



DIJİTAL ÇAĞ İLE İMTİHANIMIZ...



Abdülbaki MURAT

Ululararası Şehit Mehmet
Karaaslan Kız AİHL Müdürü

MEDYADA OLUŞTURULAN ALGILARIN OLGULAR HALİNE GETİRİLMEMEYE ÇALIŞILDIĞI, KİMİ ZAMAN GERÇEKLİĞİN ÖNÜNE GEÇTİĞİ, MEDYA ARAÇLARININ SAHİCİ ANLATIMLARI/ANLAŞILMALARI SAPTIRDIĞI VE HATTA BUNU BAZEN KİTLESELLEŞTİRDİĞİ BU ARAÇLARIN GENELLİKLE MANİPÜLE AMAÇLI KULLANILABİLDİĞİ GERÇEKLERİ, SON DÖNEMDE GÖZ ARDI EDEMEYECEĞİMİZ OLGULAR HALİNE GELMİŞTİR.



Küreselleşen ve bir köy haline gelen dünya” sözü, yoğun iletişim ağlarını düşündüğümüz zaman karmaşık, üzerinde daha fazla durulması ve tedbir alınması gereken bir ifade olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çetrefilli durumun Müslümanca düşünme dediğimiz akl-ı selim zaviyesinden geçirilip insanlara/topluma zarar vermeyecek/faydalı hale getirilmesi bir zorunluluktur.

Algının, bilginin önüne geçtiği, hemen her şeyin manipüle edilerek tam tersi bir şekilde topluma gösterilebildiği, yalanın maharete dönüştüğü, gerçeklerin yok farz edildiği bir sanal alem kaosu ile karşı karşıyayız. Sosyal medya mecralarında sizin ifade etmeye çalıştığınız fikir umulmadık bir şekilde çok farklı manaya dönüştürülmektedir.

Yakın bir zamanda Diyanet Televizyonunda gösterilen kısa film bu anlamda güzel bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır:

Bir kadın kocasına (**eşi mi demeliyim?**) çay ikramı yapıyor ancak pek çok kişide olduğu gibi adam elindeki telefonda bir türlü gözünü ayıramıyor. Hanımefendinin aslında beklediği şey akşama kadar görmediği eşinin yüzüne tebessümle bakması, teşekkür etmesi, getirdiği çay eşliğinde muhabbet yapılmasıdır.

Kadın beklediği karşılığı görememesi üzerine yan kanepeye oturuyor ve kocasına telefonundan mesaj gönderiyor. Adam geç de olsa yanlısını anlıyor ve telefonu bırakıyor.

Akıllı telefonların aileye vermiş olduğu zararın anlatılmak istendiği bu kısa film kitlelerce nasıl anlaşılacaktır acaba? Bu filmi hazırlayanlar ulaşmak istedikleri hedefe varabil-



miş, vermek istedikleri mesajı verebilmişler midir?

Soruya hemen evet ya da hayır diyebilmemiz mümkün değildir. Bu biraz **“iki artı iki kaç eder”** sorusuna Kayseril’in verdiği cevabına benziyor; hani demiş ya, alırken mi yoksa satarken mi diye...

Burada bardağa hangi **“maksatla”** baktığımız önemlidir. Dolu mu ya da boş mu (**görmek değil**) göstermek istiyorsunuz? Medya dediğimiz, gücünü kabullensek bile henüz hala kullanma konusunda tereddüt ettiğimiz, tartıştığımız uçsuz bucaksız mecra ya da mecralara hakim olanlar verilmek istenen mesajı eğip, büküp istedik hale getirerek topluma empoze edecekler, böylece krala çıplak demeyecekler (olmayan) elbisenin ne kadar güzel yakıştığını kitlelere inandırmış olacaklardır.

Yukarıda bahsetmiş olduğumuz ve son derece masumane niyetlerle hazırlanan filmde de iyi niyete adeta virüs bulaştırılmış ve kitlelere **“neden acaba çayı kadın getiriyor?”** sorusu ile hitap

edilerek konu, aileden cinsiyet tartışmasına çekilmiştir.

Akıllı telefonların aileye verdiği zararın işlendiği ve ailenin öneminin vurgulanmaya çalışıldığı film geniş kitlelerce kabul görmüş ve verilmek istenen mesaj yerine ulaşmıştır. Fakat sosyal medya mecralarında ortaya çıkan manzara ve yapılan anketlere göre toplumda bu filmi beğenmeyenlerin oranı beğenenlerden daha fazla çıkmıştır.

Peki bu sonuç sahici midir dersek medyayı kullananlar açısından ne yazık ki cevap evet yani ailenin önemli olduğunu anlatmak isteyen bu yapım beğenilmiştir. Fakat medyayı kullananlar ve kullanmayanların oranı nedir dersek burada durum farklıdır.

Cinsiyet tartışmaları ile meseleyi sulandırmak isteyenler sayı olarak azdır fakat sosyal medyayı çok kullandıkları için az olmalarına rağmen sesleri çok çıkmakta ve neticeye hükmetmektedirler. Öte yandan aile kutsaldır yaklaşımını benimseyenler sayıca fazladır lakin

sosyal medyada olmadıkları için savundukları fikir de ne yazık ki zayıf/önemsiz görünmektedir.

