



## İlahi Dinleri Temsil Eden Kurumlar Üzerinden Yeni Medya Kullanım Biçimleri \*

*Manners of New Media Utilization on Institutions Which Represent Divine Religions*

### ÖZET

İletişim, sosyal bir varlık olan insanın doğumuyla başlar. Bu doğal süreç hayat boyu devam eder. Din ise insanlık tarihi boyunca var olan temel değer ve olgulardan biridir. Günümüzün en belirgin özelliklerinden birisi de teknolojik gelişmelerdir. Bu gelişmeler ve enformasyon hayatın vazgeçilmezleri arasına girmiştir. Yeni iletişim ve medya teknolojilerindeki gelişmeler, dinler için yeni fırsatlar ve riskler meydana getirmiştir. Bu gelişmelerin ticari, kültürel, sosyolojik ve politik sonuçları olduğu gibi dinlerle ilgili sonuçları da olacaktır. 'Global köy' olan dünyamız yeni iletişim biçimleriyle tanışmakta böylece hayatımızı etkilemektedir. Din aşkın varlıkla insan arasındaki iletişimdir.

Sosyal medyayı da içine alan yeni medya da din artık dijitalleşmeye başlamıştır. Birey için yeni sosyalleşme ortamları sunan dinlere ait web'ler, istenilen bilgiye doğru ve hızlı bir şekilde ulaşabilmeyi amaç edinmiştir.

İlahi dinlere ait; [www.diyamet.gov.tr](http://www.diyamet.gov.tr)

[www.varican.va](http://www.varican.va)

[www.chabad.org](http://www.chabad.org) web siteleri belirlediğimiz zaman periyodunda 1 tıklanabilir şekilde içerik analiziyle incelenmiştir.

Önemli bir arabirim olan web'de içine alan yeni medya, kurumlar için enformasyon ağının dünyanın her yerine kolayca ulaşmasını sağlamış, dinlerin iletişim politikalarını ve hedef kitlelere ulaşma yöntemlerini de derinden etkilemiştir.

Kurumların kültürel, ekonomik ve hukuki yapıları, yeni medya kullanım biçimlerini, yeni medyayı kullanarak verdikleri hizmetlerin türlerini, yapısını ve söylemlerini farklılaştırmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Yapılar: Diyanet- Vatikan- Chabad, Medya Teknolojileri

### ABSTRACT

Communication starts with in the birth of a social being called human. This natural process continues throughout the life, and the religion is one of the natural and main phenomenons. One of the most prominent developments of our day is technological innovations. This informatic evolution has taken its place among necessities of human life. The improvement in new media and communication has brought various advantages and threats to religions. These innovations will make different impacts on divine religions just as their social, political and cultural consequences. As a "global village" our world is in the period of meeting new ways of communication and effecting our lives in every aspect. The religion is the communicative relationship between human and the higher being.

Along with the presence of social media, the religions have started becoming digital. Religious websites that offer new pathway of socializing for individuals has taken the responsibility of providing accurate information to people. The following websites:

[www.diyamet.gov.tr](http://www.diyamet.gov.tr),

[www.vatican.va](http://www.vatican.va),

[www.chabad.org](http://www.chabad.org), are within reach in a 1 minutes timetable.

A crucial interface, new media which also contains websites has helped the information to be accessible all around the world, and effected communication policies of religions with their ways of getting in touch with new people.

The cultural, economic, jural and economic structures diversifies the services, types, structures and speeches that is offered by new media.

**Keywords:** Institutional Structures: Diyanet- Vatican- Chabad, Media Technologies

### GİRİŞ

Batı dillerinde 'communication', latince 'communis- communicato' paylaşmak anlamına gelen iletişim, mesajların paylaşılmasıdır. Gelecek nesillere kültürel öğeleri de aktaran iletişim doğal bir süreçtir ve bireyin dünyaya gelmesiyle başlar ve hayat boyu devam eder. Hayatın merkezindeki bu süreç, bireysel ve toplumsal

Muhsin Özdemir<sup>1</sup>

**How to Cite This Article**  
Özdemir, M. (2023). "İlahi Dinleri Temsil Eden Kurumlar Üzerinden Yeni Medya Kullanım Biçimleri", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 9(68): 2898-2904. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/smryj.67913>

Arrival: 25 December 2022  
Published: 28 February 2023

Social Mentality And Researcher Thinkers is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

\* Bu çalışma "İlahi Dinleri Temsil Eden Kurumlar Üzerinden Yeni Medya Kullanım Biçimleri" başlıklı Doktora tezinden türetilmiştir.

