

# TARİH

“tarih milletlerin hafızasıdır.”

## BİLİNCİ

SAYI **42**

Nisan-Mayıs-Haziran  
90 tl

TARİH VE  
KÜLTÜR DERGİSİ

Prof. Dr. Mehmet ÇELİK  
Prof. Dr. Bedri MERMUTLU  
Prof. Dr. Kadir ESMER  
Doç. Dr. Süleyman DOĞAN  
Doç. Dr. Şevki IŞIKLI  
Dr. Ahmet DAĞ  
Hasan KONUK



# Dijital ÇAĞ

004

Editör'den  
*Dr. Öğr. Üyesi Şükran Yaşar*

078

Yeşil Küre Öyküsü  
*Prof. Dr. Mustafa Talha Gönüllü*

İnsanlar ve âletler  
*Süleyman Seyfi Öğün*

008

3d Printing  
*Dr. K. Kamil Yeşilkaya*

086

010

Kuantum çağı (kuantik çağ)  
*İsmail Hakkı Aydın*

094

Valide Sultan'ın Sivilceleri!..  
*Mehmed Fatih Can*

"Dijital Edebiyat"a İlişkin Dağınık Düşünceler  
*Sadık Yalsızuçanlar*

014

Dijital Eğitim  
*İlhami Aslan*

100

016

Dünya beyin ağı, beyinlerarası internet (wbw) gerçek oluyor!  
*İsmail Hakkı Aydın*

104

Postmodern Medya  
*Doç. Dr. Süleyman Doğan*

Hiper - Teknolojik ve Ultra Gerçekli Düzendeki İktisadi ve Siyasi Olarak Yeni Bir Dünya  
*Ahmet Dağ*

018

Dijital Kültür  
*Prof. Dr. Serhat Ulağlı,*  
*Öğrt. Gör. Tuğçenur Aytekin,*  
*Öğrt. Elif Ateş*

108

024

Nanoteknoloji ve Günümüzdeki Uygulamaları  
*Prof. Dr. Kadir Esmer*

120

Büyük Veri'nin Cinsiyet Veri Boşluğu  
*Duygu Aydemir*

Kuantik Felsefe  
*İsmail Hakkı Aydın*

028

Blokzinciri Teknolojisinin İş Dünyası ve Toplumsal Yaşama Etkisi  
*Prof. Dr. Cemal Zehir,*  
*Melike Zehir (Doktora Öğrencisi)*

128

032

Yapay Zeka Nedir?  
*Şehabettin Ünsüz*

132

Teknoloji Bağımlılığı  
*Uzman Eğitimci Psikolog*  
*Erdal Ataklı*

İçine Girilen Dijital Çağ  
*Hasan Konuk*

038

Günümüzde Yaşanan Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitim Sistemi Tarihine Genel Bir Bakış ve Dijital Platfonda Müzik Eğitimi  
*Emel Şenocak*

134

044

Hiper Metinlerde Dijital Vatandaşlık: Türkçe ve İngilizce Wikipedia Karşılaştırması  
*Şevki Işıklı*

140

Olgulardan Devşirilen Yöntemle Dijital Olanı Okuma Zorluğu: Dijital Sosyoloji  
*Mazhar Bağlı*

İklim Değişikliğinin Türkiye Etkileri Beklenti ve Tavsiyeleri

*Zekâi Şen*  
060

Sanal Âlemde Dinî Bilginin Hakikat Sorunu  
*Doç. Dr. Ömer Menekşe*

142

070

Dinin Dijitalleşmesi ve Dijital Dinî Pratikler  
*Doç. Dr. Ömer Menekşe*

151

Bankacılıkta Teknoloji Kullanımı ve Gelişimi  
*Muhammet Cerit*

# SANAL ÂLEMDE DİNÎ BİLGİNİN HAKİKAT SORUNU

*Doç. Dr. Ömer MENEKŞE*

*Diyanet İşleri Başkanlığı, Başkanlık Müşaviri, omenekse@gmail.com*



## Sanal Âlemde Dinî Bilginin Dolaşımı

Bilgi çağı ile birlikte bilginin niceliksel olarak artış gösterdiği ve bireylerin bilgiye olan ihtiyaçlarının her geçen gün daha da çoğaldığı görülmektedir. Bu çağda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve değişimler, bilginin işlenmesi, depolanması, erişimi ve iletilmesine yönelik sistemleri etkilemekte; görsel-işitsel araçlar, verilerin iletişimi, dijital bilgi kaynakları, veri tabanları, ağlar gibi farklı yöntem, araç ve uygulamaları ön plana çıkarmaktadır. Bu durum, bilginin farklı ortamlarda (basılı veya dijital) tür ve biçimlerde sunulmasını da beraberinde getirmektedir.<sup>1</sup>

Kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi ve internet teknolojisinin kullanımının yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan sanal ağların sunduğu enformasyon, sosyal hayatın her alanında kendine etkili bir yer edinmiş, sunduğu etkileşimli ortam sayesinde kullanıcıları bilginin hem üreticisi hem de tüketicisi konumuna getirerek fiziksel dünyanın sınırlayıcılığından uzak yeni sosyal alanlar oluşturmuştur. Tek zamanlı iletişim akışının

<sup>1</sup> Nevzat Özel, "Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Etkisiyle Değişen Bilgi Kaynakları, Hizmetleri ve Öğrenme Ortamları", Millî Eğitim, 2016, sy.209, ss. 270-294, s.271.



