinde geleneksel bir dil ile varolmaya çalışırsanız tüketilebilir bir üretim yapma kapsamından da uzaklaşmış olursunuz. Ancak durum şudur ki burada din dilinin üreticileri şu tuzağa düşmektedir: eğer geleneksel ve ciddi bir dil ile dijital mecralarda yer alırsak insanların dikkatini yeterli ölçüde çekemeyiz. O halde karşımızdakinin silahıyla silahlanalım ve cihad yapmanın yeni bir yolu olarak bu dönemin ihtiyaçlarına uygun bir din dili üretelim ve dijital cihad veya e-cihad¹³⁸ yapalım. Dönemin gereklilikleri dijital çağda İslamı yaymayı gerektiriyorsa işte bizde tam olarak bunu yapalım. Şimdi Youtube videoları örnekleminde dini grup temsillerinin videolarını göstergebilimsel açıdan incelemeye geçebiliriz.

¹³⁶ Youtube sayfası görselinde arama butonunun altında yer alan ve videoların sıralandığı ilk sayfada videolardan önce bir boş alan bırakılır ki bunun anlamı Youtube’da kendi alanınız olduğu ve o alanın size ayrıldığı vurgusu yapılmak istenmektedir. <https://www.youtube.com/> (erişim tarihi: 07.07.2020).

¹³⁷ Faruk Karaarslan, “Post Seküler Din Halleri ve Dinin Dijitalleşmesi”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. Mete Çamdereli-Betül Önay Doğan-Nihal Kocabay Şener, Köprü Kitapları, İstanbul 2015, s. 28.

¹³⁸ Dijital çağda dijital ortamlarda yapılan cihadı tanımlamak için e-cihad tabiri kullanılmaktadır. E-cihad, online fetvalar ve siber İslami çevreler hakkında yapılan detaylı bir çalışma için bkz. Gary R. Bunt, *Dijital Çağda İslam*, çev. Nil Erdoğan, Babil Yayınları, İstanbul 2007.

2.1. Ahmet Mahmut Ünlü'nün Videosunun Çözümlemesi: “Allah Rızası İçin Abone Olun”

Video, 2017 yılında Ahmet Mahmut Ünlü'nün¹³⁹ Youtube kanalında¹⁴⁰ yayınlanmış olup, 2 dakika 49 saniye sürmektedir.¹⁴¹ Videoda imge kendi Youtube kanalına diğer bazı Youtube kanalları kadar ilginin gösterilmediğini, abone sayısının yeterli olmadığını, sosyal medyanın gündelik hayatta gereksiz bir şekilde fazlaca kullanıldığını ve bunun da sonuçlarının olduğunu ifade etmektedir. Ardından imge, sosyal medya ve televizyon kanallarının mevcut durumuna, bunların içerik ve sunum özelliklerine değinmektedir. Son olarak da imgenin internet siteleri, sosyal medya ve televizyon kanallarının ne ölçüde takip edilmesi gerektiği hakkındaki görüşleri yer almaktadır.

2.1.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.1 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2017 tarihli, Ahmet Mahmut Ünlü'nün “Yemek Kanalını 700.000 Kişi Takip Ediyor, Allâh İçin Yapılan Tebliğlere Neden Abone Olmuyorsunuz?” konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	“Cübbeli Ahmet Hoca olarak” da bilinen Ahmet Mahmut Ünlü'nün kendi Youtube kanalında yer alan “Haftanın Sohbeti” başlıklı dini içerikli videosu.	Youtube’da dini içerikli konuşmalar yaparak cihad yapma, İslam’ın “doğru bir şekilde” kendisinden öğrenilebileceği.
	Uzun sakal, kısa bıyık, beyaz sarık, yeşil cübbe, Türk bayrağı, Osmanlı tuğrası, kırmızı-beyaz mikrofon, beşgen, altıgen, sekizgen düzgün çokgenler.	Dini gelenekleri koruma, devlete ve millete bağlılık, milli değerlere yer verme, geleneksel olmakla birlikte aynı zamanda yeniliklere de yer verme. Türk/İslam devleti olan Osmanlı ve Selçukluların en çok kullandıkları motiflere yer vererek o dönemin değerlerini vurgulama.

¹³⁹ 1965 İstanbul doğumlu olan ve halk arasında Cübbeli Ahmet Hoca olarak tanınan Ahmet Mahmud Ünlü vaiz, hafız ve yazardır. Bununla birlikte o, İstanbul'un Fatih ilçesi Çarşamba semtinde bulunan İsmailağa Cemaati'nin önde gelenlerindendir.

¹⁴⁰ Ahmet Mahmud Ünlü'nün Youtube kanalı için bkz. <https://www.youtube.com/c/CubbeliAhmetHoca> (erişim tarihi: 06.07.2020).

¹⁴¹ Ahmet Mahmud Ünlü, “Yemek Kanalını 700.000 Kişi Takip Ediyor, Allâh İçin Yapılan Tebliğlere Neden Abone Olmuyorsunuz?”, <https://www.youtube.com/watch?v=CLlgcepAV2I>, (erişim tarihi: 07.07.2020).

	Kural koyucu olarak beliren imge. Televizyon kanallarının, internet sitelerinin ve sosyal medya sitelerinin zamanı boşa harcama araçları olması, bunların istisnasının ise haber izlemek olduğu.	Otoriter imge. Ancak kendisinin belirttiği ölçütlere uyan “namuslu” şekilde yayın yapan kanalların izlenmesine müsaade edilmesi.
	Youtube abone sayısının yetersiz olduğunun ifade edilmesi.	Dijital olanın getirdiği başarı ölçütü olan izlenme ve abone sayılarını önemseme, kutsal bir iş yapıldığı; bu işi yapanın da bu sebeple kutsalın bir parçası olduğu; böylece kendisine yeterli ilginin olması gerektiği, bunun da abone sayılarıyla kanıtlanabileceği. Sert ve keskin söylemlerle, karışıklıklara başvurarak, Allah’ın rızası ile kendi Youtube kanalına abone olmak arasında kurulan bağ.
	Dini hassasiyetleri ifade etme, kadın imgesinin “karı-kız meselesi” olarak ifade edilmesi.	Erkek imgenin kendi algısına uygun şekilde yer almayan kadın imgesini tarif etmesi. Ayrıca kadın imgesinin yer aldığı mecraların olumsuzluğunu ifade eden din adamı-erkek imge.

2.1.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Çekim kodları açısından bakıldığında videoda çerçeveleme tekniği açısından görüntüde yer alan kişinin duruşuna, hareketlerine ve kendisine dikkat çekmek için orta plan kullanıldığı görülmektedir.¹⁴² Görüntünün açısı ise önden açıyla, izleyicinin tam karşısında hizalanmıştır.

Fotoğraf 2. 1 Ahmet Mahmut Ünlü'nün Youtube Videosu



Görüntüde imge, ışık yoğunluğunun artırıldığı üst-orta hizada yer almaktadır. Böylece imgenin yüzü ve giysileri üzerinde aydınlık ve gölgesiz bir görüntü elde edilmiştir. Videonun tümünde imgenin konuşmasını, bulunduğu mekanın normal yüksekliğinden daha yukarıda, belli bir yükseklikten yaptığı anlaşılmaktadır. Bu imgenin otururken, dinleyicilerin imgeden daha az bir yükseklikte yer aldığını kanıtlamaktadır. Çünkü imge konuşmasını yaparken kameraya doğru direkt bir bakıştan daha çok, kendisini daha aşağı bir açıdan dinleyenlerin olduğu yöne doğru bakmaktadır.

Videoda konuşma, vaazın geçtiği yerde yapılan, dualara verilen “Amin” sözü gösterilerek, imgenin tek başına olmadığını, videonun bir tür mescit ya da sohbet için uygun bir ortamda, belli bir sayıda kişinin katılımıyla yapıldığını çağrıştırmaktadır. Videoda zamanın sol üst köşede yazdığı üzere 2 Şubat 2017 olduğu bilinmektedir.

¹⁴² Berger’in tablosuna göre orta çekimle kişinin bir kısmının görünmesi kişisel ilişkinin artırılması anlamı taşımaktadır. Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 26.

Videoda imge, kendi Youtube kanalında yer alan haftalık sohbetlerinden birini yapmaktadır. Görüntünün sol alt köşesinde imgenin yani Ahmet Mahmut Ünlü'nün kamuoyunda “Cübbeli Ahmet Hoca” olarak da tanınmasına atıf yapılarak “CÜBBELİ AHMET HOCAEFENDİ İLE BU HAFTANIN SOHBETİ” adlı yazı yer almaktadır. İmgeye göre sağ tarafta yer alan, bir kısmının kapalı olduğu kırmızı mikrofondaki “lâle” yazısı yer almaktadır. Bu, 18 Eylül 2014 tarihinde yayına başlayan, Ahmet Mahmut Ünlü'nün de sohbetlerinin yayınlandığı İsmailağa Cemaatine bağlı sohbet, eğitim vs. içerikli bir TV kanalı olan “Lâlegül TV” logosudur.¹⁴³ Görüntünün sol üstünde videonun yayınlandığı tarih olan “2 Şubat 2017” adlı yazı yer almaktadır. Görüntünün arka fonunda “Kardeşlik Köprüsü” mottosu yer almaktadır. Bu motto, “Hayder (Hoca Ahmet Yesevi Derneği)” adlı 2005 yılında, Ahmet Mahmut Ünlü ve arkadaşları tarafından kurulan yardım derneğine aittir.¹⁴⁴ Resimde yer alan bu mottolar ise imgenin ait olduğu grupları göstermektedir. Görüntüde imgenin kısaltılmış bıyık, görece uzun bir sakal bıraktığı gözükmemektedir.

Videoda uzamın gösterenleri olarak kurgulanan, Osmanlı/Selçuklu motifleri, imgenin giyim tarzı, Türk bayrağı ve tuğra motifleri geleneksel dini değerlere bağlılık duygusuna gönderme yapmaktadır. Uzamın gösterenlerinin anlamları uzlaşımsal olarak bilinmektedir. Bunun yanında reklam filminde erkek imgenin nasıl davranıp, nasıl davranmaması gerektiği Türkçe dil koduyla oluşturulmuş sözel iletiler aracılığıyla ve dış erkek sesi tarafından aktarılmaktadır. Uzamın gösterenlerinin yer verdiği anlamlar ise toplumun genel bir biçimde kabul ettiğine yönelik varsayımı olarak bilinmektedir. Bununla birlikte videoda imgenin nasıl davranıp, nasıl davranmaması gerektiğine dair çıkarımlar Türkçe dil koduyla oluşturulmuş sözel iletiler vasıtasıyla ve imgenin sesi tarafından bizlere aktarılmaktadır. Ayrıca sözel iletiler görüntüsel göstergelerle birlikte yer alarak her iki unsur da birbirini desteklemekte, imgenin jest ve mimikleri yardımıyla da video boyunca çağrıştırılmak istenen otoriter, kural koyucu, dini değerlere dair fetva verici din adamı gibi ifadeler sert, özgüvenli, kızgın olduğu görülen imge aracılığıyla yansıtılmaktadır. İmgenin kıyafeti ve fiziksel görünümü, imgenin bu yönde aktarmak istediği duygusal anlamları desteklemektedir. Bunun yanında imgeye eşlik eden arka fondaki yazılar, simgeler, değerlere bağlı ve dine uygun bir tarz içeren yönelimi ifade eden yananlamların göstereni olarak konumlandırılmaktadır. Ayrıca bu kodların videonun sözsüz iletişim kodları şeklinde de okunabileceği ifade edilebilir.

Renk kodları videoda ağırlıklı olarak, İslam'ı ve milli değerleri çağrıştıran renkler olan beyaz, yeşil ve kırmızıdır. Bu yönüyle bakıldığında renklerin simgesel anlamları imgenin

¹⁴³ <https://lalegultv.com.tr/terms/kurumsal> (erişim tarihi: 13.05.2020).

¹⁴⁴ <https://www.ahmetyesevi.org.tr/tr> (erişim tarihi: 13.07.2020).

etrafındaki değerlerle uyumlu bir söylem geliştirdiği, tutum ve davranışlarında da bahsedilen yöne uygun bir tavır takındığı yananlamalarını vurgulamaktadır. İmgenin beyaz bir sarık taktığı görülmektedir. Ayrıca imge yeşil cübbe giymektedir. Görüntüde yer alan bir diğer renk ise kırmızıdır. Görüntünün sol hizasında ve sağ üstünde sekizgen bir geometrik şekil içerisinde kırmızı ve beyaz rengi içeren Türk bayrağı yer almaktadır. Ayrıca görüntünün sağ üst köşesi ve imgenin sol üst çaprazında bir logo yer almaktadır. Bu imgenin kişisel web sitesinin logosudur.¹⁴⁵ Logo yeşil renk üzerine sarı renkli bir tuğrayı göstermekte, onun da üzerinde İmam-ı Rabbâni'nin türbesini tasvir eden bir resim yer almaktadır. Logonun ortasında “Cübbeli Ahmet Hoca” kelimelerinin baş harflerinin kısaltması “C.A.H.” yazısı yer almakta, onun da hemen altında “Cübbeli Ahmet Hoca” yazısı yer almaktadır. Burada Osmanlı padişahlarının imzası olarak bilinen tuğraya yer verilmiştir.

Görüntüde Ahmet Mahmut Ünlü'nün arka fonunda bazı geometrik şekiller yer almaktadır. Bu şekillerden birinde sekiz adet dikdörtgen formun birleşmesiyle oluşan bir daire bulunmaktadır. Bu şeklin merkezinde Anadolu Selçuklu döneminde sıklıkla karşılaşılan sekiz köşeli yıldız motifi yer almaktadır. Selçukluların sıkça kullandığı sanat motiflerinden olan sekiz köşeli yıldız zamanda sekiz ilkeyi anlatan bir sembol olmuştur. Bu ilkeler; sabır, şükür, sadakat, merhamet, doğruluk, sır tutmak, acizliği bilmek ve cömertliktir. Söz konusu bu sekiz ilke aynı zamanda sekiz cenneti de simgelediği düşünülmektedir.¹⁴⁶ Yer verilen bir diğer motif ise beşgen yıldızların oluşturduğu, merkezinde altıgen bir geometrik şekildir. Selçuklu geometrik süslemesinde oldukça sık kullanılan düzgün çokgenler *kapalı şekil* olarak tanımlanan bir süsleme biçimini oluşturmaktadır. Tekrar eden şekillerden oluşan kompozisyonlar ise temel alındığı çokgenin açılarıyla kırılmalar yaparak oluşmaktadır. Düzgün çokgenlerden veya kırık çizgi sistemlerinin oluşturduğu kapalı formların birleşmesiyle oluşan süslemelerin tanımlamaları genelde *geçme* olarak nitelendirilmektedir.¹⁴⁷ Bu geçmelerden biri sekiz köşeli yıldız diğeri de düzgün altıgen çokgenin merkeze alındığı iki formu tekrar etmektedir.

2.1.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri

Videoda, Türkçe dil kodlarıyla oluşturulmuş sözel iletiler imgenin keskinleşen söylemleri ile ilgili ipuçları verirken, görüntüsel göstergelerde yer alan destekleyici unsurlar

¹⁴⁵ <https://www.cubbeliahmethoca.com.tr/> (erişim tarihi: 09.07.2020).

¹⁴⁶ Aysen Soysaldı, “Türklerde Yıldız Motifi ve Teke Yöresi Yıldızlı Zili (Burdur Müzesi) Örnekleri”, 9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi (Maddi Kültür), T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 1997, s. 427.

¹⁴⁷ Mustafa Bulut, “Geometrik Sistemin Çözümlemesi Selçuklu Örnekleri Üzerine Birkaç Girişim”, *Sanat Tarihi Dergisi*, 26 (2017), s. 31.

imgenin jest ve mimikleriyle desteklenmektedir. Anlamlar ise burada jest ve mimiklerin çağrışımları üzerinden inşa edilmektedir.

Videonun başında imge, Youtube’da yer alan bir yemek kanalının abone sayısının kendi kanalındaki abone sayısından oldukça fazla olduğu karşılaştırmasından hareketle bir konuşma gerçekleştirmektedir. İmge “Kaç takipçisi var o gece ikide yemek yapanın?” sorusunu sormaktadır. Oldukça ciddi bir yüz ifadesiyle bu soruyu sorduktan sonra kısa bir duraklamanın ardından “Yedi yüz bin?” cevabını vermektedir. Devamında “Benim kaç takipçim var Youtube’da?” sorusuna “Yüz bine zor çıktı.” cevabını vermektedir. Buradaki abone sayısı karşılaştırmasının kendisini memnun etmediği sonucundan hareketle imge, onu dinleyenlere “Ne diyeyim size şimdi, Fatiha okuyacağım ama hayatınıza okuyacağım yaa!” demektedir. İmge bu esnada yüzünü muhataplarından başka bir yöne çevirerek kızgınlığını ifade etmektedir. Devamında, “Allah sizi ihya etsin yani (bu esnada dinleyicilerden yüksek sesle “Amin!” sözü duyulmaktadır), canlanın, kıpırdaşın yaa!, bi kıpırdaşın ya!” demektedir. Sonrasında “Millete ayet, hadis okuyoruz, tebliğ yapıyoruz; para mı topluyoruz yaa!” diyen imge, “Allah için üye olun diyoruz Youtube’a diyoruz, daha yüz bin olmuşuz, demesinler mi ki, gecenin ikisinde yemek programı var, yedi yüz bin üyesi var.” demektedir. Devamında, “Bizim cemaata dedim, yani artık ruhuna. Ne yapayım ben size? İhya olmanız için okuyabilirim, Fatiha ölümlere okunmaz hep yani. Dirilere de okunur yani. Allah hepimizi ıslah etsin. (bu esnada dinleyicilerden “Amin!” sesi duyulmaktadır), bu yüz bin olacak iş mi ya! Bu kadar ayet hadis okuyan!” İlk cümlede “ruhuna” diyerek eksilteli cümle yapısına başvurmakta olan imge, hemen arkasından soru cümlesiyle konuşmasına devam etmektedir.

Devamında “Ne var, bir tuşla üye oluyorsun. E bugünün cihadı bu, bugünün tebliği bu.” diyerek sözlerine devam eden imge, “Ama dünya! Bütün milletin gözünü, gönlünü boyamış, kaplamış. Ondan sonra bereket yok. Nasıl bereket olsun, nasıl bereket! Şeyden, internetteki şeyleri takip eden adam, vaktinde bereket olur mu? Beş saat bir anda geçer. Ne yaptığından haberin olmaz. Ne teheccüdün kalır ne işrakın kalır ne kuşluğun kalır. Lüzumsuz, anca bakıyorsun.” demektedir. Videonun sonunda da “Zaruri bir haberler; o da namuslu kanal bulursanız, namuslu: yalan konuşmayan, dürüst, namuslu. Varsa bir şey, bir haber; en fazla bir haber en fazla! O da zaruri haberler; o da karı g(k)ız mesele çıkmayacak yani. Nerde! Zaten internette yani birçoğu haberlerin yalan dolan.” Sözleriyle imge konuşmasını tamamlamaktadır.

İmgenin yüksek bir ses tonuyla, kızgınlığını ifade eden jest ve mimikleriyle konuşması memnuniyetsiz olduğunu çağrıştırmakta, dinleyici imgeleri yüzleri görünmese de imgenin memnuniyetsizliğini paylaşmakta ve bunu imgenin dualarına “Amin” göstereni işlevi üzerinden üstlenmektedir.

2.1.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

Karşılaştırma yapılan Youtube kanalının ya da o kanalın içerik üreticisinin üçüncü tekil şahıs ile temsil edilmesi ve “yemek yapmak” gibi oldukça yüzeysel bir faaliyet yaptığı izlenimine küçümseyici bir şekilde yer verilmektedir. “Fatiha okuyacağım ama hayatınıza okuyacağım yaa!” cümlesi yerleşmiş değerler olarak kodlanan dinsel kodun bilinmesiyle anlaşılabilir. Çünkü imge, cenaze merasimlerinde ölen kimse için okunması istenen ve genellikle mezar taşlarında karşılaşılan “Ruhuna el Fatiha” olarak bilinen, ölümler için sıkça okunan Fatiha Suresi’ni okuyacağını söylemektedir. Bu, kendisinin istediği gayretin gösterilmediği, kendisini takip etmeyenlerin de bu davranışlarından dolayı hayatta değillermiş gibi olduklarının bir göstergesidir. Ayrıca burada cansızlık ve gayretsizliklerinden dolayı bu kişiler ölümlere benzetilerek metafor (eğretileme) kullanılmıştır. “Allah sizi ihya etsin yani; canlanın, kıpırdaşın yaa!, bi kıpırdaşın ya!” cümlesinde imge, kendisini dinleyenlerin “cansız” olduklarını, kendilerinde yeterli gayreti görmediğini, Allah’a dua ederek onların böyle gayretsiz olmamalarını istemekte ve bunu ses tonunu yükselterek açıkça ifade etmektedir.

Devamında, “Millete ayet, hadis okuyoruz, tebliğ yapıyoruz; para mı topluyoruz yaa!” karşılaştırmasına yer veren imge, (birinci çoğul şahıs kullanarak kendi cemaatini yahut sadece kendisini kastederek) yaptıklarının İslam’ın insanlara ulaştırılması için çaba sarfetmek olduğunu belirtmekte, yaptıklarını da herhangi bir maddi çıkar için değil, sadece Allah rızası için yaptığı çağrışımına yer vermektedir. “Allah için üye olun diyoruz Youtube’a diyoruz, daha yüz bin olmuşuz, demesinler mi ki, gecenin ikisinde yemek programı var, yedi yüz bin üyesi var.” Ahmet Mahmut Ünlü, Allah rızası için Cübbeli Ahmet Hoca Youtube kanalına abone olmakla Allah rızasını kazanmak arasında bağ kurmaktadır. Devamında, “Bizim cemaata dedim, yani artık ruhuna. Ne yapayım ben size? İhya olmanız için okuyabilirim, Fatiha ölümlere okunmaz hep yani. Dirilere de okunur yani. Allah hepimizi ıslah etsin. (bu esnada dinleyicilerden “Amin!” sesi duyulmaktadır), bu yüz bin olacak iş mi ya! Bu kadar ayet hadis okuyan!” İmge, cemaat kelimesiyle kendisinin de mensubu olduğu İsmailağa cemaatini kastetmekte; kendi Youtube kanalına abone olunmasını istediğini belirtmektedir.

Devamında “Ne var, bir tuşla üye oluyorsun. E bugünün cihadı bu, bugünün tebliği bu.” Ahmet Mahmut Ünlü, Youtube’da kendi kanalına abone olmanın oldukça kolay olduğunu ifade etmektedir. Youtube kendisine göre, mevcut çağda insanlara ulaşım, tebliğ aracıdır. Böylece Youtube sonuç olarak bir tür diji-cihad¹⁴⁸ yapmanın mümkün hale geldiği bir mecra olarak

¹⁴⁸ Genel olarak İslami literatürde “dinî emirleri öğrenerek buna uygun bir yaşam sürmek ve başkalarına da öğrendiklerini öğretmek, iyiliği emredip kötülükten sakındırmaya çalışmak, İslâm’ı tebliğ, insanın kendi nefesine ve dış düşmanlara karşı mücadele vermek” şeklinde tanımlanan cihad İslam tarihi boyunca her zaman önemli bir tebliğ aracı olarak kabul görmüştür. Ahmet Özel, “Cihad”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. VII, s. 527.

konumlandırılmaktadır. İmge burada tebliğ kelimesine karşılık ulaş/tır/ma fiilini kullanarak bu konuda kendisine ulaşılacak kişiye de “kardeşimiz” kelimesiyle yakınlık duymakta; tebliği kendisine ulaştıracak olanın da, kendi videolarını paylaşarak, cihad yapmış olacağını ifade etmektedir. Bir kişinin evde tek başına otururken bile video paylaşarak cihad yapmasının mümkün olduğunu ifade eden imge, kendisinin de okuma, okutma, yazma ve sohbet yapma olarak tanımladığı cihad faaliyetlerini yerine getirdiğini ifade etmektedir. Bu konuda ayrıca cihad yapmadığını düşündüğü kimseleri de eleştirmektedir. “Ama dünya! Bütün milletin gözünü, gönlünü boyamış, kaplamış. Ondan sonra bereket yok. Nasıl bereket olsun, nasıl bereket! Şeyden, internetteki şeyleri takip eden adam, vaktinde bereket olur mu? Beş saat bir anda geçer. Ne yaptığından haberin olmaz. Ne teheccüdün kalır ne işrakın kalır ne kuşluğun kalır. Lüzumsuz, anca bakıyorsun.” İmge, dünya-ahiret hayatı karşılaştırmasına giderek millet diyerek tanımladığı Müslümanların dünya hayatına gereğinden fazla yöneldiğini, nafîle namazlar olarak bilinen teheccüd, işrak, kuşluk vs. gibi ibadetler başta olmak üzere pek çok ibadeti yerine getirmedikleri ya da öncelemediklerini ifade etmekte; bunun sonucunda da internetteki içeriklerle vakit israfı yapıldığını böylece de bereketsizliğin mevcut olduğunu vurgulamaktadır.