<sup>1</sup> Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye

ilişkilerde, örf adetlerde, giyim kuşamda hep kendini hissettirir. Hayatı doğru anlamlandıran dinin de bir iletişim olduğu açıktır. Birey ile aşkın varlığın arasındaki ilişkiyi ifade eden, kutsalın yaşanması olan din, muhataplarına öncelikle doğru bir şekilde inanmayı sonra inandıklarını yaşamayı öğütler. Medya da bireyin hayatındaki bu süreç içerisinde kendine yer edinmenin çabasıdır.

Bireyin iç dünyasında başlayarak devam eden, grup içi iletişimden kurumsal iletişime geçen bu süreçte kaynak, aşkın varlık Allah'tır. Mesajı kutsal metinlerdir. Hedef kitle de tüm insanlardır.

Sosyolojik bir olgu olan internet, bilgisayar ve akıllı cihazlar ile milyarlarca enformasyonun bireyler arasında dolaşmasına olanak sağlar. Zamanımızın özelliklerinden biri de teknolojik gelişmeler ve küreselleşmedir. Sonuç itibarıyla gelişen internet ağı kurumsallaşmış dinlerin iletişim politikalarını ve hedef kitlelere ulaşma yöntemlerini değiştirmiştir. Toplumun geldiği noktada elektronik ortamda üretilen enformasyon, kolay ve hızlı bir şekilde paylaşıp yayılmak suretiyle sınırlar ortadan kalkmakta ve geniş bir yelpazede bireyi etkilemektedir.

Sosyal bir varlık olan insan enformasyonu üretip anlamlandırır. Bu enformasyonun aktarılması olan iletişim, insanın doğumuyla başlar. Hayat boyu devam eder. Teknolojik gelişmeler insanı ve onun ilişkilerini değiştirir. Bu dönüşüm ve değişimin ticari, kültürel, sosyolojik, politik ve hukuki sonuçları olduğu gibi kurumsal üç din ile de ilgili sonuçların olması doğaldır.

Bilgisayar ve mobil cihazlar aracılığıyla bireyler arasındaki iletişim, değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. Sonuçta iletişimle başlayan süreç etkileşimle devam etmektedir.

İnanç, ibadet ve ahlâktan oluşan din farklı ortamlarda öğrenilmekte ve dünyanın en ücra yerlerine bile kolaylıkla ulaşmaktadır. Çalışmada dini temsil eden kurumlara ait web sayfaları üzerinden yeni medya kullanım biçimleri ekonomi politik ile de ilişkilendirilerek analiz edilmiştir. İçerik analizi iletişim aracı olan web sayfalarının incelenmesi için güçlü bir yöntemdir.

2022 (Tuik) verilerine göre evlerde kullanılan internetin %95 olduğu dikkate alınırsa web sayfalarının önemi ortaya çıkmış olacaktır. İlgililerine bilgi verirken, onları aynı zamanda ikna da eden web'ler, bilgiye kolay ve hızlı erişimin yolunu da açmıştır. Web'in başarısı kurumsallaşmanın gereklerine göre sunulmasıyla da ilişkilidir. İçerik analiziyle yapılan çalışmada 20-25 aralık 2022 tarihleri zarfında web sitelerine erişim sağlanmıştır. Dolayısıyla bu zaman aralığının dışında verilerde değişiklik olabilir.

Çok geniş bir perspektife sahip olan medya önemli bir akademik alandır. Sahiplik yapısı, üretim biçimi, bireysel ve toplumsal etkileri, kurumsal iletişime etkileri her yönüyle tartışılır. Bu tartışma liberal veya eleştirel olabilir. Dini temsil eden kurumların web sayfalarını analiz etmeden önce 4 önemli aşamayı (ne aşamaları bunlar?) belirtmek gerekir:

a. Medyanın gelişmesi: Geleneksel medyayla başlayan yolculuk bugün artık sayıları her geçen gün artan yeni platformlarla devam etmektedir. Primitiften çağdaşa uzanan çok uzun bir yolculuk vardır. Bu süreç devam etmektedir. Web siteleri de bunun bir sonucudur.

b. Kurumun büyümesi: Yurt içi ve yurt dışı bağlantılarıyla kurumsallaşmayla birlikte hizmet ağıda genişlemiştir.

c. Hizmet yelpazesinin genişlemesi: Önceleri sadece dine ait argümanların ifade edildiği hizmet ağına sivil toplum hareketleri olarak yeni alanlar ortaya çıkmıştır. Örneğin Papa'nın Ortadoğu ziyaretinde barış elçisi olarak mesajlar vermesi.