çift zamanlı iletişim akışına dönüşmesiyle kullanıcılar internetin arşivleme hizmeti sayesinde çevrimiçi içeriklere istedikleri yer ve zamanda ulaşabilir olmuşlardır. <sup>2</sup>

Görsel ve işitsel teknolojilerin gelişim süreciyle beraber bilginin ulaşımı ve dağıtımı da kolaylaşmıştır. Ancak bu gelişim süreci bilginin sunulması problemini de tartışılır hâle getirmiştir. Bugün insanoglunun sadece gördüğüne, sadece görüntüye, sireti olmayan bir surete, şekle ve hakikati olmayan bir imaja takılıp kaldığı, görsel idrakin egemenliğinin hâkim olduğu, aklın idrakinin görsel idrake tabi olduğu dijital dünyada oluşan bilgi yığını ve yoğun bilgi kirliliği, hakikatin yerini algının almasına, sanal olanın gerçeği bastırmasına neden olmuştur.

Öyle ki dinin dijitalize olmasıyla, iletişim teknolojileri dinî tecrübe ve alışkanlıklara sirayet etmiş, İslam medeniyetinde bilginin ulaştırılmasında merkezi konumda olan insan (âlim/ârif) unsuru devreden çıkmış, dinî bilginin sanal iletişim araçları üzerinden dolaşıma girmesi neticesinde belirsiz bir kaynak, evrilen bir dinî bilgi enformasyonu (malumatı) oluşmuş, bilginin mahiyeti, meşruiyeti tartışılır hâle gelmiştir. <sup>3</sup>

Sanal âlemde dinî metinlerin dijital ortama aktarılıp her an okunabilme imkânının olması; klasik doğrusal metinlerin yerini hiper-metinsel metinlere hatta twitter ve facebook gibi sosyal medya paylaşımlarına bırakmasına, 'geleneksel okuyucu' rollerinin 'dijital okuyucular'a dönüşmesine, geleneksel okuyucunun dinî bilgiyi öğrenmek için din adamlarına daha az ihtiyaç duymasına, açıklayıcı ve yorumlayıcı bir otoritenin yokluğunda dinî metinlerin geleneksel bağlamından kopuk motamot alımlanmasına ve sosyal medyayı oldukça aktif kullanan medyatik vaizlerin ortaya çıkması gibi bazı sorunların doğmasına neden olmuştur. <sup>4</sup>

Özellikle sanal âlemde dinî sorulara ilişkin sunulan çözümler, kafa karışıklığına sebebiyet veren, dinî kaynaklara ve literatüre aykırı bilgilerin takdimi, dinî bilginin otantikliğinden o bilgiyi sunan kişilerin dinî anlamda ne kadar otorite olduğuna, dinî bilginin magazinleşmesinden dezenformasyona kadar bir dizi problemi beraberinde getirmiştir. <sup>5</sup>

### ***Söz konusu bu problemleri şu şekilde özetleyebiliriz:***

#### **a. Dinî Bilginin Ticarileşmesi**

Dijitalleşme dinin bir meta olarak pazarlanmasına ve seküler bir mantıkla ticarileşmesine imkân sağlamaktadır. Böylece ilahî kaynaklı dinî ilke ve prensipler popülerleşerek dijital kapitalizmin bir parçasına ya da kültür endüstrisine dönüştürülmektedir. <sup>6</sup>

Din ve dijital dünya ilişkisindeki temel risk dinin dijital ortamın içinde olması ya da dijital araçlarla sunulması değil, dijital âlemin dinin içeriğine nüfuz etmesi ya da dinin doğrudan içeriğini belirlemesidir.

Modern, postmodern, post truth gibi kavramlarla tanımlanan günümüzde kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, popüler kültürle gelen hemen her şeyin bir tüketim metaı haline gelmesi, bir "değer enflasyonuna uğraması" halinden dinî bilgi de nasibine düşeni almaktadır.

<sup>2</sup> Hilal Gökbayrak, Dijital Dinin Kuramsallaştırılması: Paradigmalar, Terimler, Sorular, Konular ve Yöntemler, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniv. SBE., Bilişim Bilim Dalı, 2021, s.96.

<sup>3</sup> Fatma Ekinci, "Sanallaştırılma Sürecinde Dini Bilginin Hakikat Problemi", Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, İstanbul Ticaret Üniv. Yayınları, 2016, ss.289-299, s. 297.

<sup>4</sup> Gökbayrak, Dijital Dinin Kuramsallaştırılması, s.98. Ayrıca bk. Şinasi Gündüz, "Dinsel Söylemin Medyatikleşmesi ya da Medya Vaizleri", Eskiye: Üç Aylık Düşünce Dergisi, 2010, sy.17, ss. 45-49, s. 48.

<sup>5</sup> Mustafa Derviş Dereli, Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma, Doktora Tezi, Kayseri: Erciyes Üniv. SBE., Din Sosyolojisi Bilim Dalı, 2018, s. 114.

<sup>6</sup> Faruk Karaaslan, "Post Seküler Din Halleri Dinin Dijitalleşmesi", Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2], ed. Mete Çamdereli, Betül Öney Doğan, Nihal Kocabay Şener, İstanbul: Köprü Kitapları, 2015, ss. 13-36, s.35.