Devamında imge, internette vakit geçirmenin belli bir yönelimi kapsamaması gerektiğini ifade ederek, “Zaruri bir haberler; o da namuslu kanal bulursanız, namuslu: yalan konuşmayan, dürüst, namuslu. Varsa bir şey, bir haber; en fazla bir haber en fazla! O da zaruri haberler; o da karı g(k)ız mesele çıkmayacak yani. Nerde! Zaten internette yani birçoğu haberlerin yalan dolan.” İmge “namuslu kanal” kelimesini tekrarlayarak bu kelimeye dikkat çekmek istemekte; devamında kendisine göre namuslu kanal tanımı yapmaktadır. Kendisine göre namuslu kanal: yalan konuşmayan ve dürüst olandır. Böylece herhangi bir televizyon kanalı ya da internet sitesi namuslu olabilmek için bunlara uymalıdır. Ayrıca namuslu kanal, “karı g(k)ız mesele” olarak ifade ettiği kadınların kendi İslami algısına aykırı giyim tarzına sahip olmamalıdır. Ahmet Mahmut Ünlü, söylemini kadın kelimesinin argoda kullanılan karşılıklarından birine yer vererek sertleştirmekte; kendi hayat tarzına uygun olmayan gündelik yaşam pratiklerini benimseyen ya da buna göre yaşayanları da kendisine karşıt bir konuma yerleştirmektedir. Ünlü’nün bu söylemleri aslında sosyal platformda sıklıkla karşılaştığımız cıvıklaşan bir dil kullanma tarzını yansıtmaktadır.

Görüntüsel göstergelerin yanlamına gelince, sakal ve kısa bıyık gösterge olarak yer almakta olup, gösteren uzun, boyanmamış sakal, kısaltılmış bıyıktır. Gösterilen ise sakal

Diji-cihad terimi ise günümüzde iletişim araçlarının değişmesinden dolayı sosyal platformlarda yürütülen dini yayma amacıyla yapılan şeyler bütününü ifade etmektedir.

uzatmanın ve bıyık kısaltmanın sünnet olduğuna dair rivayetlere uyarak Hz. Peygamber'in koyduğu kurallara kendisi tarafından uyulduğu, sakal bırakanın sünnet sevabı aldığı, sakalın bir tutamdan daha kısa kesilmeyerek ya da jiletle kısaltmayarak günah işlenmediğidir.¹⁴⁹

Videoda kullanılan renklerin çağrıştırdığı anlamlara gelince, bu konu hakkında İslam literatüründe renkler ve onların gündelik hayattaki kullanımlarına yönelik bazı bilgilere yer vermek yerinde olacaktır. Hz. Peygamber'in renklerle olan ilişkisini Soner Gündüzöz şu şekilde açıklamaktadır: “*Hadislerde sarı elbise kötüdür, beyaz elbise iyidir. Hz. Peygamber bir moda yaratmanın peşinde olmaktan çok renklerde var olduğu kabul edilen bir sihirli gücü yeni dinin kodifikasyonunda birer şifreye dönüştürmek istemiştir.*”¹⁵⁰ O halde beyaz renk gösterge olarak, beyaz renkli nesneler de bu bağlamda bir gösteren olarak karşımıza çıkmaktadır. Gösterilen ise içeriğin bize ne anlatmak istediğini ifade etmektedir. Buna göre gösterilenlerin göz önünde, somut olarak nesneler üzerinden temsil edilişleri renk ve giyimler üzerinden olmakta; bu yönüyle de renkler, nesneler aracılığıyla göstergeler sistemi üzerinden, gösteren ve gösterilen olarak iletişim kurmaktadır. Buna göre rivayetlerde beyaz rengin, maddi ve manevi temizlik, rahmet, iyilik, tevazu, alçakgönüllülük, güzellik, hayır, hidayet, saflık ve cennetlik olmanın delili gibi olumlu anlamları çağrıştırdığı anlaşılmaktadır.¹⁵¹ Hz. Peygamber'in genellikle beyaz elbise giydiği ve beyaz sarık kullandığı; Medine'ye hicretinde de sarığının beyaz olduğu rivayet edilmektedir.¹⁵²

Türk giysi kültüründe bireylerin bir gösteren olarak doğumda zıbyn, tulum vs. ve ölümden kefen kullanımının göstergesi olarak beyaz, gösterilenin de bu rengin temizliği ve masumiyeti ifade etmesinden kaynaklı olduğu söylenebilir.¹⁵³ Bununla birlikte Türk/İslam toplumlarında beyaz rengin matem göstergesi olarak da kullanıldığı görülür. İslam öncesi Türk toplumlarında yuğ adı verilen cenaze merasimlerinde yas alameti olarak beyaz elbise giyilmesi geleneği veya Endülüs'te de beyaz renk bir matem alameti olarak telakki edilmiştir.¹⁵⁴ Ancak beyaz renk geçmişten günümüze algı ve alışkanlıklar temelinden hareketle mutluluğu çağrıştırmakta; düğün ortamlarında saflık ve samimiyet alameti olarak tercih edilmektedir.¹⁵⁵

¹⁴⁹ İsmail Yalçın, “Sakal”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, s. 1-2.

¹⁵⁰ Soner Gündüzöz, “Kur’ân’da Renklerin Büyüklü Gücü-Semiotik Bir İnceleme-”, *EKEV Akademi Dergisi*, 16 (2003), s. 76.

¹⁵¹ Aybike Serttaş Ertike, *Reklam (Temel Kavramlar, Teknik Bilgiler, Örnekler)*, Detay Yayıncılık, Ankara 2010, s. 77; Hüseyin Akyüz, “Hz. Peygamber'in Hadislerinde Renklerin Dili”, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 41 (2014), s. 379.

¹⁵² Nebi Bozkurt, “Sarık”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, s. 152.

¹⁵³ Ahmet Ayhan- Murat Birol, “Düşüncelerin Dışavurumu Olarak Moda Dünyası: İletişimsel Kodlara Yansıyan Örnekler Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Intermedia International e-Journal*, 3/1 (2016), s. 252.

¹⁵⁴ Bahaeddin Ögel, *Türk Kültürünün Gelişme Çağları*, MEB Yayınevi, İstanbul 2001, c. II, s. 85.

¹⁵⁵ Ahmet Kütük, “İslam/Türk Devlet ve Toplum Geleneğinde Renkler ve Anlamları”, *Türkiyat Mecmuası*, 24 (2014), s. 166.

Görüntüde imge tarafından kullanılan bir diğer renk ise yeşildir. Ayrıca imgenin internet sitesinin logosunda da yeşil renk göze çarpmaktadır. Genel olarak yeşil renk bereket, bolluk, sağlık, çevre ve sakinliğin yanında doğanın da temsilcisi olan renktir ve güveni temsil etmektedir.¹⁵⁶ Yeşil rengin ruhanî/uhrevî bir renk olarak kabul edilmekte ve genellikle de İslamiyet'in rengi olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla yeşil cübbe, yeşil sarık ve türbelerin genellikle yeşile boyanması gibi uygulamalar bu anlayışın ürünüdür.¹⁵⁷ Buna ek olarak Türk/İslam toplumlarında farklı dini zümreler, Hz. Peygamber'in soyundan gelen seyyidler ve tasavvuf esasına dayanan tarikatlarda ayırt edici renkler kullanılmaktaydı.¹⁵⁸ Bu bağlamda, daha çok siyah ve yeşil renkler ön plana çıkmıştır. Önceleri halifeleri ve sultanları temsil eden bu renkler, zamanla sofî şeyhleri tarafından da kullanılmıştır.¹⁵⁹ Videoda kırmızı renk Türk bayrağında kullanılmıştır. Kırmızı renk genellikle heyecan verici, neşeli, meydan okuyan, cüretkar ve güçlü gibi anlamlar taşımaktadır.¹⁶⁰ Ancak burada özellikle Türk bayrağında yer alan kırmızının göre çarpması anlatılan şeylerin Türk milletinin değerleriyle uygun olduğu görüşünü öne çıkarmaktadır.

Videoda kullanılan motiflere gelince bunlar Selçuklu¹⁶¹ mimarisinde en çok kullanılan çokgenler ise beşgen, altıgen ve sekizgenlerdir. Buradan hareketle kullanılan motifler Türk/İslam sanatında, özellikle de Selçuklular tarafından en fazla yer verilen geometrik şekillerdendir. O halde burada gösterge, geometrik şekillerdir. Gösteren, geometrik şekillerden oluşan, kendini tekrar eden düzgün çokgenlerin oluşturduğu motiflerdir. Gösterilen ise Türk/İslam sanatında mimaride ve süslemede en çok kullanılan geometrik motiflere yer verilerek estetik açıdan Türk/İslam sanatı vasıtasıyla geçmişe bağlılık vurgulanmaktadır.

Türk bayrağı göstergesi bir ülkenin bayrağı, gösteren sekizgen bir şekilde yer alan Türkiye Cumhuriyeti'nin bayrağıdır. Gösterilen ise bayrağın milli değerlere, devlete ve millete bağlılık duygusunu çağrıştırmakta, ayrıca bu bayrağı çerçeveleyen motifin sekizgen oluşu da bu çokgenin Türk/İslam sanatındaki önemini hatırlatmaktadır.

Videoda yer alan, Osmanlı Devleti'nin ve padişahlarının kullandığı tuğra gösterge olarak yer almakta; gösteren ise Osmanlı Devleti'nin ve padişahlarının kullandığı bir simge

¹⁵⁶ İzzet Bozkurt, *İletişim Odaklı Pazarlama*, Media Cat, İstanbul 2004, s. 293.

¹⁵⁷ Salim Küçük, "Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı", *Bilgi (Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi)*, 54 (2010), s. 201.

¹⁵⁸ M. Fuad Köprülü, "Bayrak", *İslam Ansiklopedisi*, MEB Yayınevi, Eskişehir, 1977, c. II, s. 405.

¹⁵⁹ Zeki Pakalın, "Alem", *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, MEB Yayınevi, İstanbul 1993, c. I, s. 48.

¹⁶⁰ Birsan Çeken-Elif Yıldız, "Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri", *Sed*, 3/2 (2015), s. 133.

¹⁶¹ Selçuklular (1040-1308) Türkler'in İslami devirde kurdukları en büyük hânedanlardan birisidir. Detaylı bilgi için bkz. Faruk Sümer, "Selçuklular", *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, ss. 365-371.

veya imzanın kullanılması; gösterilen ise bu simgenin kültürel olarak geçmişe ve geleneğe ait bir vurgulamayı, sahiplenmeyi ifade etmesidir.

2.1.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur.¹⁶² Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlamda metnin dizisel olarak ikili karşıtlıkları aşağıdaki gibi gözükmemektedir:

Tablo 2.2 Videodaki Karşıtlıklar

Kutsal olan	Kutsal olmayan
Yakınlık (“bizim cemaat”, “kardeşimiz”)	Uzaklık (kanalına abone olmayan, O zamiri)
Yüz bin (abone sayısı)	Yedi yüz bin (abone sayısı)
Maddi çıkarsız (karşılıksız tebliğ)	Maddi çıkar için (para toplamak)
Cihad yapmak	Zamanı boşa harcamak
Namuslu, dürüst (TV kanalı, sosyal medya, internet, kadın imgesine yer vermeyen)	Yalan söyleyen (TV kanalı, sosyal medya, internet, kadın imgesine yer veren)

Sosyal medya hızlı tüketilebilir bir yapıdadır ve Youtube bu açıdan çok önemli bir konumda yer almaktadır. Sosyal medya kolayca tüketilebilirliğin yanında katı olanın akışkanlaşmasına¹⁶³ ve katı söylemlerin dijital linçe varmasına da neden olmaktadır. Özellikle Youtube üzerinden vaaz eden din adamları bir yandan dinlayıcının dikkatini çekmek için kolay tüketilebilir içerikler sunması ve videoları için çarpıcı başlıklandırmalar seçmesi sosyal mecranın olmasa olmazları arasında yer almaktadır. Günün şartlarını da göz önünde bulunduran ve Youtube özelinde vaaz eden ve dinin geleneksel söylemlerini çağdaş sorunlar

¹⁶² Metnin karşıtlıklar üzerine kurulması çok önemlidir. Bkz. Barthes, *Elements of Semiology*, s. 13-93.

¹⁶³ Akışkanlaşmak bir olgunun veya durumun hızla değişerek özümsemeden değişmesidir. Bauman “akışkan modernlik” anlamında bir kavram kullanır. Bu yönüyle akışkan modernlik, içinde üyelerinin davranışlarını alışkanlıklara ve rutinlere dönüştürme fırsatı dahi bulamadan hızla değiştirdiği bir toplumdur. Zygmunt Bauman, *Akışkan Hayat*, çev. Akın Emre Pilgir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2020, s. 7. Bauman diğer bir eserinde ise akışkanlığı şöyle tanımlamaktadır: “Akışkanlar çok kolay yer değiştirir. “akarlar”, “damlarlar”, “dökülürler”, “taşarlar”, “fişkirirler”, “sızarlar”, “boşalırlar”, “püskürürler”, “süzülürler”; katıların aksine, akışkanların hareketini durdurmak kolay değildir- bazı engellerin etrafından dolaşırlar, bazılarını içlerinde eritirler ve bazılarının da, aşındırarak ya da sızarak, içlerinden geçerler.” Zygmunt Bauman, *Akışkan Modernite*, çev. Sinan Okan Çavuş, Can Yayınları, İstanbul 2019, s. 26.

üzerinden tartışan diji-vaizler¹⁶⁴ bir yandan vâizvaaz kürsüsünden yapılan konuşmanın retoriğinden farklı olarak akışkan, gevşek içerikler sunarken diğer taraftan ise karşında konumlandığı hoca, grup vb. kesimleri ise katı ve linç etme durumuna varacak şekilde eleştirel onlarla yarışabilmek için yeni bir din dili inşa etme çabasına girmiş görünmektedirler. Bu açıdan dijital ortam bir yandan özgürlükçü, demokratik, farklı görüşlerden insanların kendini ifade edebildiği bir yönü çağrıştırmakta diğer yandan ise artan kutuplaşmanın, linç ortamının, nefret söyleminin de barınmasına olanak tanımaktadır. Bu iki karşıtlık durumu ise dijital mecrada aynı zamanda ortaya çıkabilmektedir. Bütün bunlar göz önüne alındığında ise dijitalliğin çelişkili gibi görünen iki sonucu da beslediği sonucu ile karşı karşıya kalmaktayız.

O halde din dilinin bu iki yönü de kapsamı mümkün hale gelebilmektedir. Ancak dijitalliğe karşı olmanın ya da dijital olanın içerisinde yer almamanın da tercih edilebilmesi gayet mümkündür. Ancak Ahmet Mahmut Ünlü'ye göre çağın cihadı Youtube'dur. Buradan hareketle Ahmet Mahmut Ünlü kendisine bir tür “dijital kaçınılmazlık”¹⁶⁵ üretmektedir. Bundan dolayı da dijital dünyanın içerisinde popüler olma istenci bu kaçınılmazlığın hem nedeni hem de sonucu olmaktadır. Diji-vaizler tarafından hakkında konuşulacak dini konular seçilirken gündeme uygun, ilgi görebilecek, politik konuları da kapsayan bir yönelimi açığa çıkarmaktadır. Bunu yaparken de söylemler dikkat çekici video başlıkları, nesneler ve konular üzerinden anlam aktarımı, söz sanatları, argo kullanımlar ve gündelik konuşma retoriğinden hareketle kurgulanmaktadır.

2.2. Ehl-i Sünnet ve Ötekiler: Kerem Önder'in Youtube Kanalındaki “Vehhabi Selefiler, sadece Ehli Sünnet hocalara saldırır!” Adlı Videonun Çözümlemesi

Kerem Önder'in¹⁶⁶ Youtube kanalında¹⁶⁷ 2019 yılında yayınlanan video, 3 dakika 24 saniye sürmektedir.¹⁶⁸ Videoda imge, kendisine gönderilen ve “hidayet mesajları” olarak isimlendirilen izleyici mesajlarından birini okumaktadır. Ardından imge, kendisine gönderilen mesajı okumakta ve değerlendirmekte, Ehli Sünnet ve Vehhabi-Selefilerin farklı konulardaki

¹⁶⁴ Vaaz terimini “dinî konularda cemaati aydınlatarak manevi yönden gelişmesini sağlamak amacıyla din alimlerinde ibadet mahallerinde yapılan konuşma” şeklinde tanımlamak mümkündür. Bu şekilde konuşma yapan kimseyeise vâiz denilmektedir. Hasan Cirit, “Vaaz”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XLII, s. 404. Buradan hareketle diji-vâizi ise sanal ortamlarda dini konularda vaz eden kişi olarak tanımlamak mümkündür.

¹⁶⁵ Dijital kaçınılmazlıktan kastımız dijital mecranın eleştirilmesine rağmen ondan vazgeçememe ve dijital mecra üzerinden kendi düşüncelerini ifade etme durumudur.

¹⁶⁶ Kerem Önder YouTube'da yayınladığı fetva ve vaaz videoları ile fenomen olan genç bir şahsiyettir.

¹⁶⁷ <https://www.youtube.com/c/Kerem%C3%96nder>, (erişim tarihi: 20.07.2020).

¹⁶⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=EDjwjheZ2ck>, (erişim tarihi: 20.07.2020).

farklı duruşlarının bazılarına değinmektedir. Video, Kerem Önder'in Allah'a duasıyla son bulmaktadır.

2.2.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.3 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2019 tarihli, Kerem Önder'in konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	Kerem Önder'in kendi Youtube kanalında "Vehhabi Selefiler, sadece Ehli Sünnet hocalara saldırır!" başlıklı dini içerikli videosu.	Youtube'da dini içerikli konuşmalar yaparak Ehli Sünnet'i koruma ve temsilciliğini yapma. Kendilerinin doğru yolda olmalarından dolayı Vehhabi Selefilerin sadece kendilerine saldırması.
	Sakal, kısa bıyık, altın sarısı takke, beyaz gömlek, Türk bayrağı, üzerinde muhtelif şekiller ve yazıların yer aldığı Osmanlı Devlet arması, Kabe fotoğraflarının baskı edildiği bardaklar, Kur'ân-ı Kerim.	Dini gelenekleri koruma, devlete ve millete bağlılık, milli değerlere yer verme, geleneksel; aynı zamanda yeniliklere de yer verme. Osmanlı dönemine duyulan özlem ve bu değerleri vurgulama. Yakasız gömlek; özellikle uzun giysi ve kefeni çağrıştırdığı üzerinden hareketle modern olanın geleneksel yorumu.

2.2.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Fotoğraf 2. 2 Kerem Önder'in Youtube Videosu



Görüntüdeki imge, ışık yoğunluğunun tüm karede eşit olduğu bir mekanın, kamera açısına göre, orta hizasında yer almaktadır. Ancak yetersiz ışık, imgenin yüzü ve giysileri üzerinde tam bir aydınlık ve gölgesiz bir görüntü elde edilmesini engellemekte; haliyle imgenin üzerinde gölgelenmelerin oluşturduğu hafif yansımalar gözükmemektedir. Çekim kodları açısından bakıldığında videoda çerçeveleme tekniği açısından görüntüde yer alan imgenin duruşuna, hareketlerine ve kendisine dikkat çekmek için orta plan kullanıldığı gözükmemektedir.¹⁶⁹ Görüntünün açısı ise önden açıyla, izleyicinin tam karşısında hizalanmıştır.

Video, Türkçe dil koduyla oluşturulmuş yazılı ve sözlü iletiler vasıtasıyla imge tarafından aktarılmaktadır. Videoda görüntüsel göstergeleriyle yer alan imgenin kendisine gönderilen bir mesajı okuması ve değerlendirmeleri ile ilişkili hissettiği duygular mimik ve jestler yardımıyla anlaşılmaktadır. Gülümseme, beğenme vs. duyguların çağrışımları olan mimik ve jestler pek çok kültürde uzlaşımalsal bir biçimde benzer anlamlara gelmektedir. Videonun tümünde imge konuşmasını, dinleyicilerle aynı yükseklikte yapmaktadır. Çünkü imge, konuşmasını yaparken bakışlarını aşağı ve yukarıya değil doğrusal bir hizada olacak

¹⁶⁹ Berger'in tablosuna göre orta çekimle kişinin bir kısmının görünmesi kişisel ilişkinin artırılması anlamı taşımaktadır. Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 26.

şekilde kameraya doğru yöneltmekte, kendisini dinleyenlerle göz teması kurarak genellikle sağına ve soluna bakmaktadır.

Videoda uzamın gösterenleri olarak kurgulanan bayrak, arma, Kâbe baskılı bardaklar, Kur'ân-ı Kerim, takke İslâm'ı çağrıştırmaktadır. Video boyunca görüntüsel göstergelerle anlatsal göstergeler arasındaki bağlantı gösterilmekte, nesneler İslâm'ı çağrıştırmakta; bayrak ise devlete ve millete bağlılığın uzamı olarak çağrıştırılmaktadır.¹⁷⁰ Bu anlamda nesneler ise her iki uzamın arasında sağlanan bağlantıya gönderme yapması üzerinden anlaşılmaktadır. İslam kültürü çerçevesinde inşa edilen anlamlar pek çok kültürde benzerlik göstermektedir. Bunun yanında imgelerin giydiği kıyafetler de onların sosyal statülerine yönelik ipuçları vermektedir. Konuşma ortamında kullanılan takke ve özellikle yakasız gömlek, imgenin gündelik yaşamındaki dindarlığına da gönderme yapmaktadır.¹⁷¹ Videoda konuşmanın, vaazın geçtiği yer yapılan dualara verilen “Amin” sözü gösterilerek, imgenin tek başına olmadığını, videonun bir tür mescit ya da sohbete uygun bir ortamda, belli bir sayıda kişinin katılımıyla yapıldığını çağrıştırmaktadır. Videoda zaman, videonun Youtube'a yüklendiği tarih dışında bilinmemektedir.

Renk kodları videoda ağırlıklı olarak dini ve milli değerleri çağrıştıran beyaz, kırmızı ve Kabe'nin süslemeleri başta olmak üzere İslam sanatında sıklıkla kullanılan altın sarısıdır. Videoda kullanılan ve konuşmacının sağ ve sol tarafında yer alan aynı hizada Osmanlı Devleti'nin arması ve Türk bayrağı yer almaktadır.¹⁷² İmgenin altın sarısına benzer, açık sarı renkli bir takke taktığı gözükmemektedir. Görüntüde imgenin kısa bıyık ve sakal bıraktığı, beyaz renk ağırlıklı hakim yaka bir gömlek giydiği gözükmemektedir.¹⁷³ Görüntüde kullanılan bir diğer renk ise Türk bayrağının renkleri olan kırmızı ve beyazdır.

Videoda imge, kendi Youtube kanalında yer alan konuşmasını yapmaktadır. Görüntünün sol alt köşesinde sarı renge yakın bir renk tonunda “KEREM ÖNDER” logosu yer almaktadır. Görüntünün sol tarafında yer alan masanın üzerinde Kâbe fotoğrafının baskı edildiği iki bardak yer almaktadır. İmgenin okuduğu kağıtlar dışında masada sadece,

¹⁷⁰ Ahmet Mahmut Ünlü'nün de videosunda neredeyse birbirinin aynısı göstergeler kullanıldığına dikkat edelim.

¹⁷¹ Kerem Önder'in Youtube kanalında yer alan videolarının hiçbirinde yakalı gömlek ve yakalı tişört giymediği bulgusu onun bu yakasız özellikli giysileri özellikle tercih ettiğini göstermektedir. Yakasız gömlek İslami literatür içerisinde kefeni çağrıştırmaktadır. Çünkü ölünün giydiği beyaz giysi özellikle “yensiz, yakasız, dikişsiz ve sade birkaç parça bezden ibaret olan kefen, bir yönüyle ölünün bedenini örtme görevini yerini getirdiği gibi bir yönüyle de insanın bu dünyadan bir şey götüremeyeceğini, doğduğu gibi çıplak gideceğini ve dünyanın fâniliğini temsil etmektedir”. Mehmet Keskin, “Kefen”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXV, s. 184-185.

görüntünün sol tarafında, hemen sağında kapalı şekilde duran kırmızı renkli bir Kur’ân-ı Kerim yer almaktadır.