d. Devlet ve hükümet müdahalelerinin değişen rolü: Devlet ve hükümet müdahaleleri hem kurumsal yapı da, hem de yapılan faaliyetlerde etkili olmaktadır. Din, bir kutsal kitabı, peygamber, lider ya da kurucusu olan, kutsal bir varlık ya da 'tanrı' inancını içinde bulunduran, belirli bir ibadet yapısı ve kuralları olan ve mensuplarına karşı emir ve yasaklarla bağlayıcı olan inanç sistemlerinin tümüdür. İslam anlayışına göre ise din tanımı ; 'akıl sahibi şuurlu insanları, kendi irade ve istekleriyle hayırlı olan şeylere yönelten ilahi bir yasadır (Tümer, 1997: 8).

Aşkın varlığa inanıp, ona itaat etmeyi, buyruklarını tutmayı öğütleyen ilahi dinler, hayatı anlamlandırır, bireyi kemale erdirir. Her üç dinin de ortak değeri aşkın varlığın gönderdiği vahiydir. Vahyi insanlara açıklayan, doğruyu, faydalıyı, zararlıyı öğreten peygamberler vardır. Allah Tevrat'ı Hz. Musa'ya, İncil'i Hz. İsa'ya, Kuran-ı Kerim'i de Hz. Muhammed (a.s.)'a göndermiştir. Onların görevleri tebliğ ve davettir. İnsanlarda bu konuda özgür iradeleriyle seçimlerini yapar. İbadet aşkın varlığa tapmak yaratılmış olanlara da şefkat göstermektir. Kurtuluşa ulaşmak isteyen katıksız bir iman ile içtenlikle güzel eylemler yapmalıdır. Mutluluğun ve erdemin yolu buradan geçer. Yeni bir dünya düzeni oluşturma çabasında olan küreselleşme dinleri de

etkiler. Modern insan tek boyutlu haliyle yalnızdır. Çıkış aramaktadır. İşte incelediğimiz ilahi dinler de yeni medyadaki bu varlıklarıyla insanlara etkin bir şekilde ulaşma çabasındadırlar.

Genel olarak ilahi dinlerin 4 fonksiyonundan söz edilir:

- İnsan yaşamını etkileyen gücüyle din, aşkın varlığa içtenlikle inanma ile başlar. Aşkın varlığa inanan birey, onun gönderdiği mesajları da kabullenir.
- İlahi dinlerde cemaat ile yapılan ritüeller sayesinde kolektif bilinç öne çıkar. İnanılan şeyler eyleme dönüşür.
- Değerler bütününe içtenlikle bağlanma esastır.
- Ödül ve ceza vardır. Bunlar bu dünya ile ilgili olabildiği gibi öbür dünya ile ilgili de olabilir.

## ÜÇ İLAHİ DİNİ TEMSİL EDEN KURUM: DİYANET- VATİKAN- CHABAD

### Diyanet İşleri Başkanlığı

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanından 1 yıl sonra 1924'te kurulan Başkanlık'ın görev alanını 1982 anayasası şu şekilde açıklamıştır:

'Genel idare içinde yer alan Başkanlık, laiklik ilkesi doğrultusunda, bütün siyasi görüş ve düşüncülerin dışında kalarak ve milletçe dayanışma ve bütünleşmeyi amaç edinerek, özel kanununda gösterilen görevleri yerine getirir'.

İslam'da dini ve ruhani bir otorite olmadığından, din hizmetleri, toplumda bunları yerine getirebilecek bilgi ve mesleki donanıma sahip kimselere bırakılmıştır. Ancak tarihi süreçte, genelde bu hizmetler devlet tarafından örgütlenmiş, onun destek ve kontrolünde yürütülmüştür. Günümüzde bu görev Diyanet İşleri Başkanlığı'nın kontrolünde yürütülmektedir (Kutlu, 2009: 107).

İslam Dini'nin inanç, ibadet ve ahlak esaslarını sahih dini bilgi ile yürüten, ibadet yerlerini yöneten, bu alanda güvenilen, referans alınan, insanlığın barış ve huzuruna katkı sağlayan bir kurumdur.

### Diyanetin Yapısı ve Medyayı Kullanım Amacı

Din hizmetlerini yürüten Başkanlık anayasal bir kurumdur. Görev sahası kanunla belirtilmiştir. Din hizmetlerinin yürütür, kanunla kendisine verilen görevleri yerine getirir.