Sosyal medyada binlerce takipçisi olan birinin cenazesine sadece birkaç kişinin gitmesi bu konudaki realitenin ne denli çarpıcı olduğunu göstermesinin yanında sosyal medyanın da ne denli bir asosyal yönünün olduğuna dair çarpıcı bir göstergedir.

Sosyal hayatta sıradan bir kabule dahi şayan olamayacak derecede yalnızlaşan ve halkın değerlerinden bihaber tiplerin dijital mecralarda yönlendirici rolünün olması, kitleler adına konuşuyor-muşçasına paylaşımlarda bulunması/bulanabilmesi gerçeklerin sanal pencereden değiştirilerek asimile edilmesi ve neticede insanların **"demek ki böyleymiş"** moduna getirilmesi toplum-gerçekler ve medya üçgeninin ne denli hormonlu bir mantalite içerisine çekilmek istendiğinin göstergesidir. Halbuki bu üç saha maksatlı zihniyetlere terkedilemeyecek kadar değerli ve önemlidir.

Öte yandan günümüzün dijital iletişim çağında özellikle mütedeyyin çevrenin maruz kaldığı ve kalacağı saldırılar medya-din ilişkisinin önemini artırmaktadır. Bu ilişki; dinin dijital ortamlardaki mevcudiyeti, medyada temsili, medyanın dini meselelerde temel bilgi kaynağı olması, dinsel nefret söylemleri (İslamofobi) gibi birçok farklı konuya kadar genişletilebilecek bir alanı doğurmuştur.

Yaşananlarla, yaşanıyor-muş gibi gösterilenler; gerçekte, gerçekmiş gibi lanse edilenlerin farklı olması/olabilmesi özellikle bu medya çağında olaylara, kitlelere hükmedenlerin, sosyal medya fenomenlerinin (mi demeliyim) doğru sözlü, ahde vefa gösteren ve sorumluluk



AKILLI TELEFONLARIN
AİLEYE VERDİĞİ
ZARARIN İŞLENDİĞİ
VE AİLENİN ÖNEMİNİN
VURGULANMAYA
ÇALIŞILDIĞI FİLM GENİŞ
KİTLELERCE KABUL
GÖRMÜŞ VE VERİLMEK
İSTENEN MESAJ YERİNE
ULAŞMIŞTIR.



sahibi kişilerden olmasını zorunlu kılmaktadır.

Medya Dijital Mürebbiye

Çağımız iletişimin neredeyse tamamının sanallaştığı bir sürece evrilmiştir. Bu süreçte örneğin bir vaiz camide 500 kişiye hitap ediyorsa konuşmasını sanal aleme taşıdığı anda **(ki artık insanlar önemli oranda sanal mecralardan en-forme olmaktadır/edilmektedir)** bunun on katı hatta daha fazla bir kitleye ulaşabilmektedir. O zaman medyanın uyarıcı, islah edici yönünü konuşmak/kullanmak gerekecektir. Önceleri anne babaların,





dede-ninelerin terbiye ettiği çocukları (**ne yazık ki mi demeliyim**) artık dijital alem terbiye etmektedir/edecektir.

Modern zamana kadar, aile ve aile değerleri ön planda idi. Sevgi, saygı, merhamet, diğerkamlık, yardımlaşma gibi hasletler bu kutsal yapı içerisinde dede, nine, baba, anneden öğreniliyordu. Lakin yeni dönemde aile dört duvar ile muhafaza edilemez olmuş, sokağa, caddeye değil adeta dünyaya açık hale gelmiştir.

Bu açıklığın sonucunda sanal aleme maruz kalan nesiller acıma duygusu gelişmeyen, sevgi ve saygıyı bilmeyen, nasıl davranacağını kestiremeyen, hodbin ve haylaz bireyler haline gelmişlerdir.

Dijital ortam sanal bir mürebbiye haline gelmiştir, annemiz, babamız, ninemiz, dedemiz olmayan ancak çocuklara/bireylere/toplumaya çok çok yakın olan bir mürebbiyeden söz ediyorum. Bize ebeveynimizden çok daha yakın duran bir dijital ortamdan öğreniyoruz artık öğreneceklerimizi. Bundan sonra yetişecek nesiller, kuvvetle muhtemel dijital alemin şekillendirdiği mesajlarla terbiye olunacaklardır. Bu mesaj önemli oranda dönüşmüş/farklılaşmış belki de masum olmayan bir mesaj olacaktır.

Duyduğu her haberi yaymayan, araştıran, bilgi sahibi olmadığı hususta konuşmayan, haberi ve getiren kişiyi denetleyen, kul hakkını ihlal etmekten korkan, **"biz size şahdamarınızdan daha yakınız"** uyarısını her an hatırında tutan sağduyu sahibi/mütedeyyin insanlar sosyal medyada faal olmalıdır. Yeni süreçte alışlagelen mütedeyyin insan formunun yenilenmesi bu kesimin sosyal medya ağlarına, elektronik iletişime, dijital çağa açık olmaları, bu alana dair planlamaları



YENİ SÜREÇTE ALIŞILAGELEN MÜTEDEYYİN İNSAN FORMUNUN YENİLENMESİ BU KESİMİN SOSYAL MEDYA AĞLARINA, ELEKTRONİK İLETİŞİME, DİJİTAL ÇAĞA AÇIK OLMALARI, BU ALANA DAİR PLANLAMALARI OLMASI, SANAL MECRALARI AKTİF OLARAK KULLANMALARI ELZEMDİR.





olması, sanal mecraları aktif olarak kullanmaları elzemdir.