2.2.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri

Videonun başında imge kendisine gönderilen bir mesajı ya da mektubu okumaktadır. “Hocam sizin videonuzu izlerken gerçekten duygulandım. İslâm’a mükemmel hizmet ediyorsunuz. Daha düne kadar günde bir vakit namaz kılıyordum.” Bunun üzerine imge: “Bir vakte demek ki kendini sabitlemiş bu kardeş. İstikrarlı bir şekilde bir vakit kılıyormuş, daha düne kadar.” demektedir. Ardından önündeki kağıttan mesajı okumaya devam ederek: “Sebebi Vehhabilerin¹⁷⁴ içindeyken aldığım bir fetva...” eksiltili cümle yapısına başvurulmuş bu kısmı okuduktan sonra imge şunları söylemektedir: “Vehhabileri biliyorsunuz; İngiliz Müslümanları. Dini, Muhammed Aleyhisselam ve sahabeden değil İngiliz'den öğrendikleri için bütün ümmet kafirdir derler. Vehhabilerden bir fetva aldığım için bir vakit kılıyordum diyor. Onlara göre günde bir vakit namaz kılmazsan kafırsın. Halbuki böyle değil fetvayı yanlış...” cümlesinin sonunda eksiltili cümle yapısına başvurulmuştur. Devamında, “Takıyye¹⁷⁵ yapmış Vehhabiler. Vehhabiler de ülkemizde tıpkı Şiiler gibi takıyye yapmaya başladılar. Vehhabilere göre bir vakit namazı bile kasti olarak bıraktığın, zaman kılmadığın zaman kafırsın. Ehli sünnet¹⁷⁶ ne diyor, hayır Ehli sünnet diyor ki; günahın günah olduğunu reddetmedikçe yapmasan bile, kılmasan bile sen kafir değilsin; fasıksın, büyük günahkarsın ama Müslümansın. Öldüğün

¹⁷⁴ Vehhâbîlik ve Selefîyye (Selefi/ci/lik) hakkında Mehmet Ali Büyükkara şunları söylemektedir: “Ortaya çıkışından günümüze kadar İslâm dünyasında çok yönlü ve geniş bir etkiye sahip dinî ve siyasî bir harekettir. Adını hareketin dinî yönünün temellerini atan Muhammed b. Abdülvehhâb’a nisbetle almış, bu adlandırma akımın dışındaki dinî çevrelerde, ilmî ve siyasî sahalarda geniş kullanım alanı bulmuştur. Mensupları ise akımı Ehl-i sünnet dairesinde kalan bir ıslah ve dinin aslına dönüşmesini hedefleyen bir ihya hareketi olarak gördüğünden Muvahhidûn (ehl-i tevhid) veya izledikleri geleneksel dinî usule göre Ehl-i hadis ya da Selefîyye diye anılmayı tercih etmiştir. Bunun yanında birçok İslâm ülkesinde, Vehhâbîlik’le doğrudan ilgileri olmadığı halde ortak bazı görüşleri ve tutumları sebebiyle kimi gelenekçi ve modernist dinî gruplar ya da son yıllarda siyasal İslâm, radikalizm, dinî aşırılık veya terörle ilişkilendirilen çeşitli grup ve hareketler için de Vehhâbî adı uluslararası basın ve politik çevrelerde yaygınlık kazanmıştır.”, Mehmet Ali Büyükkara, “Vehhâbîlik”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XLII, s. 611.

¹⁷⁵ Kişinin canına veya malına yönelik bir tehlike durumunda inancını gizleyip gerektiğinde aksini söylemesi anlamında kullanılan bir terim. Mustafa Öz, “Takıyye”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXIX, s. 453.

¹⁷⁶ Bu terim, Hz. Peygamber ile ahabın dinin temel konularında takip ettikleri yolu benimseyenler anlamında bir tabirdir. Yusuf Şevki Yavuz Ehl-i sünnet’i şöyle tanımlamaktadır: “Sözlükte “mânevî alanda çizilen yolu benimseyenler” anlamına gelen ehl-i sünnet (ehl-i s-sünne) tamlaması ehl-i s-sünne ve’l-cemâa (ehl-i sünnet ve’l-cemâat) ifadesinin kısaltılmış şeklidir. Buradaki sünnetten maksat, dini tebliğ ve beyan etmekle görevli bulunan Hz. Peygamber’in İslâm’ın temel konularını anlama ve benimseme tarzıdır. Cemaat kavramı, her devirdeki müslümanların büyük ekseriyeti (sevâd-ı a’zam) ve müctehid âlimler gibi farklı şekillerde yorumlanmışsa da vahyin ilk muhatapları olup inanç, ibadet, hukuk ve ahlâk cepheleriyle İslâm’ı bir bütün olarak sonraki nesillere aktaran ashap cemaati anlamına geldiği yolundaki görüş tercih edilmiştir. Aslında bu anlayış diğer yorumların da temelini oluşturmaktadır. Buna göre Ehl-i sünnet’i, “Hz. Peygamber ile ashap cemaatinin dinin temel konularında takip ettikleri yolu benimseyenler” diye tarif etmek mümkündür. Bu tarifte yer alan “dinin temel konuları”ndan, İslâm’dan olduğu kesinlikle bilinen ve “usûlû’d-dîn” diye de adlandırılan hususlar kastedilmektedir.”, Yusuf Şevki Yavuz, “Ehl-i Sünnet”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. X, s. 525.

zaman İslami usullere göre gömülürsün; hesabını ahirette Allah senden sorar. Bu Ehli sünnet akidesidir. Şimdi bu da kafir olmaktan korktuğu için Vehhabilerin yanında bari bir vakit kılayım bu adamlar bana kafir demesin demiş.” Devamında önündeki kağıdı okumaya devam eden imge: “Bunlar öyle böyle değil gençlerin beynini yıkıyorlar. İsteksiz bir vakit ve sadece farz namazı kılıyordum hocam.” Bunun üzerine Kerem Önder şu değerlendirmeyi yapmaktadır: “Arkadaşlar Vehhabi-Seleficilerin biliyorsunuz; bunlar her seçim zamanı ortaya çıkarlar. Bunların bir özelliği şu: Ehli bidat olan hiçbir hocaya reddiye yapmazlar; hep Ehli sünnet hocalara reddiye yaparlar. Küfür, kafir, hakaret devamlı onlara giderler. Adamlar ayetleri inkar ederler, adamlar Kur'an-ı Kerim'den şu sureler çıkartılması lazım der; onlara reddiye yok. Sırf buradan bile Batılıların sadık köpekleri olduğu çok aşikârdır, çok nettir.” Burada imge tarafından bahsedilenler, Batılılara sadakatle bağlı olmaları yönünden köpeklere benzetilmiş; metafora yer verilmiştir. Devamında, “Bir özellikleri daha ne? Her seçim zamanı, her seçime yakın zamanda şöyle derler: Oy vermeyin, Müslüman oy kullanamaz, oy veren müşrik olur, kafir olur. Bunu neden söylüyorlar? Söylemelerinin sebebi şu: Askere gitmek haramdır, şıktır. Polis olmak haramdır, şıktır. Seçim zamanı geldiği zaman oy kullanmak şıktır. Neden bunu söylüyor bunlar, bu Vehhabi-Selefiler devlet boşalsın; askere giden kimse olmadığı zaman devletin bir ordusu olmadığı zaman dış güçlerin işgal edebilmesi için çok kolay bir zemin ortaya çıkar.” Burada ise Batılı devletler ya da unsurlarından dış güçler olarak bahsedilmiş, metominiye yer verilmiştir. Devlet kadrolarının boşalması anlamında da yine metominiye yer verilmiştir. Devamında, “Vehhabi-Seleficilerin tek gayesi budur. İç savaş çıksın, bu ülkenin ordusu yok olsun, polisi kalmasın, iç savaş çıksın ve biz meydana çıkalım. Irak'ı bitirdiğimiz gibi Suriye'yi bitirdiğimiz gibi Ehli sünnetin kalesi olan merkezi olan Türkiye'yi de bitirelim.” Yine burada da devlet ve milletler yerine ülkenin sadece adı kullanılmış olup metominiye yer verilmiştir.

Konuşmasının devamında imge, “Vehhabi-Selefi demek özetle bu demektir kardeşler. Bu kardeş de onların içinden çıkmış.” Sonrasında imge mesajın kalan kısmını okumaktadır: “İsteksiz bir vakit kılıyordum ve sadece farz namazı kılıyordum. Şimdi ise nafileleri bile kaçırmamaya gayret ediyorum. Allah'ım seni korusun hocam.” Son olarak imge şunları söylemektedir: “Kardeşim Allah-u Teala seni bunların elinden korusun. Bütün bidat ehlinin¹⁷⁷ elinden Allah senin ayaklarını korusun ki rabbim bu senin ayaklarını Ehli sünnet akidesinden kaydırmassın. Amine ya muîn.” Burada kişinin düşüncesi, bilinci ya da eylemleri ayaklara benzetilmiş olup, metafora yer verilmiştir.

¹⁷⁷ Asr-ı saâdet'ten sonra ortaya çıkmış, şer'î bir delile dayanmayan bazı inanç ve davranışları benimseyen gruplar anlamında kullanılan bir tabir.

2.2.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

Videonun başında imge kendisine gönderilen bir mesajı ya da mektubu okumaktadır. Ona göre Selefiler, Ehli Sünnet'e karşı olmaları nedeniyle doğrunun karşısında olmayı, dış güçler tarafından yönlendirilmeyi, beyin yıkamayı, takıyye yapmayı çağrıştırmaktadır. Devamındaki ifadelerde Vehhabi-Selefilerin karşısında konumlandırılan Ehli Sünnet ise doğruluğun, gerçek İslam'ın, devleti, milleti sevmenin ve yanında yer almanın, hidayetin aracı olarak çağrıştırılmaktadır. İnanç, doğru olan ve yanlış olan şeklinde ikiye bölünerek; gerçek tarafı dini, Hz. Peygamber ve sahabeden yani onların rivayetlerini önemseyerek kabul edenler oluşturmakta, yanlış taraftaki inanç ise dinini İngiliz'den yani İslam dışı bir gücün hakimiyeti altında yönlendirilenler oluşturmakta; bu yönde bir çağrışım yapılmaktadır.

Ehli Sünnet, geçmişi ve bugünü kapsayacak bir şekilde, aracılık eden yönü üzerinden, çağrıştırılmakta; videonun Ehli Sünnet etrafında kurmaya çalıştığı “gerçek inanç” düşüncesine yönelik anlam, görsel görüntülerle ve sözel iletiler vasıtasıyla aktarılacak sağlamaştırılmaya çalışılmaktadır. Videoda yer alan nesnelerle de buna yönelik, iletilerin anlam aktarımı üzerinden çağrışım yaptığı ifade edilebilir. Böylece geçmiş ve bugünün hem birlikteliği vurgulanmakta hem de geçmişe duyulan özlem nostaljik olarak vurgulanmaktadır. Bununla birlikte İslam dini ve Ehli Sünnet akidesi arasında kopmaz bir bağ olduğuna yönelik vurgular belirginleştirilmekte; bunlardan uzaklaşıp Ehli Sünnet dışı bir İslam inancına gitmenin aracı yani Vehhabi-Selefi tarafında yer almak; gösterilen doğru yoldan sapmaya aracılık eden karşıt bir inanç olarak konumlandırılmaktadır. Bu çağrışım ve karşıtlık, devletin ve milletin yanında yer almak ya da almamanın da konusu yapılmaktadır. Burada Ehli Sünnetin kalesi olarak nitelendirilen Türkiye'nin yanında yer almakla ilişki kurulmaktadır. Bunda devlet memuru olmak, seçimlerde oy kullanmak, askere gitmek gibi konularla devletin ve milletin yanında yer almanın arasındaki ilişkiye gönderme yapılmaktadır. Ehli Sünnet aynı zamanda hem din hem de devlet, millet sevgisiyle özdeşleştirilmektedir. Gerçek İslam'ı korumak için vazgeçilmez sayılan Ehli Sünnet, Vehhabi-Selefilerin asılsız fetvalarına karşı yer almakta, din dışı Batılı güçlerin İslam'a karşı kurduğu tuzakları temsil etmekten başka işe yaramadığı düşünülmekte ve bunlara karşı gerçek İslam'ı ve özünü korumaktadır.

Dini sohbet içerikli videoda doğru olandan yana taraf olunduğuna dair ikna edici olabilmek için nesneler üzerinden de geçmiş ve bugün arasında bağlar kurulmaya çalışılmaktadır. Buna uygun olarak iletiler, Türk bayrağı, Osmanlı Devlet arması, Kabe'nin baskı edildiği fotoğrafların çağrıştırdığı yan anlamlar üzerinden anlaşılmaktadır. Bayrak ve devlet armasının simgesel anlamları birçok kültürde uzlaşım olarak bilinmektedir. Video boyunca çağrıştırılmak istenen kutsallık, yücelik gibi anlamlar imgenin duruşu, kollarını yukarı

kaldırışı, bakışı kısacası hem bedensel devinimleri hem de mimikleri yardımıyla aktarılmaktadır. Bu bedensel devinimler ve mimikler de yine birçok kültürde benzer anlamları taşımakta olup, sözsüz iletişim kodları üzerinden anlamsal birtakım çıkarımları çağrıştırmaktadır.

Sarı renkli takkenin takılmış olmasında bir yan anlama tekabül etmektedir. Sarı renk genel olarak dikkat çekici, neşe ve hareket veren uyarıcı ve geçiciliğin simgesi olan bir renktir.¹⁷⁸ Sarı takke ya da sarıkla ilgili olarak bir rivayete göre Bedir gününde başta Cebrail (a.s.) olmak üzere melekler başlarında sarımtırak sarıklar olduğu halde Müslümanlara yardıma gelmişlerdir. Hz. Peygamber de ashabına meleklerin başlarındaki sarımtırak sarıkları işaret ederek: “Melekler işaretleriyle gelmişlerdir. Siz de kendinizi işaretleyiniz.” şeklinde bir telkinde bulunmuştur. Sarı renk ayrıca Kabe’nin örtüsünün üzerindeki işlemelerde ve suyun aşağı doğru hafifçe akmasını sağlamak için yapılmış olan *altınoluk*’un da rengidir. Ayrıca sarı renk, görüntünün sağ üstünde altın sarısı renkli kare bir çerçeve içerisinde koyu kırmızı levha üzerine yerleştirilmiş Osmanlı Devleti’nin armasında da yer almaktadır. Üzerinde muhtelif şekiller ve yazıların yer aldığı Osmanlı Devleti armasında belirgin bir diğer renk ise İslam’ı çağrıştıran yeşil renktir. Sarı renk, bir rivâyete göre Hz. Peygamber’in bayrak rengi olmuştur.¹⁷⁹

Görüntüde dinsel ve soyut simgelerin nesnelerle ifade edilmesini mümkün kılan bir okumaya göre bazı çağrışımlar yaptığı anlaşılmaktadır. Gösteren ise kısa bir bıyık ve görece kısa bir sakaldır. Burada Hz. Peygamber’in “Bıyığı kısaltmak ve sakal bırakmak adettendir (fıtrattandır).” rivayetine uyularak Hz. Peygamber’in koyduğu kurallara kendisi tarafından uyulduğu gösterilen olarak yer almaktadır. Hz. Peygamber’in genellikle beyaz elbise giydiği¹⁸⁰ rivayetine uygun bir giysi tercihinde bulunmaktadır.

2.2.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar temeli üzerinde kurulmuştur. Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlama göre metnin dizisel şeklinin ikili karşıtlıkları aşağıda yer aldığı şekilde gözükmektedir:

¹⁷⁸ Çeken-Yıldız, “Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri”, s. 133.

¹⁷⁹ Osmanlı Devleti’nde kullanılan arma ile ilgili Mülâyim şu bilgileri vermektedir: “Daha geç devirlerde ortaya çıkan devlet arması, Batılı bir anlayışla düzenlenmiş çok unsurlu ve simetrik bir kompozisyonudur. Detaydaki bazı farklılıklarla uzun süre kullanılan bu armanın ana hatlarını, üstte bir daire içinde padişahın tuğrası ve onu alttan kavrayan içi kitâbeli bir hilâl, ortada bir rozet motifini çeviren on altı yıldızlı bir madalyon ve bunun iki yanında merkezden yanlara doğru açılan ayyıldızlı iki sancak ile arkalarından çıkarak yine yanlara doğru yayılan silâh, terazi ve kitap gibi sembolik değere sahip çeşitli eşya figürü oluşturmaktadır. Resmî devlet arması ve bir süs unsuru olarak bol miktarda kullanılan bu kompozisyon II. Mahmud devrinde bozulmaya başlamış ve II. Abdülhamid devrinde de orijinalliğini tamamen kaybetmiştir.”, Selçuk Mülâyim, “Arma”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. III, s. 382.

¹⁸⁰ Bozkurt, “Sarık”, s. 152.

Tablo 2.4 Videodaki Karşıtlıklar

Ehl-i sünnet	Ehl-i bid'at (Vehhabi-Selefi/ci/ler)
Hız. Peygamber ve sahabenin gösterdiği doğru inanç	Yanlış inanç, İngiliz Müslümanlığı, Batılı sadık köpekler
Devletin düzeni ve bütünlüğü	İç savaş ve kaos
İslam'a inanan ama namaz kılmayan kişi (fasık)	İslam'a inanan ama namaz kılmayan kişi (kafir)
Türkiye (Ehl-i sünnetin kalesi)	Dış güçler
İslâm ümmeti (Ehl-i sünnet ve öteki Müslümanlar, Müslümandırlar)	İslam ümmeti (kendilerine bağlı olmayan Müslümanlar, kâfirdir)
Oy vermek, devlet memuru olmak, askere gitmek (caiz)	Oy vermek, devlet memuru olmak, askere gitmek (şirk)

Dijital mecrada yer alan söylemler, akışkan-keskin düzlemde paradoksal bir karşıtlık¹⁸¹ oluşturmasından dolayı izleyicinin dikkatini çekebilmek ve sıradan olanı dolaşıma sokabilmek amacıyla içerik üreticisi/ Youtuber için belirli tercihlerde bulunmak zorunlu hale gelmektedir. Dini içerikli videolarda da karşılaşılan bu durum aslında slagonik bir söylemin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. İlgili Youtube kanalında da ortaya çıkan bu durum başlıklar başta olmak üzere video içeriğinin hemen her yerinde kendine yer bulmaktadır. İzleyici kitlesinin artırılması için vurgulu ve dikkat çekici bir başlık, yargı ve görüş belirten başlık cümleleri, yer yer hashtag kullanımı, ünlem, soru işareti ve büyük harflere yer vermek daha çok izleyici kitlesine ulaşmak için kullanılan yöntemlerin başlıcalarından biridir. İlgili kanalda da bunlara yer verilmiştir. Video içeriğinde karşıtlıklara yer verilerek videonun işleniş düzeyi merak uyandıran, çarpıcı bir şekilde işlenmiştir. Mevcut söyleminin çoğunlukla güncel konularla birleşerek akışkan ve keskin bir söylemi, bir arada, barındıran düzeyde kendine yer bulduğu ifade edilebilir. Videonun gösterenleri olarak yer alan nesneler, semboller, metinlerden hareketle verilen mesajların içeriği yananamlarda ve gösterilenlerde kendine yer bulmaktadır. Dış güçler, kaos, Batılı sadık köpekler ifadeleri videodaki en göze çarpan ifadelerdendir. Bu noktadan hareketle Türkiye'nin Ehl-i sünnet vurgusundaki yeri kale olarak benzetilmekte ve bu da milli ve manevi değerlerin öncelenmesiyle İslam ümmeti kavramı üzerinde sıkı sıkıya durulması arasındaki ilişkiye yönelik bir tür hatırlatma şeklinde algılanmaktadır.

¹⁸¹ Postmodern anlayış zıtlıkları biraraya getirerek dindar bireylerin sekülerin alanına dâhil olmasını mümkün hale getirmesi ile ilgili bkz. Abdullah Özbolat, "Postmodern Dünyada Din: Yaygınlaşan Dinsellik, Yüzeyselleşen Dindarlık", *İslami Araştırmalar*, 28/3 (2017), s. 268.

2.3. Modern Kent Dindarlığından Geleneksel Köy Dindarlığına: Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin “1011. Çiflik Kuracağız İnş-Nihat Hatipoğlu Ve Fatih Çıtlak Hakkındaki Görüşünüz” Adlı Videonun Çözümlemesi

Hakkani Bakış adlı Youtube kanalında¹⁸² 2018 yılında yayınlanan video, 3 dakika 35 saniye sürmektedir.¹⁸³ Video, Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin¹⁸⁴ modern şehir yaşamındaki maddi şartların zorluğu, köy hayatının olanakları ve faydaları, doğaya ve öze dönüş, diğer bazı din adamları hakkındaki görüşlerini içermektedir. Şehir ve onun insana yüklediği zorluklar ön plana çıkarılırken ondan daha az külfetli olan köy yaşamı ile şehir yaşamı karşılaştırmasına gidilerek, dine ve doğala dolayısıyla da öze dönüşün özellikleri köy hayatına yüklenmektedir.

2.3.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.5 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2018 tarihli, Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin kendi Youtube kanalında “Çiflik Kuracağız İnş-Nihat Hatipoğlu ve Fatih Çıtlak Hakkındaki Görüşünüz” başlıklı dini içerikli videosu.	Modern kent yaşamının sorunları. Yine bundan kurtulmak isteyen insanlar. Bu kaçışın yolu olarak doğa ve köye dönüş. Köyde yaşamının sağlayacağı faydalar. Vergilerin fazlalığından duyulan rahatsızlıktan dolayı daha az vergi verilebilecek yaşam tarzına yönelmek. Youtube'da dini içerikli konuşmalar yaparak Ehli Sünnet'i koruma ve temsilciliğini yapma. Kendisine sorulan bazı din adamları hakkında görüş bildirmek. Otorite.

¹⁸² https://www.youtube.com/results?search_query=Hakkani+Bak%C4%B1%C5%9F+, (erişim tarihi: 20.07.2020).

¹⁸³ <https://www.youtube.com/watch?v=R2xTPAebneo>, (erişim tarihi: 20.07.2020).

¹⁸⁴ Youtube üzerinden Hakkani Bakış adlı kanaldan dini içerikli paylaşımlar yapan kişi.

	Osmanlı Devlet arması, Türkiye Cumhuriyeti bayrağı, Filistin Devleti ve Doğu Türkistan İslâm Cumhuriyeti Devleti'nin bayrakları. Kılıç, baston, uzun sakal.	Dini gelenekleri koruma, devlete ve millete bağlılık, milli değerlere yer verme, geleneksel; aynı zamanda yeniliklere de yer verme. Osmanlı dönemine duyulan özlem ve bu değerleri vurgulama.
--	---	---

2.3.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Fotoğraf 2. 3 Mustafa Atmaca Sakaryevi'nin Youtube Videosu



Çekim kodları açısından videoda, imge görüntünün orta hizasında yer almakta, orta/bel plan çekimde konuşurken gösterilmektedir. Arka planda Osmanlı Devleti'nin arması, solda

Türkiye Cumhuriyeti bayrağı, sağda Filistin Devleti ve Doğu Türkistan İslâm Cumhuriyeti Devleti'nin bayrakları gösterilirken¹⁸⁵, Türkiye Cumhuriyeti bayrağının hemen önünde ucu aşağı yönde duran kabzası ve bir kısmı görünen bir kılıç¹⁸⁶ olduğu fark edilmektedir. Ön hizada orta/ bel plan çekimde tekli oturma koltuğunda oturan bir erkek imge ve kameranın arkasında yer alan, soru soran ve zaman zaman konuşmaya katılan başka dinleyici imge ya da imgelerinin sözleri duyulmaktadır. Bu sebeple de konuşmanın, vaazın geçtiği yerde, imgenin tek başına olmadığını, videonun bir tür mescit ya da sohbete uygun bir ortamda, belli bir sayıda kişinin katılımıyla yapıldığını çağrıştırmaktadır. Videoda zaman, videonun Youtube'a yüklendiği tarih dışında bilinmemektedir.

Renk kodları imgenin giyiminde ve arkada yer verilen devlet bayraklarında belirlemektedir. Videoda kullanılan renkler ağırlıklı olarak kırmızı ve onun koyu tonu olan bordo, yeşil, mavi ve siyahtır. Videoda kullanılan ve konuşmacının sağ ve sol tarafında yer alan aynı hizada Osmanlı Devleti'nin arması ve Türk bayrağı yer almaktadır. İmge¹⁸⁷ yeşil üzerine siyah renkli bir sarık takmaktadır. Görüntüde imgenin kısa bıyık ve sakal bıraktığı, bordo renkli hakim yaka bir gömlek giydiği yeşil üzerinde siyah bir sarık taktığı ve yine aynı renkte bir cübbe giydiği gözükmemektedir. Siyah renk genel olarak gücü, lüksü ve bazen de matemi temsil etmektedir.¹⁸⁸ Hz. Peygamber'in bir defasında minberde hutbe verirken siyah sarık taktığı ve Mekke fethi günü başında siyah sarık bulunduğu gelen rivayetler arasındadır.¹⁸⁹ İmgenin bunları da göz önünde bulundurarak siyah sarık taktığı düşünülebilir. Ayrıca imge sağ elinde de bir baston tutmaktadır. Cahiliye döneminde topluluğun karşısına güzel kıyafetlerle çıkmak, topluma hitap ederken yanında kılıç ve baston bulundurmak bir gelenek hali almıştır.¹⁹⁰ Bu durum İslamiyet'ten sonra da devam etmiş ve özellikle etkili konuşmalarda baston ve kılıç gücü gösterir bir hal almış gibi görünmektedir.

Videoda imge, kendi Youtube kanalı olan Hakkani Bakış adlı kanalda yer alan konuşmasını yapmaktadır. Görüntünün sol alt köşesinde beyaz bir renkte "Mustafa Atmaca

¹⁸⁵ Görselde Osmanlı Devleti, Türkiye Cumhuriyeti, Filistin Devleti ve Doğu Türkistan İslâm Cumhuriyeti Devleti'nin bayraklarının kullanılması bu bayraklar ve milletler arasında dini ve kültürel birlikteliğin olduğuna işaret etmektedir.