Bir kamu kurumu olan Başkanlık, devlet mekanizması ve bürokratik sistemin bir parçasıdır. Müslümanların din işleri ile ilgili müessesenin en yüksek makamı konumundadır (Tuğlacı, 1985: s. 604).1961 Anayasası; 154. maddesiyle Diyanet İşleri Başkanlığı'nı bir Anayasa kurumu olarak düzenlemiş, genel idare içinde yer vermiş ve bu kurumun, özel kanununda gösterilen görevleri yerine getirmesini öngörmüştür (Tarhanlı, 1993: 48).

Toplumun dini açıdan aydınlatılması amacıyla 99 yıldan beri faaliyet gösteren kurumda 18 başkan görev yapmıştır. 16 Eylül 2017'te seçilen 2023 yılında Prof. Dr. Ali Erbaş halen görevdedir.

Yaklaşık 150 bin kişinin istihdam edildiği kurumdaki sayı her geçen gün ihtiyaçlarla paralel olarak artmaktadır. Kendisine tahsis edilen bütçeyle dini hizmetleri yürüten Başkanlık bunun yanında 1975'te kurulan Diyanet Vakfı aracılığıyla da faaliyetlerini sürdürmektedir. Vakıf bünyesinde yurtlar, araştırma merkezleri ve basın- yayın faaliyetleri vardır. Türkiye Diyanet Vakfı yürütmekte olduğu faaliyetler ve bakanlar kurulu kararıyla izinsiz yardım toplayabilme özelliğiyle kurumun en büyük destekçisi durumundadır.

Cumhuriyet tarihi boyunca Diyanet bütçesinin, dönemin ekonomik ve siyasi koşullarından etkilendiği, hükümetlerin politika tercihlerinin kurum bütçesine doğrudan yansıdığı, bütçesindeki en büyük reel artışların özellikle 2000'li yıllarda gerçekleştiği sonucuna varılabilir. TDV'ye ait verilerin de analize dahil edilmesi halinde Türkiye'de devletin din hizmetlerine bakışı ve verdiği önem daha iyi anlaşılacaktır (Mutluer, 2014: 23).

### Vatikan

Adı Status Civitatis Vaticanae olan Vatikan, Havarisel oluşuyla Hz. İsa'ya dayanır. Hristiyanlığın üç ana mezhebinden biridir. Roma'da bulunan Mukaddes Makam, Katoliklerin manevi ve dini merkezidir. Dünya üzerinde 1.3 milyar bağlısı vardır. Siyasi yönden Vatikan'ı, dini yönden bütün Katolikleri temsil eder.

Misyonu, Evrensel Hristiyanlığın temsilcisi sıfatıyla fakir ve zor durumda olanlara desteklemektir. Ruhani lider ve Katolik dünyasının Başpiskoposu olan Papa, Kutsal Makam'ın temsilcisidir. Masumdur. Yasama, yürütme ve yargının başıdır.

## Vatikan'ın Yapısı ve Medyayı Kullanım Amacı

Günümüzde inanan en çok olan din Hristiyanlıktır. Hristiyanlıkta en yaygın mezhep ise Katoliklerdir.

Katolikleri diğer mezheplerden ayıran temel özellik ise onun kurumsal yapısıdır ve bu yapının en üstünde 'İsa'nın Vekili' ve 'Aziz Petrus'un Halefi' (St. Pietro) olarak Papa'nın bulunmasıdır (Işık, 2007: 12). En yüksek ruhani lider ve Katolik dünyasının Başpiskoposu olarak Kutsal Makamı temsil eden Papa;

- Seçimle işbaşına gelir, kardinaller tarafından seçilir. Ölüncüye kadar görevine devam eder.
- Saygınlığının yanında yanılmazdır. Hiçbir Papa yanılmaz ve yanıtılamaz.
- Onun ağzından çıkan her kelime doğrudur ve Tanrı buyruğudur.
- Onun resmi ve gayri resmi görüşmeleri ve yazışmaları Vatikan'ın resmi görüşüdür.
- Yasama, yürütme ve yargı olmak üzere üç boyutlu bir otoriteye sahiptir.

Teokratik yapısıyla Katoliklerin merkezi olan Vatikan yarım km. kare yüzölçümü ve nüfusu ile dünyanın en küçük ülkesi olan, dünyanın en önemli sanat koleksiyonların da barındıran, din ile sanatın, estetik ile görseelliğin ikonlarla sembolizmin tavan yaptığı dini, siyasi ve ticari bir merkezdir.