Dinî açıdan belli adap ve ilkelerle öğrenilmesi, konuşulması gereken konuların reyting uğruna medyada seviye dışı bir üslupla ve hatta mahalle kavgası görüntüsü altında tartışıldığı hepimizin malumudur. Böylece aşkın nitelikte ve kendi anlam dünyası içinde belli bir değere sahip olan dinî bilgi, popüler kültür içinde basit bir tartışma konusu ya da basit bir tüketim metaı olabilmektedir.<sup>7</sup>

Hâl böyle olunca bir takım kurum ve kuruluşlar da reyting ve ticarî kaygılar ile muhatabın ihtiyaç duyduğu dinî bilgiyi sanal ortamda sürekli görünür medyatik vaizlerle ticari bir ürün olarak pazarlayabilmekte, artan tıklanma oranları ile de reklam alabilen ve para kazandıran mekanizmalara dönüşebilmektedir.<sup>8</sup>

Din bir meta, bir satış nesnesi haline getirilmişse en kaba ifadesiyle ticarileşmiş demektir. Hâlbuki dinin ticarileşmeye ve reklama değil tebliğ edilmeye ihtiyacı vardır. Lakin reklamın, dine, ikonları aracılığıyla ürettiği dinî ürünlere ihtiyacı vardır. Reklam, dini kolaylıkla istismar etmek isteyebilir. Çünkü medyanın da reklamın da kendine özgü kuralları vardır, istismar edilmesi gereken din olsa bile ondan asla taviz vermez, veremez.<sup>9</sup>

Din görevlilerinin ve dinî bilginin medyatikleşmesi, dinî bilginin yeni medya ve internetin sağladığı imkânlarla reklam alabilen ve para kazandıran bir konuma dönüşmesi, dinî unsurların dijital piyasa mantığına dâhil edilmesi, hem hukukî hem de ahlakî boyutlarıyla üzerinde durulmaya ve takip edilmeye değer bir meseledir.

## **b. Dinî Bilginin Magazınlaşması**

Din müessesesi, aile, ahlak, hukuk, ekonomi, eğitim gibi toplumsal yapının devamlılığını sağlayan sosyal kurumlardandır. İnsanlığın var olduğu günden itibaren din kurumu da varlığını göstermektedir. Çünkü dinin birleştirici bir gücü bulunmakta, bireye bir gruba ait olma hissiyatını vermektedir. Dinin bu gücünün farkında olan medya, kendi içeriklerinin bireyler tarafından benimsenmesi için diğer tüm olgulardan yararlandığı gibi dinden de yararlanmaktadır. Bu doğrultuda din, araçsallaştırılarak medyatikleşmektedir.

Modern çağda dinin, dinî mekanların, din görevlilerinin ve dini temsil edebilecek herhangi bir unsurun medyada temsili noktasında medyanın ana akım tutumu; ademe mahkumiyet (yok sayma-görmeme), kişilik katli (bilgisizlik, güvensizlik, ahlâkî ve estetik yoksunluk, bilim ve akla karşıtlık, insanî ilgi ve niteliklerden yoksunluk vb. olumsuz kişilik temsilleri ve magazınlaştırma şeklinde tezahür etmektedir.<sup>10</sup>

Üreticisinin medya, tüketicisinin ise izleyiciler olduğu bu uzamda dinin kutsallığı gönülle değil, gözle görülür hâle dönüşmüştür. Bunun nedeni ise, dinin, diğer popüler ürünler gibi gerçeklikten uzak, içi boşaltılarak sunulması ve tüketime hazır hale getirilmesidir. Popüler dinin bu şekli ile medyada yaygınlaşması magazınlaşma olgusunu beraberinde getirmiştir.

**Magazınlaşma, "eğlenceli ve duygusal motiflerle donanmış içeriğin daha fazla vurgulanması ve basit, kolay tüketilebilir bir sunumla kitlelere ulaştırılmasıdır."<sup>11</sup>**

7 Mustafa Arslan, "Kitle İletişim Araçları Medya ve Din İlişkisi Üzerine", Birey ve Toplum Dergisi, 2006, c.6, sy.11, ss. 5-25, s.14.

8 Hediyeullah Aydeniz, "Din Hizmetlerinin Yürütülmesinde Bir İmkan ve Meydan Okuma Olarak Medya", Din ve Hayat: İstanbul Müftülüğü Dergisi, 2014, sy. 22, s. 36-41, s.40.

9 Mete Çamdere, "Medya ve Dinin Panoraması", Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, ed. Mete Çamdere, Nihal Kocabay Şener, Betül Onay Doğan, İstanbul Ticaret Üniv. Yayınları, 2016, ss. 1-4, s. 3.

10 Aydeniz, "Din Hizmetlerinin Yürütülmesinde Bir İmkan ve Meydan Okuma Olarak Medya", s. 38.

11 Merve Yazıcı, Dinin Magazınlaştırılması: Türk Televizyonlarında Dinin Temsili, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniv. SBE, Halkla İlişkiler (Tezli), 2015, s.1, 51, 68.