¹⁸⁶ Müslümanlar ve özellikle Osmanlılar kılıca ayrı bir saygı göstermişlerdir. Bunda, "Cennet kılıçların gölgesindedir" hadisini de) etkili olduğu anlaşılmaktadır. Osmanlı döneminde Padişahların tahta çıkışlarında yapılan kılıç kuşanma törenleri Osmanlı saray gelenekleri arasında yer almaktadır. Nebi Bozkurt, "Kılıç", *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXV, s.407. Videonun görselinde kılıcın yer alması kılıca verilen değerin bir göstergesidir diye düşünmekteyiz.

¹⁸⁷ İmgenin Youtube kanalında yer alan videolarının hiçbirinde yakalı gömlek ve yakalı tişört giymediği gözlenmektedir. Bu onun yakasız özellikli giysileri özellikle tercih ettiğini göstermektedir.

¹⁸⁸ Çeken-Yıldız, "Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri", s. 134.

¹⁸⁹ İsmail Yalçın, "Sarık", *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, s. 154.

¹⁹⁰ Hüseyin Elmalı, "Hitabet", *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XVIII, s. 158.

Sakaryevi” “Hakkâni Bakış” adlı yazı yer almaktadır. Onun da altında kırmızı bir çizgi ve altında Hakkani Bakış’ın Youtube ve Facebook hesaplarının isimleri yer almaktadır.

Köy yaşamının; sadelik, daha az maliyet, doğallık gibi özelliklerinin anlatıldığı videoda, bu özellikler, Türkçe dil koduyla oluşturulmuş sözlü iletiler aracılığıyla zaman zaman araya giren ve imgeye sorular yönelten dış ses tarafından aktarılmaktadır. Köye dönüşün öze dönüş ile doğrudan bağ kurularak anlatılması, bu konudaki dini yönlendirmeler gibi şehir kültürü içinde önemsenen özelliklerin eleştirisi, bu dini kodlar yardımıyla anlaşılmaktadır.

Şehir hayatının anlatılması için uzam olarak şehrin göbeğinde bir mekanda ikamet edildiği ifade edilmektedir. Burada yaşamın, zor ve pahalı olması birçok kültürde uzlaşım sal olarak şehir yaşamının aşılması gereken engelleri olarak anlaşılmaktadır. İmgenin bu engelleri başarıyla aşması, şehir hayatına uyum sağladığını gösterse de köyün doğallığı ve Hz. Peygamber’in bu yöne doğru yaşamayı tavsiye ettiğine dair rivayetle birlikte köy yaşamı, şehrin alternatifi olmaktadır. Ayrıca şehir yaşamının köyün potansiyelini baltalaması sonucu köylerde yaşayan kişi sayısının az olduğu tespiti yapılmaktadır. Böyle olsa da pek çok yönüyle köy yaşamı imge tarafından tavsiye edilmektedir.

Videoda kendisine sorulan sorular neticesinde imge, ismi ifade edilen bazı din adamları hakkında değerlendirme yapmakta; televizyon kanallarında yer alan din adamları hakkında genel olarak görüşlerini aktarmaktadır.

2.3.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri

Videoda imge, kendisine yöneltilen soruları değerlendirmekte, devletin vergi politikaları ve muamele bedellerinin fazlalığından bahsetmekte, bölgesel olarak elektrik kullanım bedellerinin tahsilatında farklılıklar ya da haksızlıklar olduğuna değinmektedir. Ardından şehirde yaşamak yerine köylere, kırsal alanlara dönmenin gerekliliğini vurgulayan imge, burada da kendi kendine maddi olarak yetebilmek için çiftlik kurmanın gerekli olduğuna dair görüşlerini ifade etmektedir. Kendisine yöneltilen diğer bir soru hakkında da görüşlerini açıklayan imge, televizyon kanallarında yer alan, dini içerikli programlar yapan kişilerin “Ehli sünnet” olup olmadıklarına dair nasıl bir filtreleme yapılabileceğine dair bir öneride bulunmakta; televizyon kanallarında yer alan Nihat Hatipoğlu¹⁹¹ ve Mustafa Çıtlak¹⁹² hakkındaki düşüncelerini de açıkladıktan sonra video son bulmaktadır.

¹⁹¹ Nihat Hatipoğlu 1955 Diyarbakır doğumlu, Türk akademisyen ve ilâhiyatçıdır. Televizyon programlarında verdiği dini içerikli sohbetleriyle tanınmaktadır. Youtube’da yer alan videoları için bkz. <https://www.youtube.com/user/nihatthatipogluresmi> (erişim tarihi 20.08.2021).

¹⁹² Mustafa Çıtlak 1967 İstanbul doğumlu ilâhiyatçı ve televizyon programı sunucusudur. Youtube’da yer alan videoları için bkz. <https://www.youtube.com/channel/UCZfMjudzCqciwj5rGqF6jLA>, (erişim tarihi 20.08.2021).

Videoda dış ses imgesi, videoda yer alan imgeye şu soruyu yöneltmektedir: “Hocam bu elektrik faturalarında bedelden ayrıca bir dünya para alınıyormuş da onlarla ilgili caiz mi diye sormuşlar.” İmge de: “Şeyhimiz hazretleri buyururdu hep. Yani bu alınan vergiler çok çok çok fazla; çok fazla... Devletimizin buna bir şeyler yapması lazım. Çok aşırı derecede vergi var. Bunların çaresine bakılmalı, düzeltilmeli. Yani bu insanların sırtına çok aşırı yük yükleniyor. Yani bakıyorsunuz doğuda yüzde 15 mi diyor yüzde 25 fatura tahsil etti diye bayram ediyormuş adamlar. Oradakinden yüzde 25'ini tahsil ettin diye bayılıyorsun, seviniyorsun; buradaki adam tıkr tıkr ödedi diye onun üzerine bir sürü vergi yüklüyorsun.” (dış ses imgesi gülerek) “Onlarinkini de mi bizden çıkarı...?” İmge: “Artık nasılsa, çok aşırı derecede bir vergi yani şeyhimizin dediği aklıma geliyor hep. Zaten bizim hani şehrin göbeğindeydik biz. Şehrin göbeğinden çıkıp böyle bir noktaya geldik ki orada da kendi yerimizdi; kira ödemiorduk yani. Ne için geldik, şeyhimiz hazretleri köy hayatı mecburi olmuştur artık dedi diye biz buraya geldik. Zaten hadis-i şerif de var: “Ahir zamanın en hayırlı insanı iki tanedir: işte birisi atını cihada bağlamış kişidir, birisi de dağın kenarında hayvan otlatan.” Buraya geldik işte ikinci etapta niyetimiz o. Bir çiftlik açalım inşallah. Hayvan koyalım içerisine ekelim biçelim. Yani netice şu: kendi ihtiyacımızı kendimiz görelim. Ne mamülleri ne mahsulleri ne şusu busu her şey artık birbirine karışıyor, karışıyor, karışıyor. Artık her şeyimizi kendimiz üretmeye bakalım yani Allah'ın izniyle celle celalühu. Böylece zulüm altında kalmış da olmayız. Köşeyi dönmek için de değil tamam mı. Sadece helal yemek için, ibadetimizi güzel bir şekilde yapmak için. Allah nasip eder inşallah elektriğimizi de kendimiz üretiriz, sütümüzü de tereyağımızı da domatesimizi de biberimizi de... Böyle ne İsrail ne başka yerler hiçbirisine ihtiyacımız olmaz. Ne vergi derdimiz olur, ne başka bir şey. Yani bütün Müslümanlara da bütün insanlara da bunu tavsiye ederim: köyler bomboş kaldı zaten bomboş kaldı. Şehirlerin tadı gitti tuzu gitti yani böyle bir değişik yapı var. Herkes de köyden kaçıyor; adamın bir sürü arazileri var bırakıyor arazileri bir maaşlı işe giriyor. Acayip acayip haller. Bizim tavsiyemiz o. Köylere geri dönlün, herkes kendi ihtiyacını kendi gidermeye çalışsın. Şeyhimiz öyle buyururdu. “Bir karış yerin de olsa ek arkadaş ek. Kendi yiyeceğini kendin üret.” Bizim niyetimiz de bu inşallah.”

Dış ses imgesinin başka bir sorusuna: “Hocam televizyonda birçok hoca çıkıyor. Hangisini dinleyelim hangisinden kaçınalım diye.” İmge şu şekilde cevap vermektedir: “İşte birçok hoca çıkıyor hepsini biz nasıl tartalım yani. Ehli sünnet görüşlerine ters olanı dinlemeyeceksiniz. Zaten bunlar kanal kanal ayırt ediliyor yani. Genelde bir hoca sapık kanallar, din düşmanı kanallara çok çıkıyorsa anlayın işte Ehli sünnet değildir yani. Aşırı çıkıyorsa...” Dış ses imgesi: “Nihat Hatipoğlu'nu sormuşlar hocam.” İmge: “Nihat Hatipoğlu'nun yani şahsi hayatında yanlışlar olabilir. Ben ona bir şey diyemem ama fetvalarında

öyle ters bir fetva duymadım öyle sünnete ters bir fetva duymadım.” Dış ses imgesi: “Fatih Çıtlak için hocam?” İmge: “Fatih Çıtlak da iyi.”

Ehli sünnet görüşlere karşı olan kişilere karşı dijital linçten bahsedilebilir. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte dini gruplara sağladığı avantajlardan birisi de kolaylıkla diğer insanlara ulaştıran etkileşimlilik özelliğidir. Bu sayede görüşlerin yaygınlaştırılarak meşrulaştırım sağlamasında internetin büyük payı vardır. Dini grupların iletişim araçlarını kullanırken ortaya çıkan en büyük dezavantajlardan biri de ötekine karşı kullandığı dilin nefret söylemine yol açabilmesidir. Tüm nefret söylemlerinin sahip olduğu özelliklere dinsel nefret söylemi de sahiptir. Dinin internetin yaygınlaşmasıyla birlikte yer aldığı sosyal medya içerikli uygulamaları da kapsayan ölçüdeki yayılımı hem bulunulan mecranın kurallarına göre hareket etmenin gerekliliğini ortaya çıkarmakta hem de dini grupların bir araya gelerek ya da gelmeden başka görüşe sahip olanları dışlamasına sebebiyet verebilmektedir. Nefret söylemi ayrımcılık, önyargı, dışlama ve ötekileştirme üzerinden hareketle ortaya çıkan bir durum olarak tanımlanabilir.¹⁹³ Dijital linç ise bu nefret söyleminin internet üzerinde veya sosyal medya içerik ve uygulamalarında ortaya çıkan halidir. Dinlerin ve mezheplerin gruplar şeklinde meydana getirdiği oluşumlardan başlayarak büyükten küçüğe doğru grup ve bireylere karşı aşağılama, dinsel değerleri sahiplenerek diğerlerine karşı hoşgörüsüzlük dinsel nefret söylemini doğurmaktadır. Yeni medyanın dijital nefret diline yönelik anonim hesaplar, ideolojik vs. sebeplerle nefret dilini nefret söylemi ve ifade özgürlüğü alanları arasında bulanıklaşabildiği açıktır. Ancak dinin müsamaha gösteren, hoşgörülü, farklı düşünce ve fikirlerle bir arada olabilmenin mümkün olduğu şekliyle ötekine olan toleransı aşınmakta; dijital dinsel nefret söylemi noktasında sınırları zorlamaktadır.

2.3.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

Videonun başında imge kendisine yöneltile soruları cevaplamaktadır. Videoda vergilendirmeler,¹⁹⁴ köy hayatı, doğallık, hakikat gibi anlamlar, videoda yer alan imgenin sohbetine eşlik etmekte olan dış sesin sorularıyla birlikte sözel iletilerle aktarılmaktadır. İmge konuşmasını yaparken verdiği sayısal veri kodları, yananlamsal olarak onun coğrafi olarak Türkiye’nin doğusu ile batısı arasında fatura ve vergi ödemelerine yönelik devlet ve vatandaş tarafından eşit bir tutum olmadığı düşüncesini çağrıştırmaktadır. Yüksek vergilerin olması, bir de bunların her bir vatandaşın

¹⁹³ Betül Önay Doğan, “Çevrimiçi Dinsel Nefret Söylemi”, *Medya ve Din*, ed. Mete Çamdereli-Betül Önay Doğan-Nihal Kocabay Şener, Köprü Kitapları, İstanbul 2014, s. 212-213. Farklılık ve ötekilik bağlamından hareketle yapılan bir çalışma için bkz. Bahset Karşı, *Farklılık ve Birlikte Yaşama Göksun İlçesi Örneğinde Din ve Sosyal Bütünleşme*, İlahiyat Yayınları, Ankara 2016.

¹⁹⁴ Vergi günümüzde, devletin kamu giderlerini karşılamak için kişilerden cebren ve karşılıksız olarak topladığı ekonomik değeri ifade etmektedir. M. Macid Kenanoğlu, “Vergi”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XLIII, s. 52.

aynı şekilde sorumluluk almadığı düşüncesiyle ifade edilmesi hem şehirden uzaklaşma gereğini hem de devletin köy hayatı içerisinde vergilendirmelerinin bu şekilde dışarısında yer alınabileceğine gönderme yapmaktadır. Şehirde yaşamak sıkışmışlığı, bağımlılığı, kent hayatının yorucu niteliklerini, kitleyi çağrıştırmaktadır. Devlet tarafından alınan yüksek vergiler, doğallıktan uzaklaştıran bu hayata ek bir engelin de yan anlamını taşımaktadır. Devamındaki ifadelerde kent hayatının karşısında konumlandırılan köy hayatı ise özgürlüğün, yararlılığın, doğaya, mekâna ve zamana olan hakimiyetin bir aracı olarak yananlamda çağrıştırılmaktadır.

2.3.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar temeli üzerinde kurulmuştur. Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlama göre metnin dizisel şeklinin ikili karşıtlıkları aşağıda yer aldığı şekilde gözükmektedir:

Tablo 2.6 Videodaki Karşıtlıklar

Kent hayatı	Köy hayatı
Yüksek vergiler	Düşük vergiler
Türkiye'nin batısı	Türkiye'nin doğusu
Ehli sünnet televizyon kanalları	Ehl-i sünnet olmayan televizyon kanalları
Bağımlılık (İsrail)	Özgürlük (Kendi üretimi)
Şehrin göbeği	Çiftlik, kırsal, köy yaşamı
Köşeyi dönmek için ürün üretmek	Sadece helal yemek için, ibadeti güzel bir şekilde yapmak için

Günümüz değişen yaşam şartları kavramları yeniden tanımlayarak yeniden anlamlandırılmasına neden olmuştur. İmge burada toplumda var olan ciddi sorunları dile getirmekte ve bu noktalarda hem devlete hem de vatandaşlara uyarılarda bulunmaktadır. İmge şehri ve köyü değişen yaşam şartları dayanarak yeni bir şekilde yorumlamaktadır. Önceden iş bulmak ve geçinmek için şehre göç eden insanlar topluluğunun yerini şehirde yüksek vergilere ve tüketim ağıının kölesi olan bir toplum meydana gelmiştir. Yeni yaşam koşullarında şehir yaşamı “yeniye” ve “tüketimi”, köy yaşamı ise “eskiyi” ve “üretimi” temsil eder hale

gelmiştir.¹⁹⁵ İmge tarafından tüketim toplumu¹⁹⁶ olarak şehir hayatı üretim toplumu ise köy hayatı olarak işlenmiştir. Burada hem şehir hem de köy hayatı zıtlıklar üzerinden işlenerek sohbeti dinleyen kesim köy hayatına özendirilerek bulundukları şehirden söz konusu köylere geri dönerek hem vergilerden uzak hem de doğal bir hayat sürecekleri telkin edilmiştir.

2.4. Sanal Mahremiyet ve Youtube: “Kızlarımızın sosyal medya ile imtihanı- Nureddin Yıldız” Adlı Videonun Çözümlemesi

Nurettin Yıldız¹⁹⁷ adlı Youtube kanalında¹⁹⁸ 2013 yılında yayınlanan video 4 dakika 56 saniye sürmektedir.¹⁹⁹ Videoda imge, “Hayat Rehberi” isimli soru-cevap, sohbet temelinde yapılan ve dini konuları ele alan programlarından birisini yapmaktadır.²⁰⁰ Bunlardan birisini de Sosyal İmtihan konulu program oluşturmaktadır.²⁰¹ İlgili video içeriği, bir kısmı kesilerek, yukarıda başlıkta verilen başka bir video olarak aynı Youtube kanalına yüklenmiştir. İmge, özellikle Genç Müslüman kadınların sosyal medyada yer almalarının, kendi açısından, imkan ve sakıncalarını değerlendirmekte bunu da dini fetva bakımından ele almaktadır. Dijitalleşmenin sağladığı etkileşimsellik ön plana çıkarılırken, bu özellik sosyal medyaya yüklenmektedir. Video, imgenin sosyal medyanın sakıncalarını ifade eden çıkarımlarıyla son bulmaktadır.

2.4.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.7 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
	Nurettin Yıldız’ın kendi “Youtube kanalında Kızlarımızın sosyal medya ile imtihanı - NUREDDİN	Youtube’da dini içerikli konuşmalar yaparak özellikle de evlilik çağına gelmiş genç Müslüman kadınları sosyal medyanın zararlarına karşı

¹⁹⁵ Şefika Özdemir, “Tüketim Karşısı Yeni Yaşam Biçimi Köye Dönüşün Medyada Sunumu: Yeni Köylüler Örneği”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 7/2 (2020), s. 842.

¹⁹⁶ Tüketim toplumunda kullan at mantığı egemendir. Elden çıkarılan eşyaların birilerinin bir ihtiyacını gidermesi mantığı yerini herkesin yeni ürünler satın alarak ihtiyaçlarını karşılamasına bırakmıştır. Zygmunt Bauman, *Kuşatılmış Toplum*, çev. Akın Emre Pilgir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2018, s. 254-255.

¹⁹⁷ Nurettin Yıldız 1960 yılında Trabzon’da doğan hafız, din adamı ve ilahiyatçısıdır.

¹⁹⁸ <https://www.youtube.com/c/nureddinyildiz>, (erişim tarihi: 16.05.2021).

¹⁹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=k5UXI3FZ5A0> (erişim tarihi: 16.05.2021)

²⁰⁰ https://www.youtube.com/playlist?list=PL3P7x9qFB3oVYtgTn6_qsyXsOmZDuT-S5 (erişim tarihi: 16.05.2021)

²⁰¹ https://www.youtube.com/watch?v=em17NmHe0L8&list=PL3P7x9qFB3oVYtgTn6_qsyXsOmZDuT-S5&index=196 (erişim tarihi: 16.05.2021)

2013 tarihli, Nurettin Yıldız'ın konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	YILDIZ" başlıklı dini içerikli videosu.	uyarmak, bilinçlendirmek ve korumak. Sosyal medyada paylaşım yaparken kişisel fotoğrafların paylaşımında dini de gözeterek buna uygun biçimde hareket etmek.
	Uzun sakal, Arapça Dünya haritası, dört adet mikrofon.	Uzun sakal; dini gelenekleri koruma, geleneksel. Arapça Dünya haritası; İslam'ın dünyayı kapsayan evrensel nizamını vurgulama. Sayı bakımından fazla mikrofon; dinleyicinin niceliğine veyahut imgenin söylediklerinin niteliğine yönelik yapılan vurgu.
	Sosyal medyaya üye olmak, sosyal medya	Allah'ın yarattığı her mahluk ile ortak olmak, her türlü olumsuz tutum ve davranışla karşılaşmanın potansiyel varlığına yönelik vurgu. Sosyal fitne, sosyal bela, sosyal medyaya bağımlı olmak, uyuşmak, afyon kullanmak.

2.4.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Fotoğraf 2. 4 Nureddin Yıldız'ın Youtube Videosu



Görüntüdeki imge, ışık yoğunluğunun tüm karede eşit olduğu bir mekanın, kamera açısına göre, orta hizasında yer almaktadır. Çekim kodları açısından bakıldığında videoda çerçeveleme tekniği açısından görüntüde yer alan imgenin duruşuna, hareketlerine ve kendisine dikkat çekmek için orta plan kullanıldığı gözükmemektedir.²⁰² Görüntünün açısı ise önden açıyla, izleyicinin tam karşısında hizalanmıştır.

Video, Türkçe dil koduyla oluşturulmuş yazılı ve sözlü iletiler vasıtasıyla imge tarafından aktarılmaktadır. Videoda görüntüsel göstergeleriyle yer alan imgenin sosyal medyanın bağımlılık yapması, mahremiyeti ne düzeyde sınırladığı hakkında değerlendirmeleri ile ilişkili hissettiği duygular mimik ve jestler yardımıyla anlaşılmaktadır. Videonun tümünde imge konuşmasını, dinleyicilerden daha yüksekte yapmaktadır. Çünkü imge, konuşmasını yaparken bakışlarını aşağıya olacak şekilde yöneltmekte, kendisini dinleyenlerle göz teması kurmaktadır.

Videoda uzamın gösterenleri uzun sakal, Arapça Dünya haritası İslâm'ı çağrıştırmaktadır. Video boyunca görüntüsel göstergelerle anlatsal göstergeler arasındaki bağlantı gösterilmekte, nesneler İslâm'ı çağrıştırmakta; üzerinde Arapça harfler yer alan Dünya

²⁰² Berger'in tablosuna göre orta çekimle kişinin bir kısmının görünmesi kişisel ilişkinin artırılması anlamı taşımaktadır. Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 26.

haritası bu benzeşimin uzamı olarak yer almaktadır. Nesneler de her iki uzamın arasında sağlanan bağlantıya gönderme yapması üzerinden anlaşılmaktadır. İslam kültürü çerçevesinde inşa edilen anlamlar pek çok kültürde benzerlik göstermektedir. Videoda konuşmanın geçtiği yer imgenin sıklıkla göz teması kurduğundan anlaşılabilir, imgenin tek başına olmadığını, videonun bir tür mescit ya da sohbete uygun bir ortamda, belli bir sayıda kişinin katılımıyla yapıldığını çağrıştırmaktadır. Videoda zaman, videonun Youtube'a yüklendiği tarih dışında bilinmemektedir.

Renk kodları videoda ağırlıklı olarak beyaz, sarı ve onun açık tonlarıdır. Videoda imgenin arkasında yer alan dünya haritasında Arap harflerinden oluşturulmuş yazı kodları yer almaktadır. Bu durum Kur'an'ın Arapça olmasından dolayı bu dile verilen önemi göstermektedir. Öyle ki bize göre burada Arapça bir dünya dili olarak gösterilmek istenmektedir. Görüntüde imgenin sakal bıraktığı, açık renk ağırlıklı bir gömlek ve gri renkli bir ceket giydiği gözükmemektedir. Bu haliyle imge daha çok modern bir Müslüman giyim tarzını benimsemiş gibi görünmektedir.

Videoda imge, kendi Youtube kanalında yer alan konuşmasını yapmaktadır. Görüntünün sağ alt köşesinde açık sarı renkte yapılan programın adı "Hayat Rehberi", hemen üstünde de sarıya benzer renk tonlarına sahip fon üzerinde beyaz renkte, yapılan programın konusu olan "Sosyal İmtihan" yazısı yer almaktadır. Görüntünün sol üstünde yer alan altın sarısı simge ise imgenin yöneticiliğini yaptığı "Sosyal Doku" adlı vakfın logosudur.²⁰³

2.4.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri

Videonun başında imge sosyal medya ile ilgili olarak değerlendirme yapmaktadır. İmge, "Kardeşlerim ve (sırada) çok önemli bir konu. Şimdi herkes kendisini Şeyhülislam kabul etsin bana fetva versin. Kızlarımız sosyal medyada sayfa açsınlar mı açmasınlar mı? Bunun fetvasını beraberce bir kurul oluşturup vermeye çalışalım." Diyerek sosyal medya kullanımına yönelik bir soruyu ya da düşüncüyü cevaplayarak buradan fetva üretme durumuna işaret etmektedir.

Devamında imge, "Kardeşim bir kere bu afyon gibi uyuşturucu bir şey. Alıyor insanı... Ben Elhamdülillah henüz görmedim herhalde namazının ikinci rekatında Twitter'ına cevap verenler de çıkacak, namazlarda telefon çaldığına göre Twitter da çalar zamanla. Bu kadar uyuşturucu bir şeyi... Şimdi en baştaki sözlerimize dönelim: kızlar için iyi değil deyip bu kızlar ne konuşacak bunda deyip atabilecek kudretimiz var mı? Böylece kızlarımız biz yemek yerken namaz kılarken Twitter ihtiyacını karşılasınlar. Böyle mi yapalım yoksa Mümin bir kızın da Twitter hesabı olmasında sakınca yoktur mu diyelim? Bunun için ne şeyhülislam olmak gerekir,

²⁰³ <https://www.sosyaldoku.com/sik-sorulan-sorular/> (erişim tarihi: 16.05.2021)

ne müftü olmak gerekir ne de alim olmak gerekir; akıllı olmak yeterli. Çünkü bununla mücadele çocuğu senden uzaklaştırmak, kızını senden uzaklaştırmak senin kontrolünün dışında bir şey yapması demektir. Doğal sonucu budur bunun. O zaman kurallarımızın yürüdüğü bir sosyal medya bağlantısı kız çocuğumuz için de geçerlidir. Peki kız çocuğumuz için bu sosyal medya eğer sadece baba, ağabey, dayı, amca... Bunların dışında bir Allah kulu, bu sosyal medyadaki resimleri görmüyorsa kızlarımız her türlü resimlerini sosyal medyaya koysunlar. Ama bilgisayarın içine yüklenmiş değil, korkarım ki kağıttaki bir resim bilgisayarın kenarında dursa onu bile çalıp yayıyor dünyaya; herhalde öyle geçiyor içimden, yani öyle geçiyor. Yani bilgisayarın o dışındaki plastik kabı bile casus geliyor bana. Şimdi böyle değil diyeceksiniz ve gene güleceksiniz diye örnek de veremiyorum.” Diyerek sosyal medyanın bağımlılık yapmasının onu uyuşturucu maddelerle çok benzer bir yönü olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla bunun Müslümanların genelini etkilediğini belirten imge, dini pratiklerin yerine getirilirken dikkatin bu yöne verilmesinin dini pratiğin saygınlığına yönelik olumsuz davranışlara yol açabileceğini örneklemektedir. Ayrıca sosyal medyada fiziki şartların içerisindeymişçesine hareket etmek gerektiğini ifade eden imge, sanal olsa bile fotoğraf paylaşmanın mahrem kişilerin haricinde yapılacaksa kullanılabileceğine yönelik ifadede bulunmaktadır.