İlgilileriyle iletişim kurmak için kiliseye ait platformları düzgün bir şekilde kullanabilmenin yollarını anlattığı makalede içerik stratejisti Meghan Tocci bazı önerilerde bulunarak şu soruyu sorar: Kilise sosyal medyayı neleri başarabilir? Bu önerilerini şöyle sıralar:

- Kilise cemaatini sosyal medyayla buluşturmak. İnsanların hayatında sizinle ortak yönlerini anlatmalarını sağlamak sizi duygusal olarak buluşturur, korku ve baskı hissetmeden katılacakları bir ortam oluşturursunuz.
- Her yerde olmaya çalışmayın. Sayısı her geçen gün artan platformların öne çıkan özellikleri farklı farklıdır. Facebook çeşitli yaş gruplarına ulaşmak için akıllıca bir yol. Instagram fotoğraf paylaşımı için, twitter kısa bilgelik mesajları için.
- Platforma başkalarının katılımını da sağlayın. Tüm konuşmayı bir kişinin yapması yerine yorumlara, beğenilere, rettwitter' lere izin verin.
- Değerlerinize sadık olun. Dürüst, samimi, içten davranırsanız güvenli bir ortam oluşturursunuz.
- Düzenli ve güncel olun. Bu potansiyelinizi artırır. Tartışmaların seyrine göre güncel bilgileri ortama taşımak sizi başarıya götürür (Tocci, 2018: 3-4).

Dinin yaygınlaştırılmasında Çağdaş Bilgi Teknolojileri (Vatikan Örneği) başlıklı makalede belirtildiği üzere;

*"Papalar kendileri de diğer kilise adamlarına yeni teknolojilerden yararlanmaları için örnek olmaktadır. II. Ioannes Paulus'un taşınabilir bilgisayar ve internetten istifade edebilmek becerisi ile tanınmasının yanı sıra, XVI. Benedict Vatikan'ın Basın sözcüsü Federico Lombardi'den hediye olarak, üzerinde "Zat alileri XVI. Benedikt'e" sözleri yazılmış iPod nano almıştır. Medya bu hediyeyi Vatikan'ın dijital milada geçmesinin simgesi olarak değerlendirmektedir"* (Aliyev, 2015: s. 157).

Katoliklerde yeni medyayı toplumun yararına kullanmak, dini içeriklerinde olduğu sosyal mesajlar ile vaaz öne çıkmaktadır. Bu faaliyetler televizyon kanalında canlı olarak yayınlanmaktadır.

## Chabad

Zorluklara karşın insanların, bütün Yahudilerin ve İsrail'in çıkarlarını koruyacak bilince ulaşmalarını sağlamak için dünya ölçeğinde etkinlikler yapan merkezi Kanada'da bulunan dini bir kurumdur.

Tarihsel süreçte Yahudilik için üç idealden bahsedilir: Devlet, millet ve kutsal yer. Devletle ifade edilen Yahudilerin kurdukları devlet, milletle ifade edilen Yahudiler ve Kutsal Yer ile ifade edilen de Filistin topraklarıdır.

Kronolojik açıdan ilahi dinlerin ilki olan Yahudilik, Hz. Musa'ya dayanır. Tarihi Hz. İbrahim ile başlar, Hz Yakup'un soyundan devam eder.

## Chabad'ın Yapısı ve Medyayı Kullanım Amacı

Yahudi felsefesi doğrultusunda bir bilinç oluşturabilmek amacıyla, diasporanın gücünü kullanarak dünya çapındaki kurumsal ağıyla Chabad, şu inanca sahiptir: 'Seni unutursam Ey Yerusolim (Kudüs), sağ elim hünerini unutsun!.. Eğer seni anmazsam, eğer Kudüs'ü baş sevincimden üstün tutmazsam, dilim damağıma

yapışsın. Yeruşalim'in düştüğü gün, "yıkın onu, yıkın temellerine kadar" diyen Edomlular'ın tavrını anımsa, Ya Rab (Tevrat, Mezmur, 137).

Dinin motivasyonu ile dünyada söz sahibi olan Yahudiler, sosyal, siyasal ve dini ögelere sahip Siyonist emellerinin gereği organizasyonlarla dünya çapında etkindirler. Yahudi Devleti'nin varlığı bütün mezheplerde çok üstün bir idealdir.

Dünya üzerinde etkin olan Chabad Yahudileri medyayı bütün Yahudileri bir araya getirme çabası için kullanmaktadırlar. Bununla beraber hem Birleşik Devletler'de hem de Avrupa genelinde çok güçlü bir şekilde devam eden lobcilik faaliyetlerinin de etkisi belirtilmelidir.