Dinî bilginin magazinleşmesi de mesaja yönelik gerekli dönüş alınmadığı durumlarda format değişikliği ile dinî bilginin içeriğinin değiştirilip eğlence kültürüne alet edilmesidir.<sup>12</sup>

Medya magazin söylemini benimsemekte ve içeriklerine katmaktadır. Bu doğrultuda izleyicilerine onların duygularına, zevklerine hitap edecek genellikle görsel mesajlar taşımaktadır. Dinin medyada yer alması bu söylemden etkilenmesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla magazinleşen medya ortamında dinin ele alınması doğal olarak samimiyetten uzak, farklı bir dindarlık imajıyla magazinleştirilen bir din ortaya çıkartacaktır. Dinî içeriklerin daha popüler hale getirilerek sunulması, yozlaşmaya ve özün kaybolmasına kısacası magazinleşmesine yol açmaktadır. Magazinleşen din ile birlikte dinin özünü yitirdiğini dile getiren Çamdereli, konuya şu sözleriyle açıklık getirmektedir:

*“Popüler kültürün bir ürünü olarak din, kendine özgü bir mecrada ve kendi marka değerini haiz pop-ikonlarla sunulur, anlatılır ve anlaşılır durumdadır artık. Medyatik düzeyde eğlenselleşen ve magazinleşen dinin asıl hedefi örselenmiş, gerçek kiblesi perdelenmiş, en azından bildik geleneğinden koparılmıştır. Medyatik sesin de, görüntünün de kiblesini bulmak artık imkânsızlaşmıştır. Bunlar sorundur ve çözüme ihtiyaç vardır.”<sup>13</sup>*

### c. Dinî Bilginin İmkânı ve Otantikliği

Gündelik hayatın henüz dijitalleşmediği dönemlerde dinî bilginin öğrenilmesi, belli bir zaman ve mekânda bedenen var olma ve karşıdaki kişi ile yüz yüze iletişim şeklinde mümkün olmakta idi. Ancak internet ve özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte bu sınırlılıklar ortadan kalkmıştır. Sanal âlemin zaman-mekân kısıtlamasını ortadan kaldırışı ve metin/yazı temelli bir dünya sunması, dinî bilgiyi öğrenme ve öğretme hususunda, iletişim sürecinin olmazsa olmaz unsurları olan kaynak, mesaj ve alıcının özelliklerinde değişimlere yol açmıştır. Bu bağlamda dinî bilginin sanal âlemde dolaşıma girmesi, o bilginin muhatabını yani alıcısını muğlaklaştırmış ya da herkes yapmıştır.<sup>14</sup>

Dolayısıyla sanal âlemde herkesin her an her türlü bilgiye erişebilmesi, bunlar hakkında yorum yapabilmesi, her şeyden önce dinî bilgiye ulaşma, yani dinî bilginin otantikliği sorununu doğurmuştur. Her geçen gün artan dinî içerikli web siteleri de bu problemi ortadan kaldırmamış; bilakis daha da artırmıştır. Toplumumuz genelinde arama motorlarında karşımıza çıkan web sitelerinin hangi dinî grup, kurum ve kuruluşlara ait olduğu ya da bunların kurucularının hangi dinî zihniyette olduğu hakkında fikir sahibi olunmadan oradaki dinî bilgileri ya da dinî içerikli görselleri kullanıp dolaşıma sokma gibi yaygın bir alışkanlık göze çarpmaktadır. Dinî konularda oldukça istifadeye açık bir görünüme sahip olmasına rağmen farklı odaklar tarafından yönlendirilen, fonlanan, hassas dinî mevzuları alevlendiren ya da dinin temeli sayılabilecek hususları kasıtlı olarak çarpıtan, sahil dinî bilgiden uzak hurafelerle örüntülü web siteleri de olabilmektedir. Diğer yandan dinin sanal âlemde açık bir pazar haline getirilmesine ve maddi heveslerle kitlelerin manipüle edilmesine de günümüzde sıkça rastlanılmaktadır.

Konunun geniş uzanımları ve açılımları olmakla birlikte kısaca ifade etmek gerekirse; “Dinî bilgiye konu olan husus, o dinin hangi temel kaynağına referansla sunulmaktadır?” “Kaynak konumundaki kişi bu konuda ne kadar bir bilgi birikimine ve donanımına sahiptir?” “İnternette ulaşılan dinî bir içeriği kim, niçin, hangi amaçla ve hangi kaynağına dayanarak oluşturmuştur?” gibi sorular, dinî bilginin otantikliği ve güven duyulabilirliği ile ilgili cevaplanması gereken hususların başında gelmektedir.<sup>15</sup>

12 Hüseyin Maraz, “Dinî Kimlik Oluşumunda Sanal Kitleli İletişimin Etkisi”, Edebali İslamiyat Dergisi, 2020, c.4, sy.1, ss. 41-65, s.61.

13 Çamdereli, “Medya ve Dinin Panoraması”, s. 2-3.

14 Dereli, Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması, s.115.

15 Dereli, Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması, s.116.



Gerçek veya doğru olmanın kalite düzeyini ifade eden otantiklik meselesi, çoğunlukla kimlik veya dijital ritüellerin gerçeklik-sanallık çatışması etrafında şekillenmiştir. Whatsapp veya Facebook gibi çevrimiçi bir platform aracılığıyla yapılan duaların geçerliliği, samimiyet derecesi ya da üç boyutlu sanal ortamlarda gerçekleştirilen kutsal mekânların ziyaret edilmesinin gerçekten yapılmış sayılıp sayılmayacağı, otantiklik çalışmalarının cevap bulmaya çalıştığı meselelerdir.