Devamında, “Selamünaleyküm Aleykümselam diye karşılaşıyorsun bak güzel çektim mi seni diyor adam, nereden çektin bunu? E sen Selamünaleyküm derken tak diye bir ses çıkmış telefondan seni çekmiş meğer ki. Bir yerde resmin varsa bu resmin gizlenmesi diye bir şey bu dünyada yok artık, yok! O mümin kızın sosyal medya hesabı olur; o hesapta fotoğrafı olmaz. Peki başörtülü, çarşafli olur mu? Kimse kimseyi güldürmesin, kimse kimseyi güldürmesin! Gözün görülecek mi orada: görülecek. Sonra arkadaşın sürpriz olsun diye sadece senin gözün burnun ve çenenin görüldüğü bir fotoğrafı açık bir kadının fotoğrafı ile montaj yapıp senin fotoğrafın diye sana verse sen bile tanıyamayacak şekilde şaşıyor musun şaşırmıyor musun? Eh... O zaman köpeğe ayağını da kaptırma, parmağını da kaptırma paçanı da kaptırma! Bir şeyi kaptırm.... Kızlarımız sosyal medya kullansınlar, şartım var: eğer haftada bir sosyal medyalarını kontrol edecekler. Bayan olmayan bir arkadaşı o sosyal medyaya katılmışsa yani o sosyal medya ne demek? Allah'ın yarattığı her mahlukla ortak olmak demek. Şimdi sen kendi amca kızların, akrabaların, medresedeki arkadaşların olarak sosyal medya ağı kurdunuz otuz kişilik, anlaştınız: erkek koymayacağız buna dediniz. Sonra anladınız ki bir arkadaşınız erkeğin de bulunduğu bir gruba arkadaş yapmış onu. O gün o adresini iptal edeceksin. Bu şartı bana ver. Resmini koymayacaksın sesini duyurmayacaksın ve uyuyacaksın ve birisi senin hesabındaki dökümanları gösterip arkadaşına: “Bak bu kızla evlenir misin karakteri burada.”

demeyecek. Yani senin çamaşırın olmayacak medyan. E bunları yapmayınca sosyal medyaya ne gerek var? Bilmiyorum ne gerek var! Bizden önceki nesiller sosyal medyalar olmadan sağlıklı yaşadılar. Bunları da yapacaksan bu, sosyal fitne o zaman. Bu, sosyal bela. Buna evet diyemeyiz kız çocuklarımız penceresinden.” Burada sosyal medya ilgili kullanıcıları açısından bir sınava, imtihana benzetilmiş olup metafora yer verilmiştir.

İmge günümüzde iletişim araçlarının değişmesi ve yön değiştirmesiyle neredeyse her insanın hayatına girmiş olan sosyal medya araçlarını eleştirmektedir. Özellikle kadınların sosyal medyada görünür olmalarının caiz olmadığını düşünen imge bu noktada dinleyicileri uyarmaktadır. Sosyal medyanın insanların kişisel ve sosyal hayatını kayda aldığını ve durumun ciddi sorunlar oluşturduğuna değinen imge sosyal medyayı sosyal bir bela olarak tanımlamaktadır. Öyle ki bu sosyal bela fitne ve fesadın oluşmasına neden olarak insanları dini hayattan da uzak tutmaktadır.

2.4.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

Videoda, imge genç kadınların sosyal medyayı kullanmalarının dinen hükmüne değerlendirmeler yapmaktadır. Sosyal medyanın bağımlılık yapma özelliği olduğuna yönelik varsayımından hareketle de bunu afyon, uyuşturucunun aşırı bağımlılık yapma özelliğine anlam aktarımı yaparak vurgulamaktadır.²⁰⁴ Teknolojik cihazların internet ile sağladığı etkileşimlilik özelliğine vurgu yapan imge, bu cihazları casus olarak nitelendirerek çok kolay bir şekilde bağlantı kurma özelliğine gönderme yapmaktadır. “Mümin kızın sosyal medyayı kendi fotoğrafı olmadan kullanmasının dinen uygun olduğu” vurgusu imge tarafından belirtilirken, sosyal medyanın doğru kullanım şeklinin, imgenin anlayışına göre, bu olduğuna yönelik çağrışım yapılmaktadır. Sosyal medyanın köpeğe benzetilmesi, sosyal medyanın gücünün daha fazla vurgulanmak istenmesinden kaynaklanmaktadır.

2.4.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

Videoda dijitalleşmenin karakteristik olarak sahip olduğu bağımlılık, hız, serbestiyet gibi özellikleri eleştirilmektedir. Sosyal medyanın kullanıcılarını bağımlı yapma özelliği ön plana

²⁰⁴ Bağımlı başka bir şeyin istemine, gücüne ve yardımına bağımlı olan anlamına gelmektedir. Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yayınları (TDK), Ankara 2011, s. 226. Sosyal medya platformlarının insanları belirli aşamalar ile kendilerine bağımlı hale getirdikleri bilinmektedir. İnsanlar zamanlarının çoğunu bu platformlarda geçire geçire bir süre sonra bağımlı olma durumları ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı tıpkı diğer bağımlılık türleri gibi (oyun bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, alkol bağımlılığı, madde bağımlılığı, internet bağımlılığı) bir psikolojik sorun olarak yerini almaktadır. Aylin TUTGUN-ÜNAL, “Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, (yayınlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Bilişim Bilim Dalı, İstanbul 2015, 77.

çıkarılırken aynı zamanda sosyal medyada paylaşım yapma olanağının mahrem olmayan kişilere paylaşıma açılması arasında karşılaştırılmaya gidilmiştir.

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar temeli üzerinde kurulmuştur. Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlama göre metnin dizisel şeklinin ikili karşıtlıkları aşağıda yer aldığı şekilde gözükmektedir:

Tablo 2.8 Videodaki Karşıtlıklar

Mahremiyet, gizlilik	Faş edilen
Sosyal medyaya bağımlılık	Sosyal medyaya hakimiyet
Dine uygun	Dine aykırı
Bağımlılık	Özgürlük

İmge video başlığında da yer verdiği üzere gündelik hayatta sıkça karşılaşılan bir durumdan hareketle fetva üretmekte; özellikle genç kızların sosyal medyanın da içinde dahil olduğu bir dizi sanal mecranın kullanılmasında sakınca olup olmadığı şeklindeki sorular ve sorgulamalara cevap vermektedir. İmge videoda sosyal medyanın dine uygun olmayan yönleri için sınırlamalar getirmenin kişinin kendisine yapacağı bir iyilik olduğu algılamasına bizi götürmektedir. Her ne kadar video içeriğinin konusu geleneksel kadim problemlerden biri olmasa da işlenen içerik modern dönem dijital toplumsallaşmasının dini konularla ilişkisine örneklik oluşturmaktadır.²⁰⁵

2.5. Ramazan Ayı'nda Yapılması Gerekenlerden: “İftarda Az Sahurda Çok Yemeli” Adlı Videonun Çözümlemesi

Mustafa Özşimşekler Hocaefendi Resmi Hesabı²⁰⁶ adlı Youtube kanalında 2021 yılında yayınlanan video, 2 dakika 11 saniye sürmektedir.²⁰⁷ Videoda imge²⁰⁸, Ramazan ve oruç konularıyla ilgili dini sohbet yapmaktadır. İmge, Ramazan ayında oruç tutmak için beslenmenin nasıl olması gerektiği ile ilgili düşüncelerini aktarmaktadır.

²⁰⁵ Daniel Bell, modern dönemde gerek toplumsal yapının gerekse kültürel düzeyde dünyanın sekülerleştiğini düşünmektedir. Daniel Bel, “Kutsalın Dönüşü”, *21. Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, ed. Ali Köse, İstanbul 2014, s. 236.

²⁰⁶ <https://www.youtube.com/c/MustafaOzsimsseklerTv>, (erişim tarihi: 14.07.2021).

²⁰⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=tEY26oV-bjc> (erişim tarihi: 14.07.2021).

²⁰⁸ 1966 yılında Bursa’da dünyaya gelen Mustafa Özşimşekler hafız, yazar din adamıdır.

2.5.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.9 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2021 tarihli, Mustafa Özşimşekler'in konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	Mustafa Özşimşekler'in kendi Youtube kanalında "İftarda Az Sahurda Çok Yemeli" başlıklı dini içerikli videosu	Youtube'da dini içerikli konuşmalar yaparak özellikle de Ramazan ayı içerisinde iftarda haddinden fazla yemek yemenin zararları hakkında uyarılarda bulunmak, buna karşı bilinçlendirmek ve korumak
	Beyaz sarık, beyaz cübbe, Uzun sakal, Arka fonda Ayasofya Camii'nin iç kısmı, mavi akik yüzük	Dini ve milli değerleri çağrıştırma. Dini gelenekleri koruma, devlete ve millete bağlılık, milli değerlere yer verme, geleneksel
	Diyetislerin, beslenme uzmanlarının tavsiyesi. Hz Peygamber'in beslenme tavsiyeleri	Modern beslenme pratiklerinin Hz. Peygamber'in uyguladığı ve önerdiği yöntemlere uygun olması

2.5.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Fotoğraf 2. 5 Mustafa Özşimşekler'in Youtube Videosu



Görüntüdeki imge, ışık yoğunluğunun tüm karede eşit olduğu bir mekanın, kamera açısına göre, orta hizasında yer almaktadır. Çekim kodları açısından bakıldığında videoda çerçeveleme tekniği açısından görüntüde yer alan imgenin duruşuna, hareketlerine ve kendisine dikkat çekmek için orta plan kullanıldığı gözükmemektedir.²⁰⁹ Görüntünün açısı ise önden açıyla, izleyicinin tam karşısında hizalanmıştır.

Video, Türkçe dil koduyla oluşturulmuş yazılı ve sözlü iletiler vasıtasıyla imge tarafından aktarılmaktadır. Videoda görüntüsel göstergeleriyle yer alan imge arka fonda yeşil ekran vasıtasıyla Ayasofya Camii'nin iç kısmının üst katında çekilmiş bir fotoğrafın hemen önünde yer almaktadır. Videoda imge, sahur ve iftar sofralarında dikkat edilmesi gerekenlerle ilgili düşüncelerinin aktarmaktadır. İmgenin bununla ilişkili hissettiği duygular mimik ve jestler yardımıyla anlaşılmaktadır. Videonun tümünde imge konuşmasını, oturarak yapmaktadır.

Videoda uzamın gösterenleri olarak beliren beyaz sarık, beyaz cübbe, uzun sakal, Ayasofya Camii'nin arka fonda kullanılması, mavi akik yüzük İslâm'ı çağrıştırmaktadır. İstanbul'un fethinden sonra şehrin en büyük mâbedi olan Hagia Sophia Kilisesi Fâtih Sultan Mehmed tarafından Ayasofya adıyla fethin sembolü olarak camiye çevrilmesinin yanında ilk

²⁰⁹ Berger'in tablosuna göre orta çekimle kişinin bir kısmının görünmesi kişisel ilişkinin artırılması anlamı taşımaktadır. Berger, *Media Analysis Techniques*, s. 26.

cuma namazı da burada kılınmıştı.²¹⁰ Fethin bir sembolü olarak görülen Ayasofya Camii Türkiye’de İslamî çevreler içinde önemli bir yere de sahiptir. İmge’nin beyaz cübbe²¹¹ giymesi ise İslam dünyasında Hz. Peygamber ile bir gelenek halini alan bir giyinme tarzını yansıtmaktadır. Özellikle Abbasi, Emevi ve Osmanlı Devletlerinde din adamlarının vaaz ederken giydikleri bir giysidir cübbe.²¹² Beyaz olması saflığa işaret etmektedir. İmgenin mavi akik yüzük takması Hz. Muhammed’in de akik yüzük kullandığına dair rivayetleri bildiğine ve özellikle müslüman erkekler arasında en makbul yüzük olarak akiğin kabul edilmesine bağlanabilir.²¹³ Akik yüzüğün mavi tercih edilmesi temizliğe, saflığa, dinginliğe ve doğallığa işaret ettiği için olabileceğini düşünmekteyiz.²¹⁴ Video boyunca görüntüsel göstergelerle anlatsal göstergeler arasındaki bağlantı gösterilmekte, nesneler İslâm’ı çağrıştırmaktadır. Nesneler de her iki uzamın arasında sağlanan bağlantıya gönderme yapması üzerinden anlaşılmaktadır. İslam kültürü çerçevesinde inşa edilen anlamlar pek çok kültürde benzerlik göstermektedir. Bunun yanında imgelerin giydiği kıyafetler de onların sosyal statülerine yönelik ipuçları vermektedir. Konuşma ortamında kullanılan sarık, cübbe ve yakasız gömlek, imgenin gündelik yaşamındaki dindarlığına da gönderme yapmaktadır. Videoda zaman, videonun Youtube’a yüklendiği tarih dışında bilinmemektedir Renk kodları videoda ağırlıklı olarak beyaz, sarı ve mavidir. Videoda imgenin arkasında yer alan fonda Arap harflerinden oluşturulmuş yazı kodları yer almaktadır.

Videoda imge, kendi Youtube kanalında yer alan konuşmasını yapmaktadır. Görüntünün sol alt köşesinde beyaz üzerine farklı renklerde yapılan programın adı “Mustafa Özşimşekler Hoca Efendi ile Sohbetler”, ekranın sağ üstünde de beyaza benzer renk tonlarına sahip fon üzerinde kırmızı renkte, “İsmaılağa.net, hemen altında 0850 811 7777” yazısı ve numarası yer almaktadır.²¹⁵

2.5.3. Videonun Anlatsal Göstergeleri

Videonun başında imge Ramazan ayında sahurda ve iftarda nasıl beslenileceği ile ilgili olarak değerlendirme yapmaktadır. İmge, “İftarda az yemek sahurda çok yemek lazım değil mi? Yani uzmanlar da ne yapıyorlar, tavsiyelerde bulunuyorlar. Efendim yiyeceğimiz neler

²¹⁰ Semavi Eyice, “Ayasofya”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. IV, s. 206.

²¹¹ Arkası önünden biraz kısa, ayaklara kadar inen, kanatları birbiri üzerine kavuşturularak önü kapatılan, bol ve hafif bir elbisedir. Sabahaddin Türkoğlu, “Cübbe”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. IX, s. 102.

²¹² Cengiz Kallek, “Cübbe”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. IX, s. 103.

²¹³ Sargon Erdem, “Akik”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. II, s. 262-263.

²¹⁴ Çeken-Yıldız, “Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri”, s. 133.

²¹⁵ İlgili internet sitesinde yer alan bilgiye göre bu internet sitesi kendisini şu şekilde tanıtmaktadır.: “İSMAİLAĞA tarafından sunulan ders, sohbet-vaaz, soru-cevap video projesi olan İSMAİLAĞA NET üzerinde yayımlanan videolar.” <https://www.ismailaga.net/iletisim> (erişim tarihi: 14.07.2021)

olmalı hakkında pek çok şimdi her tarafta röportajlar var yazılar makaleler var. E çünkü akşama kadar hakikaten yani aç, aç duruyorsun yemiyorsun, içmiyorsun; mideye hiçbir şey girmiyor, iftar vakti... Efendim öyle bir yiyorsun ki yani tamamen adeta görmüyorsun. O kadar ağır yiyecekler vesaireler yani neredeyse insan Allah muhafaza mide ifsadı olabilir yani yaa! Onun için demek ki buna dikkat etmek lazım. Sahurda çok ye, sahurda çatlayıncaya kadar ye. Yemekten sahurdan çatlasan ne olur, şehit olursun. Peki iftarda çatlarsan n'olur, bilemem niyazi olabilir adam yani.²¹⁶ Çünkü iftarda az sahurda çok yemek.... Sahurda da bizim hiç iştahımız olmuyor ki ne yapalım? İşte iştahın olmuyor tabii olmaz yani. Efendim adam afedersin gece kalktığı zaman helaya gidecek, gözünü bile açmadan gidiyor. Gözünü açmayan adamın yani ağzı açılır mı, ağzı açılmazsa işte açılır mı? Dolayısıyla demek ki buna da dikkat etmek lazım: iftarda az yemek lazım...” Diyerek günümüzde beslenme ile ilgili olarak otorite kabul edildiğine yönelik varsayımından hareketle beslenme uzmanlarının da önerilerine atıfta bulunmaktadır.

Devamında imge, “Şu diyetisyenler, uzmanlar falan yani bunlar tavsiyeler var ama zaten yani bizim peygamber efendimiz’in (s.a.v.) tavsiyelerini dinlesek var ya! Ne kadar güzel olacak ne kadar sıhhatli olacağız. Yani Medine'ye bir doktor geliyor bir tane bile müşteri gelmiyor. Dedi ki siz nasıl bir kavimsiniz ya, nasıl bir milletsiniz! Hiç burada ne bir hasta geliyor ne bir şey? Dediler biz öyle bir milletiz ki acıkmadan oturmaz, doymadan sofradan kalkarız. Çünkü bu mide en kötü çöp tenekesi mide hakikaten. Değirmen boğaz bulduğunu öğüttüğü zaman mide de bir ifsat durumu efendim geçirebiliyor” Diyerek Hz. Peygamber döneminde beslenme kültürünün günümüz sağlıklı beslenme ölçütlerine çok benzer bir yönü olduğunu ifade etmektedir.

Devamında imge, “Rabbim hepimize sıhhat, afiyet nasip eylesin, oruçlarımızı makbul eylesin. Sünnet-i seniyyeye uygun bir şekilde yememiz de içmemize konuşmamız da oturmamız da kalmanıza sünnet-i seniyyeye uygun bir şekilde olsun. Rabbim nasip eylesin inşallah.” Duasıyla konuşmasını bitirmektedir.

2.5.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

Videoda, imge sağlıklı beslenmenin günümüzde anlaşılır yönünün sadece bilimsel olarak verilen referanslarla yeterli olmayacağını Hz. Peygamber’in tavsiyelerinin de zaten önceden beri mevcut bulguları destekler vaziyette olduğunu belirtmektedir.

²¹⁶ Argoda kullanılan bir terim olarak niyazi olmak şu anlamlara gelmektedir: Boşu boşuna zarar görmek, yok yere yaralanmak, ölmek. Hulki Aktunç, *Büyük Argo Sözlüğü*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1990, s. 221.

2.5.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

İftar sofrasında gereğinden fazla yemenin doğurduğu olumsuz sonuçlar eleştirilmektedir. Aynı zamanda bir müslüman sahura kalkıp da çok yemekten ölürse şehit olur sonucuna varılmıştır.

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar temeli üzerinde kurulmuştur. Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlama göre metnin dizisel şeklinin ikili karşıtlıkları aşağıda yer aldığı şekilde gözükmemektedir:

Tablo 2.10 Videodaki Karşıtlıklar

Şehit olmak	Niyazi olmak
İftarda az yemek	İftarda çok yemek
Dine uygun	Dine aykırı
Sağlıklı beslenme	Ağır, fazlası zarar beslenme, mide ifsadı
Sahurda az yemek	Sahurda çok yemek

Videoda imge az yemek yiyerek sağlıklı olmanın önemine dikkat çekerken günümüz bilimsel beslenme önerilerinin Hz. Peygamberin tavsiyelerinden çok da farklı olmadığını belirtmektedir. Yani aslında sağlıklı beslenmenin önemini Hz. Peygamber'in yüzyıllar öncesinde belirttiğini ifade eden imge Ramazan ayında beslenme kurallarına da dikkat çekmektedir. Dolayısıyla fazla yemek yiyerek olası bir sağlık sorunundan dolayı kişinin niyazi olarak öleceğini, dini açıdan yanlış bir iş yapmasından dolayı ahirette de bu sebeple potansiyel bir olumsuz durumla karşılaşabileceğinin altını çizmektedir. Dini söylemin argo kelimelerle anlatılması videodaki karşıtlıklar temelinden hareketle içeriği akışkanlaştırmaktadır. Bu sebeple vaaz dili gündelik hayat dili üzerinden alınılarak yeniden üretilmektedir.

2.6. İctihad Kapısı ve Kur'a-nı Kerim'in Yorumlanması: "Cehalet Tahsil Etmiş Allame Ergenler" Adlı Videonun Çözümlemesi

Mustafa İslamoğlu²¹⁷ adlı Youtube kanalında²¹⁸ 2020 yılında yayınlanan video 3 dakika 42 saniye sürmektedir.²¹⁹ Videoda imge, "Siretü'l Kur'an" adlı soru-cevap, sohbet temelinde yapılan ve dini konuları ele alan programlarından birisini yapmaktadır. İlgili video içeriği, bir

²¹⁷ Mustafa İslamoğlu 28 Ekim 1960 yılında Kayseri'de dünyaya gelmiştir. İlahiyatçı ve şair olmasının yanı sıra İslam Tarihi, İslam Hukuku gibi alanlarda çalışmaları vardır.

²¹⁸ <https://www.youtube.com/c/Mustafa%C4%B0slamo%C4%9FluOfficial> , (erişim tarihi:16.07.2021).

²¹⁹ https://www.youtube.com/watch?v=bF5MRo_omNc (erişim tarihi:16.07.2021)

kısmı kesilerek, yukarıda başlıkta verilen videoyu da içeren şekilde aynı Youtube kanalına yüklenmiştir²²⁰. İmge, bazı yazarların görüşlerine, kendi açısından, katılmadığını belirtmekte, bunu da dini fetva bakımından ele almaktadır.

2.6.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.11 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

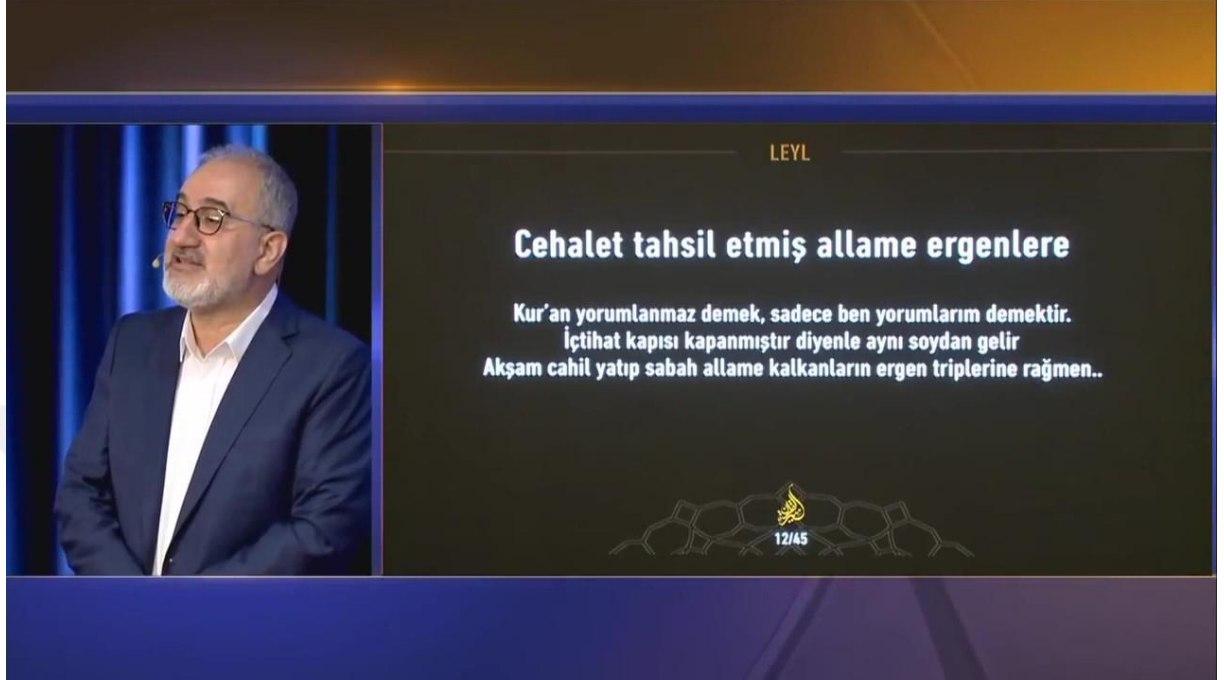
Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2020 tarihli, Mustafa İslamoğlu'nun konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	Mustafa İslamoğlu'nun kendi Youtube kanalında "Cehalet tahsil etmiş allame ergenler" başlıklı dini içerikli videosu.	Youtube'da dini içerikli konuşmalar yaparak özellikle de İslam'ın fıkhi yönünü içeren ictihad kavramının yanlış anlaşıldığına dair yapılan vurgu. Farklı görüşlerin imge tarafından değerlendirilmesi. Olumsuz görülen görüşlere karşı yapılan eleştiriler; "cahilce, ergence tripler" ²²¹ şeklinde yapılan yorumlar.