Toplam nüfusu 7.8 milyar dünyamızda yaklaşık 15 milyon Yahudi yaşamaktadır. Dünya nüfusunun on binde ikisine karşılık gelen Yahudilerin dünya konjonktüründe etkileri ise çok büyüktür. Çoğunluğu İsrail'de ve Birleşik Devletler'de olmak üzere, bu kadar az nüfusla dünya ticaret, finans, medya ve siyasetinde etkili olmaları, bilimsel faaliyetlerdeki başarıları izlemekte oldukları iletişim politikalarıyla ilgilidir.

Başlangıçta daha çok Yahudiler için kullanılan zamanla diğer milletler içinde dillendirilen bir kavram diaspora. Bu sosyal olaylar ve gelişmeler sonunda esas kimliğini kaybetmeyen toplumlara ait bir durumdur. Dünya genelinde dağılık olsa da vaad edilen toprakların özlemini hissetmektir.

Siyaset bilimci William Safran'a göre diaspora:

- Orjinal bir merkezden çevre bölgelere yayılma durumu
- Anavatan efsanesinin ebedileştirilmesi
- Dönülecek bir yer olarak anavatanın idealize edilmesi
- Anavatanı yeniden tesis etme veya muhafaza etme sözü
- Etnik- ulusal kimliğin muhafazası için anavatanla ilişkili olma durumu (Okutan, 2012: 79-90)'nu ifade eder.

Grubun iletişim politikasının bireyleri ve grupları yukarıda ifade edilen görüş doğrultusunda organize etmeye ve özdeşleşme ihtiyacını gidermeye dönük olduğu anlaşılmaktadır. Holokost, Antisemitizm ve Siyonizm gibi unsurlar iletişim politikalarının da etkilidir.

Musevilerin inancına göre Tanrıları olan Yahova birdir. Evrenin Sahibi, her şeyi var eden , insanların iç dünyalarını bilen, sınırsız güç sahibidir.

Yehova kurtarıcı Mesih'i bir gün gönderecektir. En üstünü Musa Peygamber olan Yahudi inancında bütün Peygamberlerin sözleri gerçektir.

### **Araştırmanın Analizi ve Bulguları**

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu internetin yaygınlaşması kurumları derinden etkilemiştir. Dinleri temsil eden 3 kurumun dünya ölçeğinde etkinliğini sürdürebilmek amacıyla web sayfalarını daha etkin ve verimli kullanmaları gerektiği açıktır. Teknolojik gelişmeler, ekonomik ve sosyal hayatı etkilediği gibi dini de etkilemektedir.

Bu çalışmanın amacı, ilahi dinleri temsil eden kurumların yalnız olarak din hizmetlerinin insanlara ulaştırılmasına hizmet eden örgütlü yapılar olup olmadığı ve bu kurumların kuruluş amaçlarına, sahip oldukları kültürel, ekonomik, politik ve hukuksal yapılarına uyumlu bir hizmet anlayışıyla hareket edip etmediklerine dair bazı değerlendirmeler yapmaktır.

Sonuçta sosyal medyayı etkin kılan internet, kurumlar için önemlidir. Kurumların çalışmalarını ve yönetim stratejilerini yönetmek için yeni medyanın önemi gittikçe artmaktadır.

Kurumsal iletişim, kurumun hedeflerine ulaşmak için takip ettiği yöntemi belirler. Bu amaçla paydaşlarla ilişkilerini düzenlemek, iletişim yöntemlerini hedefleri doğrultusunda kullanmak önemli görülmelidir. Web sayfalarının analizinden çıkan sonuç budur.

Evrende sürekli bir değişim vardır. Dinler ve öğretileri değişirse de yeni medyadaki paylaşım ve yorumlar değişmektedir. İletişim ve teknolojiye gelişmelerin geldiği nokta ortadadır. Bu anlamda sanal ortamların ortaya çıkmasıyla dinlere ait ritüellerin yapıldığı ortamlar da çoğalmıştır.

Web sayfaları dinleri temsil eden kurumsal yapıların elektronik ortamda dış dünyaya açılan penceresidir. Çalışmamızda bu yapıların web sayfaları incelenmiştir. Web içeriğinin bilimsel denebilir/objektif inceleme sonucu çıkan sonuçların bir kısmı yorumlanmıştır.