Modern dönemde dini mesajların aktarımı için kitle iletişim araçlarının bir zorunluluk olarak kullanılabilir hale gelmesi ehli ya da ehil olmayan kişilerin de bu araçlara sıkça başvurması yadsınamaz bir gerçektir.

Bu meyanda hususiyetle diyanet işleri başkanlığının, ilahiyat fakültelerinin ya da fetva verebilecek otoritelerin bazı soruların cevabını ortaya koyması müte-deyyin kitleyi canlandırmak/harekete geçirmek bakımından önem arz etmektedir.

Mesela:

■ Dini konularda yetkin olan birisinin sosyal medyayı kullanması vacibe/görev, kullanmaması mesuliyet sayılabilir mi?

■ Sosyal medya mecralarında olmamaları sebebiyle, olumsuz paylaşımların ön plana çıkması akl-ı selim sahibi/müte-deyyin insanları sorumluluk altına sokar mı?

■ Sosyal medya mecralarında beğeni veya paylaşım yapmakla-yapmamak arasında dinen bir farklılık ya da mesuliyet var mıdır?

■ Sosyal medyada geçirilen zamanları dini pencereden bakıldığında nasıl değerlendirmeliyiz. Bununla alakalı sınırlandırmalar nasıl olmalıdır?

■ Büyük kitlelerin yönlendirildiği, çeşitli meselelerin, olayların tartışıldığı sosyal medya mecralarında bulunmamak Müslüman açısından bir mesuliyet midir?

■ Kaynağı belli olmayan, doğ-



BİZE EBEVEYNİMİZDEN
ÇOK DAHA YAKIN DURAN
BİR DİJİTAL ORTAMDAN
ÖĞRENİYORUZ ARTIK
ÖĞRENECEKLERİMİZİ.
BUNDAN SONRA YETİŞECEK
NESİLLER, KUVVETLE
MUHTEMEL DİJİTAL
ALEMİN ŞEKİLLENDİRDİĞİ
MESAJLARLA TERBİYE
OLUNACAKLARDIR. BU
MESAJ ÖNEMLİ ORANDA
DÖNÜŞMÜŞ/FARKLILAŞMIŞ
BELKİ DE MASUM OLMAYAN
BİR MESAJ OLACAKTIR.



ruluğundan emin olunmayan paylaşımların yapılması kişilere yükleyeceği mesuliyetler nelerdir? Bu meyanda sosyal medya ile sosyal hayatı ayıran bir farklılık var mıdır?

■ Fake hesap (sahte hesap) açmanın dini yönden durumu nedir?

■ Yine aynı minvalde, birisi hakkında emin olunmadan, gerçekler araştırılmadan yapılan/paylaşılan/yayılan yorumlar kul hakkı kapsamında mıdır?

Bu ve benzeri soruları uzatmak mümkündür.

Her alanda olduğu gibi iletişim alanında da fırsatlar/imkanlar baş döndüren bir hızla değişmekte ve ilerlemektedir. Bilginin yayılmasında ve insanlara ulaşmasında dijital mecralar artık bir keyfiyet değil zorunluluktur. Bu zorunlu halin sınırlarının belirlenmesi, şekillendirilmesi ve **"ahkâmının ve ahlakının"** ortaya konması da önem arz etmektedir.

İlgilenmemiz ve çözmemiz gereken sorunları öteleyip gelecek kuşakların üzerine katlanmış yükler olarak bindirmeyelim. Kaçınılan her zaman Müslümanları daha da zor durumda bırakacak, çözüm aranması gereken sorunlar daha da artacaktır. Dolayısıyla bizim bulunmadığımız alanın aynı zamanda başkalarına terkedilmiş birer saha olduğu bilinciyle müte-deyyin çevrenin dijital alemle içli dışlı olmalarının zamanı çoktan geldi de geçiyor bile. Unutmayalım ki yaptıklarımız kadar (yapmamız gerekip de) yapmadıklarımızdan da sual olunacağız...

Vesselam...

Yararlanılan Kaynaklar

- 1-Sözü Yeniden Kurmak: Müslüman Kadınların Gündelik Hayatı ve Yeni Medya, Feyza Akınerdem
- 2-Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu 2-3 Nisan 2015, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- 3-Mehmet Erken. "Dijital Dini Yayıncılık" VI.Din Şurası (25-28 Kasım2019)da sunulan tebliğ
- 4-Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu 2-3 Nisan 2015, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- 5-TRT Akademi Cilt 3 / Sayı 6 / Temmuz 2018
- 6-Peygamberimiz ve Aile, DİB Yayınları