²²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=-kj-5-b4Arc> (erişim tarihi:16.07.2021)

²²¹ Argoda kullanılan haliyle trip atmak ya da trip yapmak: yapılan birşeyden dolayı, alınganlık oluşmasının akabinde kişiye ters cevap vermek, terslemek gibi unsurlara verilen genel isim. <http://gundeliksozluk.speakdictionary.com/23738/trip%20yapmak/> (erişim tarihi: 07.07.2021).

2.6.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Fotoğraf 2. 6 Mustafa İslamoğlu'nun Youtube Videosu



Görüntüdeki imge, ışık yoğunluğunun tüm karede eşit olmadığı bir mekanın, kamera açısına göre, sol hizasında yer almaktadır. Çekim kodları açısından bakıldığında videoda çerçeveleme tekniği açısından görüntüde yer alan imgenin duruşuna, hareketlerine ve kendisine dikkat çekmek için orta plan kullanıldığı gözükmemektedir.

Video, Türkçe dil koduyla oluşturulmuş yazılı ve sözlü iletiler vasıtasıyla imge tarafından aktarılmaktadır. Videoda görüntüsel göstergeleriyle yer alan imgenin konuşması ile ilişkili hissettiği duygular mimik ve jestler yardımıyla anlaşılmaktadır. Videonun tümünde imge konuşmasını, dinleyicilere dönük şekilde yapmaktadır. Ayrıca imge, konuşmasını yaparken bakışlarını aşağıya olacak şekilde yöneltmekte, kendisini dinleyenlerle göz teması kurmaktadır.

Videoda mekanın gösterenleri mavi perdelerle oluşturulmuş bir sahnedir. Video boyunca görüntüsel göstergelerle anlatsal göstergeler arasındaki bağlantı sahnede yer alan büyük bir ekrana yansıtılan içeriklerle gösterilmekte, konuşmacıyı ekranda yer alan konuya yönelik bir konuşma gerçekleştirmektedir. İmgenin giydiği kıyafetler de onun modern bir kıyafet ile çağdaş bir görüntü verdiğini çağrıştırmaktadır. Konuşma ortamında kullanılan lazer ışığı ile yapılan sohbetin bir tür öğretim, ders yöntemini vurgulamaktadır. Videoda konuşmanın, mikrofon ile yapıldığı anlaşılmaktadır. Videoda zaman, videonun Youtube'a yüklendiği tarih dışında bilinmemektedir.

Renk kodları videoda ağırlıklı olarak mavi olup, beyaz ve sarı da yer almaktadır. Videoda imgenin yanında yer alan ekranda konuşmanın içeriği yer almakta, alt kısmında Arap harflerinden oluşturulmuş yazı kodları yer almaktadır. Görüntüde imgenin sakal bıraktığı, açık renk ağırlıklı bir gömlek ve koyu renk bir ceket giydiği gözükmemektedir.

Videoda imge, kendi Youtube kanalında yer alan konuşmasını yapmaktadır. Görüntünün sağ üst köşesinde açık sarı renkte yapılan programın genel konusunu oluşturan “Leyl” yazmakta bu da Kur’an-ı Kerim’in 9. Suresi olan Leyl Suresi’ni ifade etmektedir. Bunun hemen altında koyu renk üzerine sahip fon üzerinde beyaz renkte, ilgili videonun başlığı olan “Cehalet tahsil etmiş allame ergenler” yazısı yer almaktadır.

2.6.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri

Videonun başında imge, “Cehalet tahsil etmiş allame ergenlere de bir çift sözüm var: Tabii... Bazıların cehaletine bakıyorum; inanın şaşıyorum, şaşıyorum. Özgüven patlamasından ölecek. Onun için “Kur’an yorumlanmaz.” demek “Sadece ben yorumlarım.” demektir. Tamam mı? Kur’an yorumlanmaz demek “Efela yetedebberrune’l Kur’an” ayetini inkar etmek demektir. Kur’an’ı tedebbur edip de n’pacağız? Yani Kur’an üzerinde derin düşünmek, derin düşüncelere dalmak Kur’an’ın bizzat emridir. Yorumlanmayan şeyin üstünde ne gibi düşüncelere dalacaksın, söyler misiniz? Derin düşünceye dalıp da n’apacaksınız? Asker talimnameleri yorumlanmaz mesela, askerde yorum yoktur, değil mi? Talimnameyi okudum da komutanım ben şöyle yorumladım: ağzının üstüne yersin, veya yirmi şınavı çekersin. Öyle değil mi? Yok işte orda yorum yok. Sana yorum düşmez. Kapının arkasında yazar, Koğuş kapısının arkasında, silahlıkta yazar, tuvalet de bile yazar afedersiniz. Öyle değil mi? Dolayısıyla ne yazıyorsa o. Ama Kur’an öyle değil ki! Talimname değil ki! Kur’an akledenlere bir hitap, bir kitap. Onun için “Efela yetedebberrune’l Kur’an”: Kur’an üzerine derin düşüneceksin ki onun anlamları sana açılsın. Bu nedenle “ictihad kapısı kapanmıştır” diyenlerle aynı soydan gelir bu birincisini söyleyenler. Şimdi düşünebiliyor musun?”

Devamında imge, “Bir tane adam vardı: gastede yazardı, Galatasaray Lisesi mezunu. Efendim çekildi gitti dünyadan, dayansın ehli kubur! Ne diyelim daha fazlasını söyleyemiyorum kusura bakmayın. Bilmediklerinizi de biliyorum, haberiniz olsun. Onun için her şeyi söylemediğimden yola çıkarak şunu söyle(ye)yim: Acaba hoca bizim bilmediğimiz neleri biliyor? Anlatabiliyor muyum, onun için her şeyi söylemediğimizden yola çıkarak su-i zan etmeyin hakkımızda. Ben onun için hiç zannetmiyorum, ciğerini bilirim onun. Ama bu kadar şimdilik. Çünkü kişilerle değil sorun; şu anda zihniyetle, her zaman zihniyetle oldu.” Sonrasında imge, “Şimdi “ictihad kapısı kapanmıştır” (diyen) o ictihad düşmanı bir herifti. Bir

ömür bekar yaşadı, yüzüne bakınca utanacağı hiç kimse yoktu. Ama içtihad hep ateş püskürdü, düşman oldu. Niye? İctihad kapısı kapanmıştır diyen bir adamın ettiği nedir? İctihaddır tabii. Dünyanın en büyük içtihadını yapmış, kapıyı kapamış: Dama çıkmış merdiveni çekmiş. İyi de dama çıkmak şuça sen niye çıktın? Tamam, çıkmak iyi bir şeyse merdiveni niye çektin? Bırak da biz de çikalım. Öyle değil mi? İctihad kapısını kapatan müctehid! Sen ne adi bir şeysin ki bu kapıyı kapatmayı kendine helal görüyorsun, o kapıdan geçmeyi bize haram görüyorsun? Bu kadardı efendim, ben teşekkür ederim.” Diyerek konuşmasını tamamlamaktadır. Sosyal medya kullanımına yönelik bir soruyu ya da düşünceyi cevaplayarak buradan fetva üretme durumuna işaret etmektedir.

İctihad kapısının kapanıp kapanmaması İslam tarihi boyunca tartışıl原因 önemli meselelerden birisi olmuştur. İctihad genel olarak “nassın lafız ve mânasından hareketle, nassın bulunmadığında da çeşitli istinbat metotları kullanılarak şer’î hüküm hakkında zannî bilgiye ulaşma çabasının genel adı”²²² şeklinde tanımlanmıştır. Hz. Peygamberin vefatından sonra ortaya çıkan ve Kur’an’da ve sünnette doğrudan geçmeyen soru ve sorunlarda din adamlarının konu hakkında hüküm verip veremesi konusu ictihad kapısının açık olup olmadığı konusunda altında tartışılmaya devam etmiştir. Daha çok geleneksel eğilimde olanlar ictihad kapısının Hz. Peygamberden sonra kapandığını iddia ederken, aklı ön plana alanlar Hz. Peygamberden sonra da cevaplanması gereken yeni soru ve sorunların olduğunu iddia ederek ictihad kapısının kapanmasının mümkün olmadığını savunmuşlardır. İmge burada söz konusu tartışmayı yeniden ele alarak ictihad kapısının kapanmasına fetva veren kişileri ciddi anlamda eleştirmiştir.

2.6.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

Videoda imge, İslam dini içerisinde konumlandırılmış yorum farklılıkları ve diğer bazı dini konular etrafındaki görüşlerini izleyicilere/dinleyicilere aktarmaktadır. Diğer tarafta ilgili konu etrafındaki çıkarımlar yananlamsal olarak günümüzde de halen görüş farklılıklarının bulunduğu alanları kapsayan bir konu hakkında halen yeniden tartışılması konusuna gönderme yapmaktadır. İmgenin ilgili konularda farklı görüşlere yönelik eleştirileri bu konulara önem verdiğini çağrıştırmaktadır. İfade edilen bu konulardaki farklı görüş sahiplerine yönelik eleştirel tavır konunun halen tartışıl原因 bir durumu olduğunu da anlatmaktadır. İmgeye göre karşıt görüşlere sahip insanların bu konulardaki tutumlarından dolayı ifade etmiş oldukları bu beyanlar Kur’an’da yer alan “niçin akletmiyorsunuz?” ifadesine zıt düşmekte, bu da onların Kur’an’a aykırı yönde hareket ettiklerine yönelik kanıt olarak belirlemektedir. Bu itibarla bu kişilerin cehalet içinde oldukları, argo tabirle kendilerinin ergen bir tutum içerisinde tavır

²²² H. Yunus Apaydın, “İctihad”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXI, s. 432.

geliştirdikleri, dine uygun bir çıkarım yapamadıkları yananlamını içermektedir. Videoda imge resmi kurum emirleri olarak belirtilen talimnamelerden örnek vererek Kur'an'ın böyle olmadığı fikrini açıklamaktadır. Askeri bir kurum içerisinde bu talimnamelerin koğuştta, silahlıkta hatta tuvalette bile yazması örneği ile bir tür kural kitapçığından başka bir şey olmadıklarını çağrıştırmaktadır. Şöyle ki bu kurallar, düşünmeyi engellemekte ve kişisel inisiyatif alıcı bir kapsama imkanı da tanımamaktadır. Ayrıca bu kurallara uymamanın karşılığı olarak fiziksel ve mental açıdan zorlayıcı cezalarla karşı karşıya kalındığı bulgusu “ağzının üstüne yersin ya da yirmi şınav çekersin” örneğiyle verilmektedir. Bu itibarla, Kur'an'ın düşünmeden, akletmeden, sadece bir kurallar kitabı olmadığı, aksine düşünmeyi ve akletmeyi yücelten bir yanının olduğu yananlamına göndermede bulunmaktadır. Dolayısıyla Kur'an derin düşünmeye yönelten, insanın bunu bir hitap ve kitap olarak algılaması gerekliliğine atıf yapan, bir anlamlandırma imkanı doğuran şey olarak konumlandırılmaktadır.

Videoda, Kur'an'ın yorumlanamayacağını iddia edenlerle, ictihad kapısının kapandığını iddia edenlerin aynı soydan geldiğini söylemekte, bu da onların ifade edilen konularda aynı temelde bir yönelime sahip olduklarına yönelik bir bulgu ve eleştiridir. Devamında imge, bu iddialardan bir ya da birkaçını savunmuş bir kişi hakkında isimini vermemekle birlikte bazı spesifik durumlarından ve özelliklerinden bahsetmektedir. “Bir tane adam vardı: gastede yazardı, Galatasaray Lisesi mezunu. Efendim çekildi gitti dünyadan, dayansın ehli kubur! Ne diyelim daha fazlasını söyleyemiyorum kusura bakmayın. Bilmediklerinizi de biliyorum, haberiniz olsun.” kısmında “dayansın ehli kubur” ifadesi geçmektedir. Bu, muhtelif rivayetlere göre Osmanlı devlet adamı Hâlet Efendi'nin vefatının ardından söylenmiştir.²²³ “Ne kendi rahat etti, ne de halka huzur verdi, bu dünyadan göçtü gitti, şimdi kabirdekiler düşünsün” anlamına gelen bu mısralar daha sonrasında da vefat eden kimsenin arkasından bir tür olumsuz eleştiri olarak kullanılmaktadır. İmgenin bu kimseden “ictihad düşmanı bir herifti, bir ömür bekar yaşadı, yüzüne bakınca utanacağı hiç kimse yoktu. Ama ictihada hep ateş püskürdü, düşman oldu.” şeklinde bahsetmesi bahsedilen kişinin din hakkında bazı konulardaki anlayışına ve özel hayatı hakkında imgenin kendi bildiği bazı bilgilerin ortaya çıkarsa toplumca hoş karşılanmayacak şeyler olduğu yananlamına göndermede bulunmaktadır. İmge ilgili kişinin davranış ve yönelimlerini “Ciğerini bilirim onun” ifadesiyle pekiştirmektedir. “İctihad kapısını kapatan müctehid! Sen ne adi bir şeysin ki bu kapıyı kapatmayı kendine helal görüyorsun, o kapıdan geçmeyi bize haram görüyorsun?” sözleriyle imge, ilgili konuda farklı fikirlere sahip olan kimse ya da kimselere kızgınlığını “adi” kelimesini kullanarak keskinleşen bir söylem üzerinden göstermektedir.

²²³ Abdulkadir Özcan, “Hâlet Efendi”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XV, s. 250.

Dijital mecra akışkan bir dilin yanında imgenin de kullandığı keskin söylemleri de beraberinde getirmiştir. Belirgin bir keskinlik üreten eleştirel dil, imgenin muhatabını ele alırken görülebildiği gibi onun hem zihniyetine hem de kişisel yetersizliklerine yönelik ifadeleriymiş gibi de anlaşılmaktadır. Dinin anlatılabildiğinin önce anlaşılabilmesiyle mümkün olacağı varsayımından hareketle imge, cehaletin verdiği özgüvenin muhatabına sirayet ettiğinin yukarıda yer verilen bazı argo kelimeler, jest ve mimiklerden anlaşıldığı öne sürülebilir.

2.6.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar temeli üzerinde kurulmuştur. Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlama göre metnin dizisel şeklinin ikili karşıtlıkları aşağıda yer aldığı şekilde gözükmemektedir:

Tablo 2.12 Videodaki Karşıtlıklar

Cehalet	Derin düşünmek
Özgüven patlamasından ölmek, Kur'an'ı yanlış yorumladığının farkına varmamak	Derin bir şekilde, Kur'an'ın emrettiği gibi hareket etmek
Düşünmeden uygulanması gereken kurallar, emirler, talimnameler	Üzerinde anlamlı bir düşünme gerektiren Kur'an
Özel anlamda belirli kişiler	Zihniyet, genel, bütün

Videoda imge dini konulardaki yorumlamaların üzerine dair düşüncelerini ifade ederken karşıtlıklara yer vermektedir. İmgeye göre Kur'an-ı Kerim başta olmak üzere İslam inanç ve hukuku konularındaki esas ve usuller için fikir beyan etmek genel anlamda derin bir şekilde düşünmekle mümkündür Buna göre imge dini yetkinlik çerçevesinden hareketle kendi görüşünün aksine fikir beyan edenler hakkında ergence tripler gösteren kimseler olarak bahsetmektedir. Buradaki benzetmeye ek olarak imge bu kişiler için başlığa da taşıdığı nitelendirmeyi yaparak onlar için cehalet tahsil etmiş ergenler yani dini açıdan eğitim görmüş olsalar da dini yetkinlik açısından yetersiz kimseler ifadesine yer vermektedir. Video içeriğinden özel anlamda belirli bazı bir kimseler için görüşlerini belirtse de aslında yaptığının zihniyet itibarıyla birden çok kişi ve düşünce yapılarıyla olduğunu savunmaktadır. Videodaki benzetmelerin argo içeriklerle desteklenmesinden hareketle imgenin yer yer kesin söylemlere başvurduğu ifade edilebilir.

2.7. “Tv’deki Hoca Görünümlü Herifler”: Halil Konakcı’nın Youtube Kanalındaki “Bu Kişilerden Kaçın” Adlı Videonun Çözümlemesi

Video, 2021 yılında Halil Konakcı’nın²²⁴ Youtube kanalında²²⁵ yayınlanmış olup, 1 dakika 38 saniye sürmektedir.²²⁶ Videoda imge, televizyon kanallarında yer alan din adamlarının bazılarının dinen sakıncalı görüşler beyan ettiklerini ifade etmektedir. İmge bu kişilerin görüşlerini olumlu olarak değerlendirmenin kişinin imanına zarar vereceğini, bazı sonuçları olacağını belirtmektedir.

2.7.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.13 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2021 tarihli, Halil Konakcı’nın Youtube kanalında konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	Halil Konakcı’nın kendi Youtube kanalında yer alan “Bu Kişilerden Kaçın” başlıklı dini içerikli videosu.	Youtube’da dini içerikli konuşmalar yaparak Müslümanları uyarma, İslam’ın “iman esaslarının” dikkat çekilen kimseler tarafından tahrif edildiği, tehlikeli düşünceler beyan ettikleri “gerçeği”.
	Resmi görevli, beyaz sarık, yeşil cübbe, sakal.	Devletin resmi görevlisi olarak yer alan, kontrol eden din adamı.

²²⁴ Halil Konakcı vaiz ve din görevlisidir.

²²⁵ <https://www.youtube.com/c/HalilKONAKCI>, (erişim tarihi: 07.07.2020).

²²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=Xz6ANlaoAM>, (erişim tarihi: 07.07.2020).

2.7.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Çekim kodları açısından bakıldığında videoda imgenin orta plan çekimde cami ya da mescitte yer aldığı, yerden yüksek bir şekilde minber üzerinde konuşmasını yaptığı görülmektedir. Görüntünün açısı ise önden açıyla, izleyicinin tam karşısında hizalanmıştır.

Fotoğraf 2.7 Halil Konakçı'nın Youtube Videosu



Görüntüde imge ışık yoğunluğunun yeterince yoğun olmadığı bir hızda yer almaktadır. Çünkü imgenin yüzü ve giysileri üzerinde aydınlık ve gölgesiz bir görüntü elde edilmiştir. Videonun tümünde imgenin konuşmasını, bulunduğu mekanın normal yüksekliğinden daha yukarıda, belli bir yükseklikten yaptığı anlaşılmaktadır. Bu, imgenin sandalyede otururken dinleyicilerin daha az bir yükseklikte yer aldığını kanıtlamaktadır. Çünkü imge, konuşmasını yaparken kameraya doğru direkt bir bakıştan daha çok, kendisini daha aşağı bir açıdan dinleyenlerin olduğu yöne doğru bakmaktadır.

Videoda konuşma, imgenin yaka mikrofonu kullanması ve vaazın geçtiği yerde başkaca diğer bazı seslerin duyulması üzerine, belli bir sayıda kişinin katılımıyla yapıldığını çağrıştırmaktadır. Videoda zaman, Youtube'a yüklenme tarihi olan 21 Mayıs 2021 dışında bilinmemektedir.

Videoda imge, kendi Youtube kanalında yer alan sohbetlerinden birini yapmaktadır. Görüntünün sol alt köşesinde imgenin adı ve soyadı kırmızı üzerine beyaz logo şeklinde yer

almaktadır. Onun da hemen altında videonun başlığını içeren logoya yer verilmiştir. Görüntüde imgenin ortalama uzunlukta bir sakal bıraktığı gözükmemektedir.

Renk kodları videoda ağırlıklı olarak, İslam'ı ve milli değerleri çağrıştıran renkler olan beyaz, yeşil ve kırmızıdır. İmgenin beyaz bir sarık taktığı görülmektedir. Ayrıca imge, yeşil cübbe giymektedir. Görüntüde yer alan bir diğer renk ise kırmızıdır. Görüntünün sol altında imgenin adının ve soyadının yazıldığı logonun renkleri kırmızı ve beyaz renktedir.

2.7.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri

Videonun başında imge, televizyon kanallarında yer alan din adamlarının bazılarının dini bozacak, tahrif edecek sözler sarfettiklerini düşünerek bir konuşma yapmaktadır. İmge "Evet şimdi yeri gelmişken söyleyeyim; hep söylüyorum: kadere iman nedir, iman şartlarındandır." sorusunu cevaplamaktadır. Sonrasında imge, "Kadere iman etmeyen kafir olur. Kadere iman yoktur diyen de kafirdir. Efendimiz aleyhisselam buyurdu ki: Kim kadere iman yoktur diyor ise hastalandığında da ziyaretine gitmeyin, öldüğünde de cenazesinde bulunmayın." demektedir.²²⁷ Devamında imge "Televizyonlarda boy boy çıkıp kadere iman yoktur. İmanın şartı da beştir diyen hoca görünümlü herifler var artık yani diyeyim ben." Buradaki ifade edilen düşüncelerin kendisini memnun etmediği sonucundan hareketle imge, onu dinleyenlere "Hadi ben iman şartı altıdır diyorum, şefaattir diyorum, kabir azabı vardır diyorum ama onlar ümmetin elinden imanını çalmak isteyenler..." demektedir.

Devamında imge, "Siz siz olun kim kadere iman yoktur diyor ise kaçın, siz siz olun kabir azabı yoktur diyorsa, bir hocadan bahsediyorum, hocayı sakın açıp dinlemeyin. İyi bir şey anlatmıyor mudur? Anlatıyor da dinlemeyin. Çünkü ayırt edemezsin, kötüsünü ayırt edemezsin." diyerek dinleyicilerine düşüncelerini aktarmaktadır. Sonrasında "O kim şefaattir yoktur diyorsa kaçın (o) hocadan. Kaçın, kaçın! Sizin cennetinizi elinizden almaya çalışıyor bu adamlar. Benim size bir kardeş tavsiyem, belki bir daha görüşürüz belki görüşemeyiz: bu dediklerimi kulağınıza değil kalbinize değil nakşedin. Ben özetini söylüyorum size" Sözleriyle imge konuşmasını tamamlamaktadır.

Kadere iman ve kabir azabı konuları İslam tarihi boyunca tartışılan en önemli meseleler arasında yer almaktadır. Terim olarak "Allah'ın nesneleri ve olayları özellikle sorumluluk

²²⁷ Böyle bir hadis Ebu Davud'un eserinde şu şekilde geçmektedir: Huzeyfe (radiyallahü anh)'den (rivâyet edildiğine göre) Resûlullah (sallallahü aleyhi ve sellem) (şöyle) buyurmuştur: "Her ümmetin bir mecusi vardı. Bu ümmetin mecusi de "kader yoktur" diyenlerdir. (Binaenaleyh) onlardan kim ölürse cenazelerinde bulunmayın, onlardan kim hastalanırsa onu ziyaret etmeyin. (Çünkü) o (nlar) Deccalin ordularıdır. Allah kesinlikle onları Deccale kavuşturacaktır." Ebu Davud, Sünen, Sünnet 4694, <http://www.islamilimleri.com/Ktphn/Kitablar/05/004/Turkce/Kitab.htm>11 (erişim tarihi 24.09.2021).

doğuran beşerî fiilleri, ezelde planlayıp zamanı gelince yaratması anlamında”²²⁸ kullanılan kader insanın özgür iradesinin olup olmadığı meselesini de tartışmaya açmış bir konudur. Kabir azabı ise duyular ve akıl yürütme vasıtasıyla bilinemeyip ancak vahiy yoluyla sabit olan gaybî konulardan birisidir.²²⁹ Hem kader hem de kabir azabı ehli sünnet alimlerinin kabul ettiği Mutezili alimlerin yanında bazı alimlerin ise hem kader hem de kabir azabını kabul etmedikleri bilinmektedir. Buradaki bilgilerden hareketle İslam’ın kadim konuları arasında yer alan bu savunular hakkında farklı bakış açıları oluşmuş; söylemin keskinliğine bakılacak olursa da bu konudaki karşıt görüşlerin savunucuları kendi görüşlerini öne çıkarma isteminde bulunmuşlardır. Bunun da doğal bir neticesi olarak konu sadece sıradan bir dini konu hakkında fetva vermekten çok bir tür pozisyon alma, konum belirleme alanı olarak belirlenim göstermiştir. İmge de bu durumu keskinleşen söylemiyle yeniden gündeme getirmiş; kabir azabına inanmayanları dinden çıkmış kimseler olarak görerek bunun savunan kişilerin de dijital mecrada, dinlenilmemesi gerektiğini savunmuştur.

2.7.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

İmge tarafından ifade edilen ve televizyon kanallarında yer alan kişilerden uzak durulması gerektiği videonun başlığından itibaren salık verilmektedir. Bu kişilerin Müslümanların cennete girmelerini engelleme hedefinden bahsedilerek onların İslam dinini bozan bir yönleri olduğu imge tarafından ifade edilmektedir. Devamında imge, imanın şartları ve diğer bazı konulardaki düşünceleri sebebiyle kendi dini anlayış tarzına uygun olmayan düşünceleri benimseyen ya da buna göre yaşayanları da kendisine karşıt bir konuma yerleştirmektedir.