İnceleme yaptığımız zaman periyodu 20-25 Aralık 2022'dir. Web sayfasında 1 tıklama?? ulaşılabilecek şekilde incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

1. Enformasyon akışı:
2. Katılım
3. Kampanya
4. Haberleşme Ağı

Mevcut olan iletişim boyutlarını analiz etmek ve buradan mevcut olmayan sosyal gerçeğin belirli boyutlarına (kaynak- hedef- ortam) yönelik çıkarım yapmak amacıyla, metinlerin içeriklerini analiz eden ve bu süreçte belirli kurallar çerçevesinde hareket eden bir yöntemdir. (Gökçe: 2006, s. 20). Buradaki analizin amacı, web ortamını değerlendirmektir.

Kamuoyunu yansıtan bir işleve sahip olan web ortamı herkese açıktır. İçerik analizi yöntemiyle değerlendirilen web sayfaları incelenmiştir. İçerik analizi sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniğidir.

İletişim teknolojisinin gelişimiyle, statik yapıdan çıkarak dinamik bir yapıya dönüşen web (Aktaş: 2014: s. 53) siteleri incelenmiş, çok sayıda web ortamını da kapsayan internet sunucu sistemi olan www (world wide web) gerek var mı? üzerinden analizler yapılmıştır.

Bilginin gereksinim duyulan anda, gereksinim duyulan kapsamda ve elverdiğince ekonomik bir şekilde (Çakın, 2000: s. 27-28) ulaştırılması noktasında web sayfalarının önemi her geçen gün artmaktadır.

Enformasyon sağlamak, reklam ve pazarlama imkanı yaratmak, iç ve dış paydaşlarla iletişim kurabilmek ve geribildirim alabilmek için düzenlenen web sayfaları kurum hakkında şu bilgilere de yer verilen platformlardır (Okay ve Okay, 2007: s. 78) :

- ✓ Kuruluşun tarihçesi, gelişimi ve genel tanıtıma yönelik bilgiler
- ✓ Yöneticilerin listeleri, özgeçmişleri ve erişim olanakları (tel, fax, e-mail vb.)
- ✓ Kuruluşun organizasyon şeması
- ✓ Yapılan faaliyetlerinin duyurulması
- ✓ Yüklenmesi için sayfaya konulan fotoğraf ve grafikler

## SONUÇ

Araştırma kapsamında örneklem grubuna dahil edilen Diyanet İşleri Başkanlığı, Vatikan ve Chabad'ın kurumsal web siteleri görülmüştür. Buna göre;

Vatikan'ın kurumsallaşma ve kurumsal tarih açısından en üst seviyede olduğu, Diyanet'in sitesinde 28 Mayıs 2013 tarihli kurumsal tarihçenin bulunduğunu, Chabad'ın daha çok kutsal kabul ettiği metinler üzerinden kendi kurumsal tarihini sunduğu görülmüştür.

Chabad'ın kendi arama butonunda kurum felsefesini ifade etme noktasında 1200 kez misyon sözcüğünü gösterdiği, Diyanet'in 25 aralık 2012 tarihli temel ilke ve hedefler başlığı altında yarım sayfa halinde kurumsal felsefesini sunduğu, Vatikan'ın 84500 kez misyon sözcüğünü gösterdiği görülmüştür. Diyanet kurumsal felsefesini iki sayfa olarak verirken diğer iki kurum faaliyetleri içinde vizyon ve misyonlarını sunmaktadır.

Dünya ölçeğinde ülke bazında en iyi örgütlenen kurum Chabad'dır. 172 ülkede temsilciliği olan kurumun Türkiye'de temsilciliği yoktur. Vatikan'a ait diğer kurumların da bilgileri eczaneden ofisine kadar fax ve e-mailleri bulunmaktadır.

Sitede Papa'nın 55 tane mesajının olduğu görülmüştür. En son 4 Aralık 2019'da Kurumlar Akademisi'nin açılış oturumunda verdiği mesaj İspanyolca ve İtalyanca olarak sunulmaktadır. Papanın resminin yanında mavi kuş ambleminin sağında sola doğru kayan bir yazıyla Papa François'in sözleri değişimli olarak yer alıyor. 10 Aralık 2019 günkü sunum şöyle: " La corruption sape dignité " Yolsuzluk insan onurunu zedeliyor. Aktüaliteye ilişkin mesajlarının olduğu görülmüştür.

Vatikan'ın sitesinde 1881 yılından beri verilen 1810 kurul kararı vardır. Diyanet'in sitesinde konu bazlı karar arama yapılabilmektedir.