Sözü edilen örnekler bağlamında otantikliğin, iki temel problem etrafında odaklandığı görülmektedir.

Birincisi, insanların dijital dinî aktivite ile deneyimlerinin özgün ve gerçek olup olmadıkları, ikincisi ise sanal âlemin gerçeklik derecesi ve kutsal bir mekân işlevi görüp görmeyeceğidir.<sup>16</sup>

#### d. Dinî Bilgide Otorite

Kitle iletişim araçlarıyla sunulan dinî bilgide çeşitlilik, din alanında otorite sorununu da gündeme getirmektedir.

Şüphesiz din anlayışının üretim ve aktarımında, özellikle geleneksel halk dindarlığının dini inanç ve tutumlarının belirlenip şekillenmesinde, dinî otoritelerin etkili olduğu söylenebilir. Ancak kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte kamusal otoritelerin yanı sıra dinî otoritelerin de zayıfladığı tarihsel bir realitedir. Nitekim matbaanın icadı ile birlikte İncil'in basılıp geniş halk tabakasına yayılmasının, Katolik Kilisesi'nin kitleler üzerindeki dinî otorite olma tekeli kırıldığı bilinmektedir. Benzer şekilde dijital medya da kullanıcılarına herhangi bir dinî yapı veya devlet baskısından uzak bir etkileşim ve tartışma ortamı sunmaktadır.

Forumlar, bloglar, facebook, instagram, twitter, whatsapp, telegram, bip vb. farklı tartışma ve bilgi paylaşma ortamları, dinî bilginin hiyerarşisini dikey düzlemden yatay düzleme taşımıştır.

Dijital medya, herhangi yerleşik bir dinî otoriteye ihtiyaç duyma zarureti ortadan kaldırmış, kutsal metin, bilgi veya fetvaya erişim noktasında birincil konuma yükselmiştir. Bu noktada, geleneksel otorite kaynaklarına ek olarak bilgi kaynağı haline gelen web yöneticisi, moderatör veya blog yazarı gibi yeni dinî otorite tipleri hem çevrimiçi hem de çevrimdışı uzamda öne çıkmaya başlamıştır. Bununla birlikte, "Ra-

<sup>16</sup> Mehmet Haberli, Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din, İstanbul: Kayhan Kitapevi, 2014, s. 107-120; Haberli, "Dijital Din Araştırmalarında Konu ve Yaklaşımlar", İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, [itobiad], 2020, c.9, sy.2, ss. 879-902, s. 891.



hibe sor” “Rabbi’ye sor” veya “İmama sor” gibi danışman hizmetleri, mobil dinî uygulamaların çeşitliliği, çevrimiçi dinî bilgi ve yorumlara daha fazla erişim, otorite hiyerarşilerine alternatif kaynaklar ve söylem sağlamaktadır. Bu durum, interneti yerleşik hiyerarşiler için bir tehlike haline getirmekte, geleneksel ve yeni otorite kaynakları arasında potansiyel çatışma alanı doğurmaktadır.<sup>17</sup>

Geleneksel bilgi akışının bozulduğu, dinî hiyerarşik yapıların önemsizleştiği, din âlimlerinin sözlerinin rahatlıkla eleştirilebildiği, dinî açıdan tartışmalı hususlarda toplum mühendisliğinin devreye sokula-

bildiği ve dinî bilgilen(dir)me konusunda kitlelerin manipüle edilebildiği internette dinî bilginin otantikliğini de otoritenin kaynağını da bizzat kullanıcıların belirlemesi gibi ilginç bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan otoritenin kaynağının değişken ve kaygan olduğu bir düzlemde açığa çıkan dinin, sanal âlemde offline bağlamdan bir nebze farklı bir hüviyete bürünmesi ihtimal dâhilindedir.<sup>18</sup>

Dijital ortamlarda yer alan dinî bilgilerin doğruluk ve tutarlılığını denetleyecek bir kurum veya otoritenin bulunmaması da dinî bilgide tekelsel bir anlayışın türemesine yol açabilmektedir.<sup>19</sup>

Dijital ortamlar; bilgi ve mesaj vermek, simge paylaşımı, vaaz ve fetvaların yayınlanması gibi birçok gerekçeyle kullanılmaktadır. Ancak söz konusu bu mecra, bir taraftan doğası gereği dayattığı form ve dil aracılığıyla dinî sembol, kavram ve pratiklerin mevcut tüketim düzeninde birer meta haline gelmesine, bir değer enflasyonuna uğramasına yol açarken, diğer taraftan popülerlik ve “tıkl-

anma” oranındaki artışa dayalı güncelliğini koruma, beğeni ve reyting kaygısı ile dinî bilginin doğasını dönüştürmekte, otorite kaymasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler, “geleneksel otoritelerin ve toplumsal meşruiyet kaynaklarının ortadan kalkmasına” yol açmaktadır.<sup>20</sup>

17 Haberli, “Dijital Din Araştırmalarında Konu ve Yaklaşımlar”, s.892; Mehmet Emin Kalgı, “Dijitalleşme Bağlamında Din ve Dindarlık”, İlahiyat Alanında Araştırma ve Değerlendirmeler, ed. Veli Atmaca, Fevzi Rençber, Ankara: Gece Kitaplığı, 2019, ss. 19-35, s.25.