Görüntüsel göstergelerin yanlamına gelince, sakal gösterge olarak yer almakta olup, gösteren uzun, boyanmamış sakal, kısaltılmış bıyıktır. Gösterilen ise sakal uzatmanın ve bıyık kısaltmanın sünnet olduğuna dair rivayetlere uyarak Hz. Peygamber’in koyduğu kurallara kendisi tarafından uyulduğu, sakal bırakanın sünnet sevabı aldığı, sakalın bir tutamdan daha kısa kesilmeyerek ya da jiletle kısaltmayarak günah işlenmediğidir.

Yeşil rengin ruhanî/uhrevî bir renk olarak kabul edildiği, genellikle de İslamiyet’in rengi olduğu görüşüne daha önce değinmiştik. Bu nedenle yeşil cübbe, yeşil sarık ve türbelerin genellikle yeşile boyanması gibi uygulamalar bu anlayışın ürünüdür.²³⁰ İmge bu renk ve giysileri bu nedenle tercih etmiş görünmektedir.

²²⁸ Yusuf Şevki Yavuz, “Kader”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXIV, s. 58.

²²⁹ Süleyman Toprak, “Kabir”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXIV, s. 37-38.

²³⁰ Küçük, “Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı”, s. 201.

2.7.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlamda metnin dizisel olarak ikili karşıtlıkları aşağıdaki gibi gözükmemektedir:

Tablo 2.14 Videodaki Karşıtlıklar

İmanın şartı altıdır, kabir azabı vardır, şefaatt vardır.	İmanın şartı beştir. Kabir azabı yoktur, şefaatt yoktur.
Müslümanların cennete girmelerini kolaylaştırmak	Müslümanların cennete girmelerini engellemek.

Videoda imge, ekranlarda boy boy yer alan hoca görünümüne sahip olup kendisine göre bu yetkinliğe sahip olmayan kişilerin sözlerinin dikkate alınmaması gerektiğini ifade etmektedir. Buna göre imge, bu kişiler için en hafif tabirle herif nitelendirmesi yaparak onları dikkate almadığını göstermekte; televizyon kanallarına çıkarak kitle iletişim araçlarında bu kimselerin olmalarının zararlı olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla bu düzlemde hareketle imge, dini doğruların öğrenilmesinin kötüye kullanıldığını iddia etmekte hatta bunu Müslümanların cennete girmelerini engellemek şeklinde anlamlandırmaktadır. Sonuç olarak imge kullandığı dili ile birlikte keskin bir söyleme yer vermektedir.

2.8. “İnternette gezerken sabahlayan ümmet”: Abdulaziz Kıransal’ın Youtube Kanalındaki “İnternette sörf yapan ümmet..” Adlı Videonun Çözümlemesi

Video, 2020 yılında Abdulaziz Kıransal’ın²³¹ Youtube kanalında²³² yayınlanmış olup, 2 dakika 13 saniye sürmektedir.²³³ Videoda imge, sosyal medyanın gündelik hayatta gereksiz bir şekilde fazlaca kullanıldığını ve bunun da sonuçlarının olduğunu ifade etmektedir. Müslümanların sosyal medya başta olmak üzere genel olarak internette gezinerek zamanlarını boşuna kullandıklarını belirtmektedir.

²³¹ 1978 Kars doğumludur. İstanbul Kağıthane İmam hatip lisesi ve Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi mezunudur. Halen Anadolu Gençlik Derneği & Milli Gençlik Vakfı Genel Merkez Danışma Kurulu Başkanlığı ve Milli Gazete’de köşe yazarlığı yapmaktadır. Aynı zamanda Davet ve İslami İlimler Merkezi’nde Tefsir, Hadis ve Davet dersleri vermektedir. Evli ve iki çocuk babasıdır. <http://www.abdulazizkiransal.com/hakkimizda/>, (erişim tarihi 10.10.2021).

²³² <https://www.youtube.com/channel/UC4wTvpDfCZHKRf4FWAjGIKA> , , (erişim tarihi: 07.07.2020).

²³³ <https://www.youtube.com/watch?v=Wjzry6bMrQo> , (erişim tarihi: 07.07.2020).

2.8.1. Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2.15 Videonun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2020 tarihli, Abdulaziz Kıranşal'ın konuşmasının yer aldığı Youtube videosu.	Abdulaziz Kıranşal'ın kendi Youtube kanalında yer alan “İnternette sörf yapan ümmet..” başlıklı dini içerikli videosu.	Youtube’da dini içerikli konuşmalar yaparak Müslümanları ilgili konuda uyarmak. Zaman israfı yapılmaması gerektiği.
	Uzun saç, sakal, dünya haritası, iç içe geçmiş iki sekizgen logo.	Dini gelenekleri koruma, Türk/İslam devleti olan Osmanlı ve Selçukluların en çok kullandıkları motiflere yer vererek o dönemin değerlerini vurgulama.

2.8.2. Videonun Görüntüsel Anlatımı, Genel Gösterenleri ve Kodlar Açısından Çözümlemesi

Çekim kodları açısından bakıldığında videoda çerçeveleme tekniği açısından görüntüde yer alan kişinin duruşuna, hareketlerine ve kendisine dikkat çekmek için orta plan kullanıldığı görünmektedir. Görüntünün açısı ise önden açıyla, izleyicinin tam karşısında hizalanmıştır.

Fotoğraf 2. 8 Abdulaziz Kıranaşal'ın Youtube Videosu



Görüntüde imge, ışık yoğunluğunun arttırıldığı üst-orta hizada yer almaktadır. Böylece imgenin yüzü ve giysileri üzerinde nispeten aydınlık ve gölgesiz bir görüntü elde edilmiştir.

Videoda konuşma, videonun bir tür salon ya da sohbete uygun bir ortamda, belli bir sayıda kişinin katılımıyla yapıldığını çağrıştırmaktadır. Videoda zamanın 2 Şubat 2017 olduğu bilinmektedir.

Videoda imge kendi Youtube kanalında belirli aralıklarla yaptığı sohbetlerinden birini yapmaktadır. Görüntünün sol alt köşesinde iç içe geçmiş iki sekizgen Anadolu Selçuklu motifi içerisinde “Asr-ı Saadet” adlı logo yer almaktadır.²³⁴ Sekizgen Anadolu Selçuklu döneminde Selçukluların sıkça kullandığı sanat motiflerinden olan sekizgenle birlikte böylesi bir logonun kullanılması geçmişe yönelik vurguyu çağrıştırmaktadır. Sekizgen motif sekiz cennet olarak da

²³⁴ Asr-ı Saadet “Muhtemelen Hz. Peygamber’in, “İnsanların en hayırlıları benim asrımda yaşayanlardır” meâlindeki hadîs-i şerifinden ilham alınarak kullanılan, insanlık için hidayet kaynağı olan Kur’ân-ı Kerîm’in nâzil olduğu, bütün insanlığa rahmet ve örnek olarak gönderilen Hz. Peygamber’in yaşadığı, ashabını terbiye edip yetiştirdiği, İslâmiyet’in tebliğ edildiği ve tam anlamıyla uygulandığı zaman dilimini ifade etmektedir.” Abdülkerim Özaydın, “Asr-ı Saadet”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. III, s. 501.

tasvir edilmekte olup²³⁵, burada motif ile asr-ı saadet'in İslam'ın en güzide ve mukaddes dönemi olması arasında kurulabilecek bağlantı akla gelmektedir. Bu ise videoda işlenen konuya ve söyleme uygundur. Logo ayrıca asr-ı saadet dönemine uygun olduğu görüşünü vermeye çalışmaktadır. Zira İslam toplumunda asr-ı saadet dini savunanların kullandıkları önemli bir anahtar kelimedir. Ayrıca imgenin sağında “Sünneti Nasıl Terkettik” adlı başlık yer almaktadır. Sünneti terkettik vurgusu yapılması ise peygamberin sünnetinin terkedilmesinden doğan sorunların altını çizmeye yönelik bir eğilim olarak değerlendirilebilir. Görüntünün arka fonunda dünya haritası yer almaktadır. Dünya haritası ise videonun söylem ve içeriklerinin evrensel bir mesaj niteliği taşıdığı düşüncesinden hareketle oluşturulmuş bir kurgu olabilir. Görüntüde imgenin uzun saç, görece uzun bir sakal bıraktığı gözükmemektedir. Renk kodları videoda ağırlıklı olarak, beyaz ve mavidir.²³⁶ İmgenin beyaz bir gömlek giydiği görülmektedir.

2.8.3. Videonun Anlatısal Göstergeleri

Videonun başında imge, konuşmasına “kardeşlerim” diyerek başlamaktadır. Samimiyeti çağrıştıran bu kelimenin ardından “Peygamber efendimiz aleyhissalatu vesselam, lavaboya girerken sol ayakla girin, çıkarken sağ ayakla çıkın diye emretti bize. Bizim için büyük bir sünnettir ve biz bu sünneti uyguluyoruz. Ama aynı peygamber aynı ayaklarıyla faizi ayaklar altına almıştır, ırkçılığı ayaklar altına almıştır, kan davasını ayaklar altına almıştır, cahiliyye adetlerini ayaklar altına almış. Madem peygamber efendimizin ayaklarla ilgili sünnetine bu kadar dikkat ediyoruz ki etmemiz de lazım; o zaman niçin peygamber efendimizin ayakları altına almış olduğu faizi çıkarıp ekonomimizin temelleri haline getiriyoruz? Niçin peygamber efendimizin ayakları altına almış olduğu ırkçılığı sosyal hayatımızın temeli haline getiriyoruz?” Sorularını sormaktadır. Devamında “Biz bugün Peygamber efendimiz aleyhissalatu vesselam’ın ayakları altına almış olduğu faizden uzak durma prensibini uygulamadığımız için ümmetimizin ekonomik sisteminin tamamı çöktü.” demektedir. Sonrasında “Kardeşlerim biz bugün Müslümanlar olarak sağ tarafımız üzerine uyuruz. Çünkü bu Peygamber efendimiz aleyhissalatu vesselam’ın sünnetidir. Ama o sağ tarafı üzerine yatan peygamber, o öğlen kaylule uykusu yapan peygamber uykudan uyandığı zamanda da ikinci namazında Yahudilerin üzerine yürümüştür. Uyandığı zaman uykusundan Bedir’e yürümüştür, Uhud’a yürümüştür. Peki işin bu kısmı n’olacak? Sadece Peygamber efendimiz aleyhissalatu vesselam’ın nasıl uyuyacağına dair sünnetini alır da Peygamberin nasıl kıyama kalktığını Peygamberin nasıl cihada gittiğini, nasıl Emr-i bi’l ma’ruf nehy-i ani’l münker yaptığını ihmal edersek vay halimize! İşte biz bugün

²³⁵ Soysaldı, “Türklerde Yıldız Motifi ve Teke Yöresi Yıldızlı Zili (Burdur Müzesi) Örnekleri”, s. 427.

²³⁶ Çeken-Yıldız, “Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri”, s. 133.

Peygamber efendimiz aleyhissalatu vesselam'ın sünnetlerini ihmal ettiğimiz için, gece sabahlara kadar namaz kılmaktan ayakları şişen bir peygamberin sabaha kadar dizi izlemekten, film izlemekten gözleri şişen, internette gezip dolaşıp sörf yapmaktan instagram videosu, twitter videosu, tiktok videosu izlemekten gözleri şişen, gözleri miyoplaşan bir ümmet haline geldik? Biz Peygamber efendimiz aleyhissalatu vesselam'ın sünnetinin tamamını hayatımıza uygulamak zorundayız” diyerek konuşmasını tamamlamaktadır.

2.8.4. Videoda Anlam Aktarımı: Düzanlam, Yananlam

İmgenin karşılaştırma yaptığı özne ve nesnelerin zaman içerisinde farklı tutum ve davranışlar sergileme tercihlerinde bulundukları ifade edilmektedir. Buna göre günümüzde Müslümanlar Hz. Peygamber'in sünnetlerinin tamamına aynı ciddiyetle yaklaşmamaktadır. İmgenin “kardeşlerim” diyerek söze başlaması konuşan ile dinleyiciler arasındaki samimiyet kurma girişiminin göstergesi olarak kabul edilebilir.

Videoda imge, günümüzde Müslümanların Hz. Peygamber'in sünnetlerinin kendilerine zor gelen kısımlarını uygulamadıklarına yönelik göndermelerde bulunmaktadır. Bu yönüyle de imge Müslümanların bu konudaki tutum ve davranışlarını “vay halimize” diyerek eleştirmektedir. İbadet etmenin pratik ve mental zorluğuna yönelik yapılan atıfta Hz. Peygamber'in ayaklarının şişmesi karşısında günümüz Müslümanlarının ibadet etmek yerine sosyal medyada boş yere vakit geçirdiklerine yönelik eleştiri ile karşılaştırmaya gidilmiştir. Sonuç olarak imge Müslümanlarda yeterli gayreti görmediğinden dolayı Hz. Peygamber'in sünnetinin tamamının uygulanmasının gerekliliğini ifade etmektedir.

Görüntüsel göstergelerin yanlamına gelince, sakal ve kısa bıyık gösterge olarak yer almakta olup, gösteren uzun, boyanmamış sakal, kısaltılmış bıyıktır. Gösterilen ise sakal uzatmanın ve bıyık kısaltmanın sünnet olduğuna dair rivayetlere uyarak Hz. Peygamber'in koyduğu kurallara kendisi tarafından uyulduğu, sakal bırakanın sünnet sevabı aldığı, sakalın bir tutamdan daha kısa kesilmeyerek ya da jiletle kısaltmayarak günah işlenmediğidir.

2.8.5. Videonun Dizisel /Dizimsel Yapısı

Video metninin dizisel yapısı ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Aynı şekilde metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin (sahne) ard arda gelmesiyle oluşmuş durumdadır. Bu bağlamda metnin dizisel olarak ikili karşıtlıkları aşağıdaki gibi gözükmemektedir:

Tablo 2.16 Videodaki Karşıtlıklar

Sabaha kadar namaz kılmaktan ayakları şişen peygamber	Sabaha kadar sosyal medyada vakit geçirmekten gözleri şişen, miyoplaşan, bozulan ümmet
Yakınlık “kardeşimiz”	Uzaklık “vay bizim halimize”
Hz. Peygamber’in hangi ayakla lavaboya gittiğini, hangi tarafına dönerek uyduğunu bilmek ve bunları uygulamak	Hz. Peygamber’in nasıl cihada gittiğini, nasıl kıyama geldiğini bilmek ama uygulamamak
Hz Peygamber’in uygulanan sünnetleri	Hz. Peygamber’in ayakları altına almış olduğu yasaklara uymamak, Hz Peygamber’in uygulanmayan sünnetleri
Cihad yapmak, Yahudilerin üzerine, Bedir’e Uhud’a yürümek	Zamanı boşa harcamak
Faizden uzak durmak, ırkçılık yapmamak, kan davası ve cahiliyye adetlerinden uzak durmak	Faizi ekonomik sistemin temeli haline getirmek, ırkçılık yapmak, kan davası ve cahiliyye adetlerine yer vermek

Videoda imge günümüz Müslümanlarının gündelik hayattaki yaşayışlarının zamanı boşa harcayarak geçirme üzerine rahatlıkla kurulabildiğini savunmaktadır. Müslümanların peygamberi olarak Hz. Muhammed’i her konuda örnek almaları gerektiği halde bunu yapmadıklarını iddia eden imge, buna sebep olarak da sosyal medya sitelerinin olumsuz olarak öne çıktıklarını ifade etmektedir. Dolayısıyla Hz Peygamber’in uygulanmayan sünnetlerinin arttığına yönelik vurgulara yer veren imge, ekonomik, sosyal, bireysel, ahlaki kazanımların gün geçtikçe olumsuz durum ya da olgularla yer değiştirdiğine yönelik açıklama yapmaktadır. Bütün bunlardan hareketle karşıtlıklar üzerinden kurgulanan söylem eleştirel, keskin bir dilin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir.

SONUÇ

Çalışmamızda internetin toplumsal kurumları derinden etkilediği sonucuna varılmıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte din ve dini grup temsilleri de toplumsallaşmanın yeni unsuru olan dijital mekanda yerini almıştır. Ulusal ve küresel düzeyde yaşanan ekonomik ve politik süreçler, gün geçtikçe dini söylemin de alanına giriyor görünmektedir. Her ne kadar dini konularda görüş belirtiyor gibi görünse de konuşmacıların aslında gündelik konuları içeren, büyük toplumsal olaylara sebebiyet vermiş tarihi ve güncel konulara da yer verip artık bunları önemli ölçüde dini konular içerisinde ele aldığı görülmüştür. En önemlisi de bahsedilen bu konuların izleyiciye, dinleyiciye nasıl aktarıldığıdır. Çünkü dijital alanda daha geniş ve görünür olmak başarının en önemli kriterlerinden birisidir.

Çalışmamızın bu düşünceyle ilgili açıklamalarımızdan ortaya çıkan genel görüntüsü, kısmen olumsuz yaklaşımlar olsa da, dijital çağda ve halen devam ettiğini öne sürdüğümüz dijitalleşme sürecinde bu tür sanal mecralarda yer alarak “düşmanın silahıyla silahlanarak, dijital cihad”a genel olumlu bir tavrın varlığının inkâr edilemez boyutta olduğudur. Kısacası, bu çağda din de genel olarak, gün geçtikçe "dijital" merhaleye ulaşacak, geleneksel söylem düzeyi etkisini kaybedecek, mekanlar sanallaştıkça geleneksel algılar yerini dikkat çekici, mottolaştırılmış din diline bırakacaktır anlayışı gözlenmiştir.

Dijital toplumsallaşmanın devam ediyor olduğu bulgusundan hareketle, dini grup temsillerinin araştırma ve değerlendirme çalışması örneklemi oluşturan Youtube videolarındaki din dilinin dönüşümü halen devam etmektedir. Geleneksel anlamda din dili yerini, önemli düzeyde etki oluşturabilme amacı taşıyan ve başarı kriteri olarak öne çıkmanın, daha da popüler hale gelmenin çok daha gerekli olduğu bir söyleme bırakmaktadır.

İnternet diğerlerine göre daha yeni bir iletişim ve toplumsallaşma aracıdır. Çok daha yeni olmasına rağmen internetin, geleneksel medyada olduğu gibi kendine has belli bazı kuralları oluşmuştur. Aslında internet özgürlük, demokrasi, çok seslilik gibi değerleri öne çıkarabiliyorken aynı zamanda o tüketim ve gösterişin bir tür hakimiyet kazandığı alanlara da yer açmaktadır. Yani ister dini içerikli bir video olsun isterse de bir yemek tarifi videosu olsun bütün bu içerikler medyanın istediği kuralların belli ölçüde yansımalarını içermek zorundadır. Örneğin farklı kamera teknikleri, profesyonel ışıklandırmalar, kurgular, efektler, reklam içerikleri, vs. gibi medyanın kurallarının işlediği bir alanda sunulacak içerik bu süreçlerden geçmek zorundadır. Böyle olunca da dijital teknolojilerin algoritma diktatörlüğü olarak tanımlanan özelliği ortaya çıkmakta ve Youtube’da yan yana dini içerikli bir videonun yanında

karşıt görüşteki birisinin de videosu yer alabilmektedir. Çünkü sanallık bir mekan olarak yüz yüze ilişkilerden uzak bir algı düzeyi oluşturduğu sonucuna bizi götürmektedir.

Çalışmamızda internetin ve özellikle de sosyal medyanın kendine ait argo düzeyine sahip bir iletişim dili olduğu gerçeğine ulaşılmıştır. Bu sebeple de diji-vaiz izlenme oranlarının artmasını ister, videolarının beğenilmesi ve paylaşılması ricasında bulunabilir hatta sosyal medya kanalına abone olunmayışına sitem edebilir. Bundan dolayı da diji-vaizlerin dini konular yerine bir tür hayat/yaşam koçu haline dönüşme potansiyeli mevcuttur. Böylece diji-vaiz isterse dinin toplumda ilgi çekebilecek yönlerinin ele alabildiği gibi güncel politik meseleler hakkında görüşler sunması da mümkündür. O halde diji-vaiz bir tür diji-mürşid olduğuna göre diğerlerine göre sunduğu içeriklerin de medya kurallarına daha uygun olmasına ikna olabilmektedir. Bu noktadan itibaren mevcut durumunu güçlendirme çabası sanalda da olsa bir tür rekabete dönüşmektedir. Bu rekabetin varlığına yönelik tavırların varlığı açıkça gözlenmiştir. Diğer dini grup vaizlerinin güncel politik meselelerden bazı dini meselelere kadar belirttiği görüşler bu rekabetin sonucunda bir tür konumlanma/pozisyon alma haline dönüşmektedir.

Dini grupların sosyal medyadaki söylemlerinin sanallık ve toplumsal nefret söylemi üretmesi bakımından İslam dininin öne çıkan bir unsur olarak kullanılıp toplumu şekillendirme ve onu yeniden inşa etmedeki rolünün büyük olduğu gözlenmiştir. Buna bağlı olarak bazı dini grup temsillerinin sert ve dışlayıcı bir söyleme de yer verdiğine ulaşılmıştır. Aynı şekilde söylem retoriği belli ölçüde reddiye başlığından hareketle bir tür linç haline gelmektedir. Dijital nefret söyleminin alan hakimiyeti kazanmada yöntem olarak kullanılması dışlayıcı bir üslup kullanımını doğurmuştur. Böylece görüş belirttiği konular genişledikçe vaiz artık bir tür İslam'ın kiçleşmesi durumunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Her şeye giden, her yere uygun hale gelen söylem retoriği akışkan moderniteyle birlikte anlam ve algı düzeyleriyle de değişmektedir. Yeni medyada yer alan dini grupların sosyal değişimin hem öznesi hem de nesnesi oldukları, bir tür dönüşüm geçirdikleri sonucuna varabiliriz. İster söylem retoriği olsun isterse de içerik belirlemede bir yönelimi ifade etsin dini gruplar hem yeni nesli ihya etmek hem de büyü bozulmuş dünyayı yeniden büyülemek amacı taşıırken aynı zamanda kendilerinin yeni medya düzenine eklemlenme çabaları burada açıkça gözlenmiştir. Dijital toplumsallaşma süreci aynı anda çoksesliliğe imkan tanıyan bir aracı olarak işlev görebiliyorken bir yönüyle de sert ve katı söylem retoriğinin de gelişmesine imkan tanımaktadır.

Dijital teknolojilerin bireylere sunduğu imkanlar kadar dini gruplara da getirdiği bazı avantajları sunduğu görülmüştür. Geline noktada dini grupların istedikleri kitleye ulaşmaları oldukça kolaylaşırken, aynı şekilde bu imkanlar grup dışı iletişime de olanak sağlamıştır. Bunun temelinde diğer inanç sahiplerine yapılan propaganda, halkla ilişkiler gibi faaliyetler yer

alır. Grup içi etkileşim ise bu grup üyelerine günlük dua, tavsiye, eğitim ve iletişim faaliyetlerini yapabilmelerine olanak vermiştir. Bilgi paylaşımı ise dini grupların internet kullanım amaçlarının üçüncü kategorisini oluşturmaktadır. Buna göre dini gruplar, dini metin ve materyallerin yer aldığı yayın faaliyetlerine de yer vermektedirler. Fetva, güncel politik meseleler, ekonomi, aile ve dini eğitimi kapsayan konulara da yer verilmektedir. Ayrıca dini olarak ya da dini grubun bir kuralı olarak sohbet ya da vaaz ortamında fiziksel olarak bir arada bulunmalarının hoş karşılanmadığı erkek ve kadınların da istedikleri şekilde, istedikleri saatte ve mekanda bu mecraları kullanabilme serbestiyeti bulunmaktadır.

Özellikle yeni medyanın başat enstrümanları olan görsel, yazılı ve işitsel nitelikteki kurgusal ve medyatik söylemler gerçek dinin değil, yalnızca dinin basit bir temsili olarak popülerleştirme sürecinin bir ürünüdür. Zira popülerleştirme sıradanlaştırmadır, yüzeyselleştirir hatta magazinselleştirir.

Bireysel örüntü, bireyselleşen toplumsallık temelinde tüketim, statü, beden algısı ve toplumsallaşma pratiklerini ifade etmektedir. Medyanın tüketim anlayışı, üretim anlayışı ile aynı temelde şekillenmektedir. Dini söylemler ve dinsellik aralıksız bir eğlence vaadi sunan medyanın din dışı bir uzamda sıradanlaşmaktan uzaklaşıp daha cazip ve daha başarılı olduğu müddetçe tüketilebilecek prensibine mübah olarak bakmak durumundadır. Çünkü medya gerçek dini tüketilmesi ile örneğin reklam vasıtasıyla sıradan bir peynir parçasının tüketilmesi arasında bir fark gözetecek duyarlılıktan yoksun bir anlayışa sahiptir. Medya her ne kadar içerik üreticilerinin canlı (live) olarak izleyici ve kullanıcılara ulaşmasını sağlayarak orada eşik olmaksızın bunu sağlıyor yanılsamasını hissettirse de o, sahip olduğu ilkeleri sahiplenmeyen her üretici ya da kullanıcıyı silmekten ya da linç etmekten geri durmamaktadır. Çünkü bu alan her ne kadar YouTube yani senin alanın anlamı taşısa da bu alanın kuralları; sekülerleştirerek ve profanlaştırılarak yalnızca eğlenme vaadi ile yer alan bir medya dininin hakimiyetindedir. Dolayısıyla bu alan, üretici ve izleyiciler ya da kullanıcılar tarafından oluşturulurken aynı zamanda tüketilerek medyayı beslemektedir.