"Yahudi Pratiklerini Öğrenme, Değerler Topluluğu, Aile, Eğlence ve Önemli Günler " başlıkları altında Yahudiliğin geleneklerine sahip çıkma noktasında içerikler sunan Chabad sitesinin merkezi New York'tadır.

"Dindar ve sadık " demek olan Hasidik Yahudiliğin bir temsilcisi olan Chabad web sayfasını dünya ölçeğinde yaptığı etkinlikler için kullandığı ortaya çıkmıştır.

Diyanete ait 1 televizyon, 3 radyo istasyonu mevcuttur. Chabad'ın jewish.tv. adı altında 20 kanal ve 49 farklı eğitici kanalı mevcuttur. Çocuk radyosu, hasidik müzik ve yahudi bayramları. Ayrıca müstakil çocuk tv kanalı da vardır. (JewishKids.org). İçeriğinin bazıları video, oyunlar, mağaza, klip, müzik, tatillerdir. Vatikan'ın sa 24 saat Youtube üzerinden yayın yapan Vatikan Media Line tv si vardır. Yeni medya konusunda en zayıfı Diyanet İşleri Başkanlığı'dır.

Hem Vatikan'a hem de Chabad'a bağış yapabileme bunların da bağış kabul edebilme imkanı varken Diyanette böyle bir imkan yoktur (Diyanet Vakfına ait site üzerinden bağış mümkündür). 1 milyar 300 milyonluk Katolik dünyasına hitap eden Vatikan'ın turizm gelirleri, gayri menkulleri, bağışlar yoluyla en zengin kurum olduğu anlaşılmıştır.

Web'de çok zengin bir içeriğe sahip olan Vatikan'ın diğer iki sitenin çok üzerinde dini ve tarihi geçmişe önem verdiği ortaya çıkmıştır.

Sadece Vatikan'ın sitesi pdf olarak da sunulmakta ve çıktısı alınabilmektedir.

Sosyal medyayı da kapsayan yeni medya kurumların web sayfalarını, bu sayfaların kullanım biçimlerini, hizmet ağını, söylemlerini ve mesajlarını farklılaştırmıştır.

Kurumda en üst yetkilinin yeni teknolojileri kullanması çok önemlidir. Papa'nın bu teknolojileri çok iyi kullandığı görülmüştür.

Sosyal medyayı etkin kılan internet, kurumlar içinde saygınlık ölçüsüdür. Kurumların çalışmalarını ve yönetim stratejilerini yönetmek adına yeni medyayı kullanma pratikleri de her geçen gün önemini artırmaktadır.

## KAYNAKÇA

Aktaş, C. (2007), "QR Kodlar ve İletişim Teknolojisinin Hibritleşmesi", İstanbul, Kalkedon Yayınları

Gökçe, O. (2006), İçerik Analizi: Kavramsal ve Pratik Bilgiler, Siyasal Kitabevi, Ankara

Işık, H. (2007), Hristiyanlıkta Papalık Kurumu: Ortaya Çıkışı, Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Durumu (Doktora Tezi), (Yök Tez Tarama, erişim Tarihi 17.11.2022)

Kitabı-1 Mukaddes (Mezmun), (1997) Kitab-1 Mukaddes Şirketi, İstanbul

Metli, E. (2006), Hasidizmin Yahudi ve Öteki Anlayışı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Okay A., & Okay A. (2007), Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamalar, Der Yayınları, İstanbul

Okutan Çağatay, M. (2012), 1915 Ermeni Tehcirine Kavramsal Bir Yaklaşım, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, No: 29

Tarhanlı, İstar B. ( 1993), Müslüman Toplum Laik Devlet Türkiye'de Diyanet İşleri Başkanlığı, Afa Yayınları, İstanbul

Tuğlacı, P. (1985), Ansiklopedik Sözlük, Okyanus Yayınları, İstanbul

Tümer, G. (2002), Dinler Tarihi, Ocak Yayınları, İstanbul

## İnternet Kaynakları

<https://bd.org.tr/index.php/bd/article/view/389/> erişim tarihi 21 Aralık 2022, Çakın İ. nin Makalesi

[www.chabad.org](http://www.chabad.org)

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/niguiibfd/issue/19758/211558/> erişim tarihi 20 Aralık 2022/ Vugar Aliyev

[www.diyanet.gov.tr](http://www.diyanet.gov.tr)

<https://simpletexting.com/tips-for-making-the-most-of-your-church-social-media-pages/> erişim tarihi 22 Aralık 2022 (Tocci Negha'ya Ait Makale)

[www.vatican.va](http://www.vatican.va)