18 Dereli, Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması, s. 118.

19 Arslan, “Kitle İletişim Araçları Medya ve Din İlişkisi Üzerine”, s.12-13.

20 Ulvi Murat Kılavuz, “Küreselleşen Dünyada Din”. Uludağ Üniv. İlahiyat Fak. Dergisi, 2002, c. XI, sy.2, ss.191-212, s.206.



### e. *Dinî Bilgi Kirliliği*

Bilginin metalaştığı, bilgiye ulaşma ve akışındaki hızın inanılmaz boyutlara ulaştığı ve mesafelerin ortadan kalktığı günümüz enformasyon toplumunda, iletişim araçları ve sosyal paylaşım ağları, geniş halk kitlelerini etkilemenin ve yönlendirmenin en güçlü aracı haline gelmiştir. Çünkü kitle iletişim araçları, bireylerin dinî inanç ve ahlakî hareketlerine yön veren etkin güç merkezleridir. Özellikle sosyal paylaşım sitelerinden ve sosyal ağlardan aktarılan dinî iletiler, bireylerin düşüncelerini, kanaatlerini, dinî ve ahlakî değerlere yükledikleri anlamları şekillendirebilmekte; bireyi kolay etkilenir ve savunmasız bir hale getirebilmektedir. İnsanların beğeni, istek ve tercihlerine adapte edilmiş güçlü, coşkulu ve abartılı retoriklerle sunulan dinî mesajlar, öğretisel gayesinden ziyade benimsenme ve kabullenilmeye odaklı aktarımlardır.<sup>21</sup>

Dijital dünyada insanların karşılaştıkları sorunlardan biri, dijital öncesinde karşılaşmadıkları sayıda bilgiye maruz kalmaları ancak edindikleri bilginin doğruluğuna tam anlamıyla güvenememeleridir.

Doğru, gerçek ve tarafsız bilgi ile asılsız, değersiz ve asparagas bilginin nasıl ayırt edilebileceği günümüz sorunlarının başında gelmektedir. Kimi zaman asılsız bilginin bir kitleyi oluşturduğu ve yön verdiği düşünüldüğünde ve bu kitle oluşumunun hızı göz önüne alındığında, bilgi güvenilirliğinin ne kadar önemli bir sorun olduğu da ortaya çıkmaktadır.

İnternet bir anlamda sınırsız bilgi iletişiyle yeni ufuklar açarken diğer yandan da herhangi bir denetim mekanizması olmadığı için zaman zaman bilgi kirliliğine de yol açmaktadır.<sup>22</sup>

Bu çerçeveden bakıldığında sanal ortamda dolaşıma giren dinî bilginin doğruluğu ve güvenilirliği noktasında haklı bir endişe söz konusudur.

Dijitalleşmeyle birlikte din konusunda da malumat çoğaldıkça cehalet artmaktadır. Her türlü bilginin metaa dönüştüğü, dinî bilginin bütünlüğünü kaybedip parçalandığı çağımızda yaşanan bilgi kaosu ve yorum anarşisi, dinin sade ve berrak hakikatlerini gölgelemekte; hiçbir ilke, kural ve kaide tanımadan yorumlanan dinin, asırlar içinde istikrar bulan kaynak bütünlüğü, asıllar ve deliller sistemi ve değerler hiyerarşisi kaybolmaya yüz tutmaktadır.

Kaynak gösterilmeden, bağlamından koparılarak kullanılan bilgiler bir malumat yığınının yol açmakta, bilgiyi bir tüketim nesnesine dönüştürmektedir. Bilginin değerini kaybederek metalaşmasına yol açan bu tutum daha sahipsiz olana da güvensizliğe neden olmaktadır. Bugün internetin, bilginin kontrolsüz bir şekilde hızla yayılmasına yol açan yapısı, "bilgi otobanında" önemli ve önemsiz olanın bir arada bulunmasına neden olmakta, üstelik kalabalık ve yoğun bilgi bombardımanı içinde sahipsiz bilgi kaybolmakta, bir bilgi kirliliği oluşmaktadır.

Söz konusu bu bilgi kirliliği bazen misinformasyon (misinformation/ gerçek bir bilginin eksik, yanlış ya da yanlış bir şekilde iletilmesi), veya dezenformasyon (disinformation/ eksik, yanlış ya da bir başka deyişle inandırıcı olmaktan uzak bilgilerin, belli bir kitleyi gerçekler hakkında yanıltmak amacıyla manipüle edici bir şekilde kasıtlı olarak yayılması) bazen de malenformasyon (malinformation/gerçek bir bilginin nefret söylemi, taciz vb. şekilde zarar verme amacıyla kullanılması) şeklinde ortaya çıkmaktadır.<sup>23</sup>

Dolayısıyla her tür bilgiye ulaşma imkânı sağlayan ve insanı hipnotize eden internette görüntüye indirgenen bilgi değersizleşmekte, kullanıcıları eyleme geçmekten alıkoyarak şimdiki mutlaklaştırmaktadır. Şimdinin mutlaklaştırılması, bilginin sıradan bir malumata dönüşmesi ise tarih bilincinin ve gelecek tasavvurunun ortadan kalkmasına sebep olmakta, bireyler zamansız ve mekânsız bir dünyaya hapsolmektedir.<sup>24</sup>

21 Maraz, "Dinî Kimlik Oluşumunda Sanal Kitle İletişimin Etkisi", s.42.

22 Talip Küçükcan, "Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler)", II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi, Sesli - Görüntülü Dinî Yayıncılık, 05-07 Kasım 2004 – Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2005, ss. 211-220, s. 215; Mustafa Çuhadar, "Dijitalleşen Din ve Diyanet", Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2], ed. Mete Çamdere, Betül Öney Doğan, Nihal Kocabay Şener, İstanbul: Köprü Kitapları, 2015, ss. 175-222, s. 186.