Medya vaizleri ise dinsel duyguların coşkulu bir söylemini icra etmektedir. Zira bir yayın ya da program reyting ya da izlenme ölçütleri düzeyinde trend olabilir ve daha çok kişiye tebliğ edilebilir. Dolayısıyla bu süreçte başarının promosyonlar, alkışlar, ışık oyunları, görüntü renkleri ve interaktivite gibi medyatik araçlarla çekiciliği artırılabilir. Dinin medyatik açıdan ilgi çeken kısımları öne çıkarılırken medya vaizleri ise merakı her zaman yenilemelidir. Çünkü medyatik cemaat bir tuşa basarak daha başarılı gördüğü bir aktörün vaazına çekip gitmekte özgürdür.

Sanal bir mecra olan Youtube, dini grup temsilleri tarafından ideolojik bir alan olarak da kullanılmıştır. Örnekleme içerisinde yer alan videoların karşıtlıklara dayanarak cevap ürettiği reddiye başlıklarında kendini göstermiştir. Argo konuşmalar ve linç kültürünü besleyen argümanlar, konuşmacının ister video başlığında isterse de konuşması sırasında çekinmeden başvurduğu davranış şekilleri olmuştur. Bununla birlikte örneklem videolar göz önüne alındığında dini grup temsillerinin sembol, şekil, amblem, logoların ya da şekillerin vs. kültürel anlamda derin ve katmanlı bir altyapıya sahip olduğu saptanmıştır.

Yüzyüze iletişimin kurulamadığı sanal bir mecra olan Youtube, muhattap olunan kitleye karşı iletişim düzeyindeki farklılaşmayı en iyi şekilde gözlemleyebildiğimiz alan olmuştur. Örnekleme videolardan hareket edersek, izleyicinin dini konulardaki hassasiyeti ekran karşısında gevşeyebilmektedir. Örneğin gerçek hayatta bir dini sohbet ritüelinde kesinlikle bir şey yenilip içilmez, gerekmedikçe dünyevi şeyler hakkında konuşulmazken; ekran karşısında bir tüketim unsuru haline gelen bu program esnasında gayet doğal olarak dünyevi şeyler araya girebilir, bacak bacak üstüne dahi atılabilir.

Sosyal medyanın önemli özelliklerinden biri olan hızlı tüketilebilir içerik üretimi Youtube ile niceliksel açıdan belirgin bir seviyeye ulaşmıştır. Zira kolayca tüketilebilir olmak, katı olanın akışkanlaşmasına doğru bir yönelim üzerinden okunacak olursa bu durumda ortaya dini içeriklerin, potansiyel izleyicilerin dikkatini çekebilmek için hızlıca tüketilmek amacıyla üretilen içeriklerle, her ne kadar içerdiği konular farklı olsa da, aynı sunum temelinden hareket ederek izleyicileri “yakalamaları” gerektiği sonucu çıkmaktadır. Dini vaiz bunu yaparken de içinde yer aldığı mecranın söylemini dikkate almak zorundadır. O halde diji-vâiz vaaz kürsüsünden yapılan konuşmanın retoriğinden farklı olarak akışkan, gevşek içeriklerle yanyana yer alıp onlarla yarışabilmek için yeni bir din dili inşa etme ihtiyacındadır. Çünkü mekan sanallaşmakta, ilişkiler yüzeyselleşmekte ve yüzyüzelikten uzaklaşmaktadır. İşte tam da burada dijitalliğin çelişkili gibi görünen, hem akışkanlaşan hem de keskinleşen iki sonucu da beslediği gerçeği ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abercrombie, N., vd., *Dictionary of Sociology*, Penguin Books, London 2006.
- Akkaş, İ., *Sanal Cemaatler*, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul 2015.
- Aktunç, H., *Büyük Argo Sözlüğü*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1990.
- Akyüz, H., “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Renklerin Dili”, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 41 (2014), ss. 374-397.
- Albayrak, A., *Caferilerde Dini ve Sosyal Hayat (Ankara Keçiören Örneği)*, (yayınlanmamış doktora tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı, Ankara 2006.
- Anderson, J. W., “The Internet and Islam's New Interpreters”, *New Media in the Muslim World*, ed. Dale F. Eickelman-Jon W. Anderson, Indiana University Press, Indiana 2003.
- Apaydın, H. Y., “İctihad”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXI, ss. 432-445.
- Aristoteles, *Politika*, çev. Mete Tunçay, Remzi Kitabevi, İstanbul 1975.
- Arslantürk, Z.,- Amman, T., *Sosyoloji, Kavramlar, Kurumlar, Süreçler, Teoriler*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul 1999.
- Aydın, D., “Göstergebilim ve Sinemada Propaganda Kodları”, *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 43 (2016), ss. 1-26.
- Ayhan, A.-Biol, M., “Düşüncelerin Dışavurumu Olarak Moda Dünyası: İletişimsel Kodlara Yansıyan Örnekler Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Intermedia International e-Journal*, 3/1 (2016), ss. 242-261.
- Barthes, R., *Camera Lucida: Reflections on Photography*, Translated By Richard Howard, Hill and Wang, New York 1982.
- Barthes, R., *Çağdaş Söylenler*, çev. Tahsin Yücel, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul 1990.
- Barthes, R., *Elements of Semiology*, Translated by Annette Lavers and Colin Smith, Hill and Wang Publisher, New York 1967.
- Barthes, R., *Göstergebilimsel Serüven*, çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1993.
- Barthes, R., *Image-Music-Text*, Fontana Press Harpercollins, London 1997.
- Bauman, Z., *Akışkan Hayat*, çev. Akın Emre Pilgir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2020.
- Bauman, Z., *Akışkan Modernite*, çev. Sinan Okan Çavuş, Can Yayınları, İstanbul 2019.
- Bauman, Z., *Cemaatler*, çev. Nurdan Soysal, Say Yayınları, İstanbul 2014.
- Bauman, Z., *Kuşatılmış Toplum*, çev. Akın Emre Pilgir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2018.

- Baynal, F.- Yaman, E., “Kadınların Dinî Gruplara Yönelme, Katılma ve Bağlanma Nedenleri”, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 13 (30) (2015), ss. 141-179.
- Bell, D., “Kutsalın Dönüşü”, *21. Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, ed. Ali Köse, İstanbul 2014, ss. 229-242.
- Berger, A. A., *Media Analysis Techniques*, SAGE Publications, London 1991.
- Berger, P. L.- Luckmann, T., *Gerçekliğin Sosyal İnşası*, çev. Vefa Saygın Öğütle, İstanbul 2008.
- Berger, P. L., *The Sacred Canopy*, Open Road Integrated Media, New York 2011.
- Bircan, U., “Roland Barthes ve Göstergebilim”, *Sbard*, 13/26 (2015/2), ss. 17-41.
- Bird, J., *Din Sosyolojisi Nedir*, çev. Abdolvahap Taştan-Mustafa Derviş Dereli, Lotus Yayınları, İstanbul 2017.
- Bozkurt, İ., *İletişim Odaklı Pazarlama*, Media Cat, İstanbul 2004.
- Bozkurt, N., “Kılıç”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXV, ss. 405-408.
- Bozkurt, N., “Sarık”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, ss. 152-154.
- Brown, J., *Siyasal Propaganda*, çev. Yusuf Yazar, Ağaç Yayıncılık, İstanbul 1992.
- Bulut, M., “Geometrik Sistemin Çözümlemesi Selçuklu Örnekleri Üzerine Birkaç Girişim”, *Sanat Tarihi Dergisi*, 26 (2017), ss. 27-44.
- Bunt, G. R., *Dijital Çağda İslam*, çev. Nil Erdoğan, Babil Yayınları, İstanbul 2007.
- Büyükkara, M. A., “Vehhâbîlik”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XLII, ss. 611-615.
- Chayko, M., *Süper Bağ(lantı)lı İnternet, Dijital Medya & Tekno-Sosyal Hayat*, çev. Berkan Bayındır-Deniz Yengin-Tamer Bayrak, Der Yayınları, İstanbul 2018.
- Cirit, H., “Vaaz”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XLII, ss. 404-407.
- Cooley, C. H., *Human Nature and The Social Order*, Nabu Press, 2010.
- Creswell, J. W., *Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Mesut Bütün-Selçuk B. Demir, Siyasal Kitabevi, Ankara 2020.
- Culler, J., *Barthes*, Oxford University Press, USA 2002.
- Çamdereli, M., *Din Ekranda Nasıl Durur?*, Ketebe Yayınları, İstanbul 2018.
- Çeken, B. – Yıldız, E., “Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri”, *Sed*, 3/2 (2015), ss. 129-146.
- Çoştı, Y., “Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 9/3 (2009), ss. 117-140.
- Çöteli, S., *Sanal Kamusal Alan ve Toplumsal Hareketler*, Kriter Yayınları, İstanbul 2017.
- Darıcı, S., *Bilinçaltı Reklamcılık ve İletişim Teknikleri*, İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2013.

- Düzgüner, S., “Dinî Gruplara Yönelmenin Psiko-Sosyal Analizi”, *Beklenen Kurtarıcı İnancı*, ed. Yusuf Şevki Yavuz, Kuramer Yayınları, İstanbul 2017, ss. 281-288.
- Dijk, J. V., *The Network Society Social Aspects of New Media*, Sage Publications, London 2006.
- Doğan, B. Ö., “Çevrimiçi Dinsel Nefret Söylemi”, *Medya ve Din*, ed. Mete Çamdereli-Betül Önay Doğan-Nihal Kocabay Şener, Köprü Kitapları, İstanbul 2014, ss.205-234.
- Dominick, J. R., *The Dynamics of Mass Communication Media in the Digital Age*, McGraw Hill, New York 2005.
- Durkheim, E., *The Elementary Forms of the Religious Life*, translated by Karen E. Fields, The Free Press, New York 1965.
- Eco, U., *Alımlama Göstergebilimi*, çev. Sema Rifat, Düzlem Yayınları, İstanbul 1991.
- Elkin, F., *Çocuğun Toplumsallaşması*, çev. Nazife Güngör, Gündoğan Yayınları, 1990 Ankara.
- Elmalı, H., “Hitabet”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XVIII, ss. 158-160.
- Erdem, S., “Akik”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. II, ss. 262-263.
- Erkman, F., *Göstergebilime Giriş*, Alan Yayıncılık, İstanbul 1987.
- Ertike, A. S., *Reklam (Temel Kavramlar, Teknik Bilgiler, Örnekler)*, Detay Yayıncılık, Ankara 2010.
- Eyice, S., “Ayasofya”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. IV, ss. 206-210.
- Fithcer, J., *Sosyoloji Nedir*, çev. Nilgün Çelebi, Atilla Kitabevi, Ankara 2001.
- Freyer, H., *Din Sosyolojisi*, çev. Turgut Kalpsüz, Doğu Batı Yayınları, 2016 Ankara.
- Giddings, F. H., *The Theory of Socialization: A Syllabus of Sociological Principles*, MacMillan Co. Ltd, London 1897.
- Guiraud, P., *Göstergebilim*, çev. Mehmet Yalçın, İmge Kitabevi, Ankara 1994.
- Güçlü, S., “Toplumsal Kurumlar”, *Kurumlara Sosyolojik Bakış*, ed. Sevinç Güçlü, Birey Yayıncılık, İstanbul 2005, ss.17-47.
- Günay, Ü., *Din Sosyolojisi*, İnsan Yayınları, İstanbul 2017.
- Gündüzöz, S., “Kur’ân’da Renklerin Büyülü Gücü-Semiotik Bir İnceleme-”, *EKEV Akademi Dergisi*, 16 (2003), ss. 71-84.
- Güneş, A., “Çağdaş Bir Çözümleme Yöntemi: Göstergebilim”, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7/2 (2012), ss. 31-43.
- Güneş, A., “Göstergebilim Tarihi”, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 8/4 (2013), ss. 332-348.
- Haberli, M., *Sanal Din*, Açılım Kitap, İstanbul 2014.
- Han, B.-C., *Şeffaflık Toplumu*, çev. Haluk Barışcan, Metis Yayınları, İstanbul 2018.
- Henslin, J. M., *Sociology: A Down to Earth Approach*, Prentice Hall, Boston 2011.

- Işık, Z., *Devlet ve Tarikat Osmanlı Toplumunda Devlet Tarikat İlişkilerinin İdeolojik ve Sosyolojik Zemini*, Çizgi Kitabevi, Konya 2016.
- Işık, Z., *Şeyhler ve Şahlar Osmanlı Toplumunda Devlet Tarikat İlişkilerinin Gelişim ve Değişim Süreçleri*, Çizgi Kitabevi, Konya 2017.
- John, F., *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev. Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat, Ankara 2003.
- Kahya, E., “Hipokrat”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XVIII, ss. 119-121.
- Kalelioğlu, M., “Göstergebilim Kuramının Genel Bir Değerlendirmesi, Türkiye’deki Yeri ve Önemi”, *Söylem Filoloji Dergisi*, 6/1 (2021), ss. 189-200.
- Kallek, C., “Cübbe”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. IX, ss. 102-103.
- Karaarslan, F., “Post Seküler Din Halleri ve Dinin Dijitalleşmesi”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. Mete Çamdereli-Betül Önay Doğan-Nihal Kocabay Şener, Köprü Kitapları, İstanbul 2015, ss. 13-44.
- Karslı, B., *Farklılık ve Birlikte Yaşama Göksun İlçesi Örnekliğinde Din ve Sosyal Bütünleşme*, İlahiyat Yayınları, Ankara 2016.
- Kearney, R., *Modern Movements in European Philosophy*, Manchester University Press, Manchester 2003.
- Kenanoğlu, M. M., “Vergi”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XLIII, ss. 52-58.
- Keskin, M., “Kefen”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXV, ss. 184-185.
- Kinsün, A., “Dini Gruplar Sosyolojisi”, *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4/8 (2016/2), ss. 210-227.
- Kurt, A., “Sosyolojik Din Tanımları ve Dine Teolojik Bakış Sorunu”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17/2 (2008), ss. 73-93.
- Küçük, S., “Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı”, *Bilig (Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi)*, 54 (2010), ss. 185-210.
- Kütük, A., “İslam/Türk Devlet ve Toplum Geleneğinde Renkler ve Anlamları”, *Türkiyat Mecmuası*, 24 (2014), ss. 134-170.
- Laughey, D., *Media Studies: Theories and Approaches*, Kamera Books, UK 2009.
- Locke, J., *An Essay Concerning Human Understanding*, ed. Roger Woolhouse, Penguin Books, England 1997.
- Lotman, Y. M., *Sinema Göstergebilimi*, çev. Oğuz Özgül, Nirengi Kitap, Ankara 2012.
- Marshall, G., *Sosyoloji Sözlüğü*, çev. Osman Akınhay-Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 1999.
- Mead, G. H., *Mind, Self, And Society*, Edited and with an introduction by Charles W. Morris, The University of Chicago Press, London 1934.

- Mert. E., vd., *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, der. Mutlu Binark, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2018, ss. 93-122.
- Moran, B., *Edebiyat Kuramları ve Eleştirileri*, İletişim Yayınları, İstanbul 2002.
- Narmanlıoğlu, H., “Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. ed. Mete Çamdereli-Betül Önay Doğan-Nihal Kocabay Şener, Köprü Kitapları, İstanbul 2015, ss. 69-108.
- Okumuş, E., “Din ve Sosyalleşme”, *Turkish Studies*, 9/11 (2014), ss. 429-454.
- Okutan, B. B., *Din Sosyolojisi ve Göstergebilim*, Rağbet Yayınları, İstanbul 2018.
- Ong, W. J., *Sözlü ve Yazılı Kültür*, çev. Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul 2014.
- Ögel, B., *Türk Kültürünün Gelişme Çağları*, MEB Yayınevi, İstanbul 2001, c. II.
- Öz, M., “Takıyye”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXIX, ss. 453-454.
- Özaydın, A., “Asr-ı Saâdet”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. III, s. 501.
- Özbolat, A., “Postmodern Dünyada Din: Yaygınlaşan Dinsellik, Yüzeyselleşen Dindarlık”, *İslami Araştırmalar*, 28/3 (2017), s. 265-278.
- Özcan, A., “Hâlet Efendi”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XV, ss. 249-250.
- Özdemir, Ş., “Tüketim Karşısı Yeni Yaşam Biçimi Köye Dönüşün Medyada Sunumu: Yeni Köylüler Örneği”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 7/2 (2020), ss. 833-852.
- Özel, A., “Cihad”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. VII, ss. 527-531.
- Özkalp, E., *Sosyolojiye Giriş*, Ekin Basım, Bursa 2015.
- Pakalın, Z., “Alem”, *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, MEB Yayınevi, İstanbul, 1993, c. I.
- Peirce, C. S., “Göstergeler Kuramı: Göstergebilim”, *XX Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları 2 Temel Metinler*, çev. Mehmet- Sema Rifat, Om Yayınevi, İstanbul 2000.
- Peirce, C. S., *Philosophical Writings of Peirce*, ed. Justus Buckler, Dover Puplication, 1955 New York.
- Rifat, M., *Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2013.
- Rifat, M., *Göstergebilimin ABC’si*, Say Yayınları, İstanbul 2009.
- Rifat, M., *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları*, YKY Yayınları, İstanbul 1998.
- Saussure, F. D., *Genel Dilbilim Dersleri*, çev. Berke Vardar, Birey ve Toplum Yayınları, İstanbul 1985.
- Sayın, Ö., *Göstergebilim ve Sosyoloji*, Anı Yayınları, Ankara 2014.
- Simmel, G., “The Problem of Sociology”, *The American Journal Of Sociology*, 15/ 3 (1909), ss. 289-320.

- Soysaldı, A., “Türklerde Yıldız Motifi ve Teke Yöresi Yıldızlı Zili (Burdur Müzesi) Örnekleri”, *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi (Maddi Kültür)*, T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 1997, ss. 425-439.
- Sümer, F., “Selçuklular”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, ss. 365-371.
- Swingewood, A., *Sosyolojik Düşüncenin Tarihi*, çev. Osman Akınhay, Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul 1991.
- Şeker, B. D., “Göç ve Uyum Süreci: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme”, *Göç ve Uyum*, ed. B. Dilara Şeker-İbrahim Sirkeci-M. Murat Yüceşahin, Transnational Press London, London 2015, ss. 11-26.
- Şentürk, Ü., “Yeni Toplumsal Bir Metin Olarak İnternet”, *Sosyoloji Divanı*, 5/9 (2018), ss. 21-45.
- Tezcan, M., *Eğitim Sosyolojisi*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Ankara 1985.
- Thomson, W. E.- Hickey, J. V., *Society in Focus*, Pearson Education, Boston 2019.
- Toprak, S., “Kabir”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXIV, ss. 37-38.
- Tutgun-Ünal, A., *Sosyal Medya Bağlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, (yayınlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Bilişim Bilim Dalı, İstanbul 2015.
- Türer, C., *Charles Peirce’ün Pragmatik Felsefesi*, ed. İsmail Doğu, Üniversite Kitabevi, İstanbul 2003.
- Türkçe Sözlük*, Türk Dil Kurumu Yayınları (TDK), Ankara 2011.
- Türkoğlu, S., “Cübbe”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. IX, ss. 102-103.
- Ulağlı, S., “Öteki”nin Bilimine Giriş *İmgebilim*, Motto Yayınları, İstanbul 2018.
- Ünal, M. F., “Göstergebilimin Serüveni”, *Mütefekkir*, 3/6 (2016), ss. 379-398.
- Wach, J., *Din Sosyolojisi*, çev. Ü. Günay, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul 1995.
- Williams, R., *Anahtar Sözcükler*, çev. Savaş Kılıç, İletişim Yayınları, İstanbul 2012.
- Yalçın, İ., “Sakal”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, ss. 1-2.
- Yalçın, İ., “Sarık”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXXVI, ss. 152-154.
- Yavuz, Y. Ş., “Ehl-i Sünnet”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. X, ss. 525-530.
- Yavuz, Y. Ş., “Kader”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXIV, ss. 58-63.
- Yelle, R. A., *Semiotics of Religion: Signs of The Sacred in History*, Bloomsbury, London 2013.

İnternet Kaynakları

Abdulaziz Kıranşal “İnternette sörf yapan ümmet..” adlı video, <https://www.youtube.com/watch?v=Wjzry6bMrQo> , (erişim tarihi: 07.07.2020).

Abdulaziz Kıranşal internet sitesi, <http://www.abdulazizkiransal.com/hakkimizda/>, (erişim tarihi 10.10.2021).

Abdulaziz Kıranşal Youtube sitesi, <https://www.youtube.com/channel/UC4wTvpDfCZHKRf4FWAjGIKA> , (erişim tarihi: 07.07.2020).

Ahmet Mahmud Ünlü, “Yemek Kanalını 700.000 Kişi Takip Ediyor, Allâh İçin Yapılan Tebliğlere Neden Abone Olmuyorsunuz?”, <https://www.youtube.com/watch?v=CLIgcepAV2I>, (erişim tarihi: 07.07.2020).

Ahmet Mahmud Ünlü’nün Youtube kanalı, <https://www.youtube.com/c/CubbeliAhmetHoca> (erişim tarihi: 06.07.2020).

Ebu Davud, Sünen, Sünnet 4694, <http://www.islamilimleri.com/Ktphn/Kitablar/05/004/Turkce/Kitab.htm> , (erişim tarihi 24.09.2021).

Gündelik Sözlük, <http://gundeliksozluk.speakdictionary.com/23738/trip%20yapmak/> (erişim tarihi: 07.07.2021).

Halil Konakcı Youtube kanalı, <https://www.youtube.com/c/HalilKONAKCI>, (erişim tarihi: 07.07.2020).

Halil Konakcı, “Bu Kişilerden Kaçın” adlı video, <https://www.youtube.com/watch?v=Xz6ANlaoAM>, (erişim tarihi: 07.07.2020).

Hayder Hoca Ahmet Yesevi Derneği internet sitesi, <https://www.ahmetyesevi.org.tr/tr> (erişim tarihi: 13.07.2020).

https://www.youtube.com/playlist?list=PL3P7x9qFB3oVYtgTn6_qsyXsOmZDuT-S5 (erişim tarihi:16.05.2021)

İsmailağanet internet sayfası, <https://www.ismailaga.net/iletisim> (erişim tarihi: 14.07.2021).

Kerem Önder, “Vehhabi Selefiler, sadece Ehli Sünnet hocalara saldırır!” adlı video, <https://www.youtube.com/watch?v=EDjwjheZ2ck>, (erişim tarihi: 20.07.2020).

Kerem Önder’in Youtube kanalı, <https://www.youtube.com/c/Kerem%C3%96nder>, (erişim tarihi: 20.07.2020).

Lalegül Tv internet sitesi, <https://lalegultv.com.tr/terms/kurumsal> (erişim tarihi: 13.05.2020).

- Mustafa Atmaca Sakaryevi Youtube kanalı, <https://www.youtube.com/channel/UCZfMjudzCqciwj5rGqF6jLA>, (erişim tarihi: 20.08.2021).
- Mustafa İslamoğlu Youtube sayfası, <https://www.youtube.com/c/Mustafa%C4%B0slamo%C4%9FluOfficial>, (erişim tarihi: 16.07.2021).
- Mustafa İslamoğlu, “Cehalet tahsil etmiş allame ergenler” adlı video [“https://www.youtube.com/watch?v=bF5MRo_omNc](https://www.youtube.com/watch?v=bF5MRo_omNc) (erişim tarihi: 16.07.2021)
- Mustafa Özşimşekler Youtube kanalı, <https://www.youtube.com/c/MustafaOzsimseklerTv> , (erişim tarihi: 14.07.2021).
- Mustafa Özşimşekler, “İftarda Az Sahurda Çok Yemeli” adlı video, <https://www.youtube.com/watch?v=tEY26oV-bjc> (erişim tarihi: 14.07.2021).
- Nihat Hatipoğlu Youtube kanalı, <https://www.youtube.com/user/nihathatipogluresmi>, (erişim tarihi: 20.08.2021).
- Nurettin Yıldız Youtube kanalı, <https://www.youtube.com/c/nureddinyildiz>, (erişim tarihi: 16.05.2021).
- Nurettin Yıldız, “Kızlarımızın sosyal medya ile imtihanı” adlı video, <https://www.youtube.com/watch?v=k5UXI3FZ5A0> (erişim tarihi: 16.05.2021)
- Siretül Kur'an Dersleri, <https://www.youtube.com/watch?v=-kj-5-b4Arc> (erişim tarihi: 16.07.2021)
- Sosyal Doku Vakfı internet sayfası, <https://www.sosyaldoku.com/sik-sorulan-sorular/> (erişim tarihi: 16.05.2021)

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	TUNAHAN IRMAK
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Açık Öğretim Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi İlahiyat Fakültesi
Yabancı Dil / Diller	İngilizce ve Arapça
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	DİB / İmam-Hatip (2019-2019) MEB / Öğretmen (2019-...)