23 <https://teyit.org/bilgi-bozuklugunu-anlamak-icin-kavramlar> (Erişim:25.09.2021)

24 Gönül Eda Özgül, "Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkânının Araştırılması", Journal of Yasar

Teoride internet ile bilginin çoğaldığı, bilgi edinme, erişim ve paylaşımın kolaylaştığı ve arttığı söylenebilir fakat uygulamada bunun aksine, bilgi kirliliğinin, dezenformasyon ve manipülasyonun, fikir yoksunluğu ve sığlığının tavan yaptığı, Nabi Avcı'nın deyiimi ile “enformatik cehaletin” yaygınlaştığı bir çağı yaşıyoruz.<sup>25</sup> Bu çağda kişiler bireysel bazda, aşırı bilgi yüklemesi ve bilgi enflasyonu yaşamakta, her gün doğrulanmamış çok sayıda dağınık, hatta çelişkili ve bütünlükten yoksun, doğruluk ve güvenilirlikten uzak bilgi ile karşılaşmakta, adeta bilgi çöplüğü içinde yüzülmektedir. “Doğru” ve “yararlı” enformasyona ulaşmak çoğu zaman önemli bir sorun haline gelmektedir. John Naisbitt bu durumu *“enformasyon içinde yüzerken bilgi için açıklıktan ölmek”* şeklinde ifade etmektedir.<sup>26</sup>

Ayrıca imaj, reklam ve propaganda dilinin hâkim olduğu sanal ortamda bir şeyin takip, paylaşım ve tıklanma oranının fazla olması -haklılık ve doğruluk ölçütü sayılarak- kişi veya dinî bir grubun, kendi anlayışını/görüşünü mutlak gerçeklik olarak algılamasına neden olmaktadır. Fakat İslam'ın en temel değerlerini ve gerçekçi misyonunu göz ardı eden dinî görüş ve paylaşımlar, dinin doğru anlaşılması ve yaşanmasına engel oluşturabilmekte, üstelik dinî değerlerin anlam ve içerik açısından tahrifine sebebiyet verebilmektedir.<sup>27</sup>

Geleneksel söylemde “doğru dinî bilgi” edinmenin yolu, alanında uzman ve ameli bütünlüğü bulunan hocalara/âlimlere sormaktır (fetva). Bilginin özgürce dolaştığı, herkesin söz söylediği, kimliklerin avatarlara (sanal karakterlere) dönüştüğü sanal ortamlarda ise herkes kendisinin âlimidir. Din, sosyal medya mecralarında “sözde” bir fenomene dönüşmüştür.

İslam dininde önemli görülen “en sevilen şeylerin paylaşılması” ilkesi, sosyal medyada mesaj paylaşımına indirgenmekte ve aldığı beğeni kadar sevap kazanılacağına inanılmaktadır.<sup>28</sup> Bu ortamlarda “hocanın” değil, sosyal medya fenomenlerinin ne dediği daha önemli olduğu için dine ilişkin bir bilginin doğruluk ya da yanlışlığı da paylaşım sayısına göre belirlenmektedir. Bu durum, dine ilişkin sahipsiz bilgiyi, sonsuz bir bilgi havuzunda eritmektedir.<sup>29</sup>

Resmi kurumlarca hazırlanan dinî içerikli uygulamaların nitelik ve niceliklerinin yetersiz oluşu, içerdikleri dinî bilginin kontrol edilememesi sebebiyle artan hatalı, tutarsız, taraflı ve bütünlük arz etmeyen radikal ve ideolojik bilgi sunan içerikler dinî bilginin yanlış ve eksik iletilmesini de beraberinde sağlamıştır.<sup>30</sup> Bilginin bir güç olduğu çağımızda internetteki bilgilerin doğruluk sağlaması yapılamadığından, bu durumun bilgi kirliliği oluşturduğu da söylenebilir. Bu da bireylerin hakikat, doğru yanlış, haram helal algılarını bulanıklaştırmaktadır.<sup>31</sup>

Din konusunda toplumu yanıltmak için kasıtlı yanlış bilgileri, kaynağı belirsiz haberleri servis etmek, dini istismar etmek internet ortamında zor bir iş değildir. Bu ortamlarda dine yönelik karalama kampanyaları, dinin kutsallarına yönelik saldırılar kolayca organize edilebilmektedir. Bu bağlamda din karşıtı sitelerde din hakkında hatalı ve yanlış bilgiler verilmek suretiyle insanların ateizm, deizm ve satanizm gibi akımlara yönelmesine kapı aralanmaktadır. Özellikle dine ilişkin bir alt yapısı olmayan gençler, bazen taraflı ve subjektif bazen de hatalı ve yanlış dini bilgiye muhatap olabilmekte, din konusundaki tasavvurlarını bu akışa göre şekillendirebilmektedir.<sup>32</sup>

University, 2012, c. 26, sy. 7, ss. 4526 – 4547, s. 4545.

25 Bk. Nabi Avcı, Enformatik Cehalet, İstanbul: Timaş Yayınları, 2019.

26 İkinci, “Sanallaş(tırıl)ma Sürecinde Dini Bilginin Hakikat Problemi”, 292-293; Maraz, “Dinî Kimlik Oluşumunda Sanal Kitlelesel İletişimin Etkisi”, s.47.

27 İkinci, “Sanallaş(tırıl)ma Sürecinde Dini Bilginin Hakikat Problemi”, 294.

28 İlhami Güler, “Sosyal Medyada Din”, Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, İstanbul Ticaret Üniv. Yayınları, 2016, ss.230-232, s.231.

29 Soner Duman, “Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Fıkhi Hükümler”, Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi, 2019, sy.39, ss. 28-31, s. 29.

30 Ömer Menekşe, “Dinin Dijitalleşmesi ve Mobil Uygulamalar”, Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2], 2015, s. 151-173, s.166-168.

31 Küçükcan, “Dini Yayıncılıkta İnternet”, s.215.

32 Duman, “Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Fıkhi Hükümler”, s. 29.

## Sonuç

Dijitalleşmeyle birlikte "medya dindarlığı" ve yeni dinî hareketler yaygınlaşmış, dinî bilgi, bireylerin önünde kıstas olmaksızın kendine uyarlayabildiği ve yayabildiği bir bilgi türü haline gelmiştir.

Dinlerin kutsal kabul ettikleri inanç, bilgi, değer ve semboller, di dışı dünya tarafından sanal ortamda eleştiri malzemesi yapılabilmektedir. Aynı dinin içinde farklı söylemler ortaya çıkmakta ve bunlar çatışmaya dönüşmektedir. Bu itibarla "**dijital gelişmelerin dine etkisi ne olmuştur**", "**dinî hayatın teknoloji karşısında aldığı şekil nasıl olacaktır**" gibi soruların cevapları titizlikle aranmalıdır.

Çağdaş iletişim teknolojileri sayesinde bilginin salt enformasyona, enformasyonun da eğlence sektörüne dönüştüğü ve giderek enformatik bir cehaletin ve kirliliğin egemen olduğu dünyamızın hâli, bilgiden çok "bilgi ahlâkını", bilgi-insan ilişkisinin ahlâkî boyutunu düşünmemizi gerekli kılmaktadır.

Bilginin hakikate ulaştırılması; içselleştirilmesi, onunla amel edilmesi, hayata geçirilmesi ile mümkün olur. Varoluş biçimimiz üzerinde dönüştürücü etkiye sahip olmayan bilgi, bir malumat yığını olarak kalmaya mahkûmdur. Bütünlükten uzak, parçalı ve eksik malumat üzerinden bir din anlayışı ve dinî yaşantı da nitelikli dindarlığın oluşumuna engeldir. İhlaslı ve samimi dindarlığın süreklilik kazanması, sergilenen her tutum ve davranışın sahîh bilgiye dayanmasıyla mümkün olur. Dindarlığın nitelikli olması, bütün esaslarıyla icra edilmesi, takva temelinde gerçekleştirilmesi ve güzelleşmesi ancak bilgiyle sağlanabilir. Bilinçli olarak gerçekleştirilmeyen veya eksik ya da yanlış, bilgiye dayanan bir dindarlık, İslâm'ın kabul ettiği bir dindarlık biçimi değildir. Gerçek anlamda dindarlık için bilginin yanında bilgiyi doğru kullanma, farkındalık, estetik, incelik ve yücelik de gereklidir. İslâm'da insanın neye, niçin inandığını, ne yaptığını, yaptığı ibadetin ne anlama geldiğini bilmesi esastır. Bilmeyen insan dinini, dindarlığını yanlışlarla makul kılabilen, çirkinleştirebilen, hatta inancın temel kaide ve prensiplerinin dışına çıkabilmektedir. Bu nedenle sanal âlemde meydana gelen dinî literatüre aykırı, tutarsız bilgiler; din konusunda sağlıklı bir bilgi alanı oluşturulmasına, dinin mesajının doğru kavranmasına, dinin ana kaynaklarının ve sahîh bilgisinin doğru anlaşılmasına engel olmaktadır.

**Öyleyse;** dinî mesajların iletilmesi ve geniş kitlelere ulaştırılması kadar, toplumun din konusunda ana kaynaklara dayalı tutarlı, sahîh ve doğru bilgi ile aydınlatılması da o kadar önemlidir. Bu itibarla günümüzde dijitalleşme karşıtı tavır takınmak yerine doğru ve güvenilir dini bilginin üretimine ilişkin imkânlardan yararlanmaya, dinin, doğru ve sağlıklı bilgisini herşeyin üzerinde tutan, magazin üslûbundan uzak, gerçekçi, reyting uğruna dinin hakikatlerini feda etmeyen, çağın gerçeklerini göz ardı etmeyen, dini tarihe hapsetmeyip hayatla ve bugünün değerleriyle buluşturan, toplumun her kesimine hitap eden, İslâm'ın şaşmaz ilke ve değerlerinden taviz vermeden usulünce günümüze taşıyan bir anlayışa ihtiyaç vardır.