

HİTİT İLAHİYAT DERGİSİ

Hitit Theology Journal

e-ISSN: 2757-6949

Cilt | Volume 24 • Sayı | Number 1

Haziran | June 2025

Dijital Kültür Uzamında Dinin Sunumu: YouTube Huzme Kanalı Örneği

The Presentation of Religion in Digital Culture Space: The Case of Huzme YouTube Channel

Fatma ÇİÇEK

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof.

Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü, Din Sosyolojisi Anabilim Dalı

Kilis 7 Aralık University, Faculty of Theology, Department of Philosophy and Religious Sciences, Sociology of Religion

Kilis | Türkiye

fatmacicek@kilis.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0356-2538>

Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü | Article Type: Araştırma Makalesi | Research Article

Geliş Tarihi | Received: 16.01.2025

Kabul Tarihi | Accepted: 22.05.2025

Yayın Tarihi | Published: 30.06.2025

Atıf | Cite As

Çiçek, Fatma. "Dijital Kültür Uzamında Dinin Sunumu: YouTube Huzme Kanalı Örneği". *Hitit İlahiyat Dergisi* 24/1 (2025), 398-430.
<https://doi.org/10.14395/hid.1621653>

Değerlendirme: Bu makalenin ön incelemesi iki iç hakem (editörler-yayın kurulu üyeleri) içerik incelemesi ise iki dış hakem tarafından çift taraflı kör hakemlik modeliyle incelendi.

Benzerlik taraması yapılarak (Turnitin) intihal içermediği teyit edildi.

Etik Beyan: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

Yapay Zeka Etik Beyanı: Yazar bu makalenin hazırlanma sürecinin hiç bir aşamasında yapay zekadan faydalanılmadığını; bu konuda tüm sorumluluğun kendisine (kendilerine) ait olduğunu beyan etmektedir.

Etik Bildirim: ilafdergi@hitit.edu.tr | <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hid/policy>

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

Finansman: Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.

Telif Hakkı & Lisans: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Review: Single anonymized - Two internal (Editorial board members) and Double anonymized - Two external double-blind peer review.

It was confirmed that it did not contain plagiarism by similarity scanning (Turnitin).

Ethical Statement: It is declared that scientific and ethical principles were followed during the preparation of this study and that all studies used are stated in the bibliography.

Artificial Intelligence Ethical Statement: The author declares that artificial intelligence was not utilized at any stage of the preparation process of this article and accepts full responsibility in this regard

Complaints: ilafdergi@hitit.edu.tr | <https://dergipark.org.tr/en/pub/hid/policy>

Conflicts of Interest: The author(s) has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author(s) acknowledge that they received no external funding to support this research.

Copyright & License: Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.

The Presentation of Religion in Digital Culture Space: The Case of Huzme YouTube Channel*

Abstract

While religious groups are active on digital platforms, they attempt to create a digital religious culture in order to adapt to the functioning of these environments. During this adaptation process, particularly through their activities on YouTube, they are influenced by a process of visibility. In this context, visibility emerges as a factor that accelerates the transformation of the religious phenomenon into an object of dramaturgical representation, especially in content produced on the YouTube platform. This visualization plays a pivotal role in transforming religious phenomena into objects of dramatic representation. A paradoxical situation is experienced here, in which the sacred manifest itself within a profane space. While this makes it possible to present and disseminate religion through modern tools, it simultaneously creates tension and transformation in the nature of religious representation. This research focuses on the critical issue of the tension and transformation that religion experiences in the context of digitalization, aiming to explore the multifaceted sources of this phenomenon. Reading the religious phenomenon at the intersection of digitalization, dramaturgy and discourse, this study focuses on understanding and interpreting the structure of interactions between these three domains. The primary objective of the research is to understand the discursive transformation of religion within the broader scope of digital culture and specifically on YouTube, where visibility dominates. However, due to the breadth, diversity and rapidly changing nature of the digital domain, achieving this goal comprehensively is not entirely possible. Therefore, this study is limited to a representative example of digital culture. The research was conducted within the framework of seven themes identified as prominent on YouTube and focused on the YouTube channel of a devout women's group operating under the name "Huzme Association for Knowledge and Culture", which reflects the characteristic features of these themes. The data collection process was based on the last update available as of August 20, 2023. Content published after this date was excluded from the scope, and fluctuating metrics such as video view counts were not considered. From a total of 580 videos on the Huzme channel, 21 videos were selected using criterion sampling method and examined. Data were collected through observation and document analysis methods and analyzed using the "Critical Discourse Analysis Application Model" developed within the study's digital-dramaturgical basis. The analysis revealed that Huzme endeavors to construct an independent and unique religious identity on YouTube. Furthermore, the findings indicate that the group integrates its religious views through sympathetic visuals connected to everyday routines; in doing so, it reinterprets certain traditional norms of religious privacy; and it seeks to exist through appealing consumption habits that make the group feel special while also influencing viewers. Additionally, the group initially projects a gentle and inclusive image, but over time, it adopts a more confrontational discourse and establishes a subtle form of authority over its audience. All of these elements point to a hybrid structure in which Huzme uniquely, synthesizes traditional and modern religious discourses. Within this framework, the study aims to contribute to the academic field by analyzing the forms and discursive transformation of religion in the context of digital culture. The significance of this research lies in critically examining digitalized religious culture through a dramaturgical lens and employing an interdisciplinary perspective. What distinguishes this research in the sociology literature is its dual effort: on the one hand, to critically examine how digitalization establishes hegemony over culture and controls it, and on the other, to analyze the dramatized actions of conservatives who are integrated into the society of the spectacle by utilizing the opportunities that digitalization offers. Furthermore, the model developed for analyzing religious-discursive transformation offers a concrete application framework and a new perspective for discourse studies. In conclusion, this research examines how religion is represented on digital platforms and the relationship of these representation process with religious discourses. It is hoped that this comprehensive analysis of the Huzme channel will provide an original framework for understanding the effects of digitalization on religious discourse and contribute a new perspective to academic debates in the field of digital culture.

Keywords: Sociology of Religion, Digital Culture, YouTube, Dramaturgy, Critical Discourse Analysis, Huzme.

Dijital Kültür Uzmanında Dinin Sunumu: YouTube Huzme Kanalı Örneği**

Öz

Dinî gruplar, dijital platformlarda etkinlik gösterirken bu ortamların işleyişine uyum sağlamak amacıyla dijital bir dinî kültür yaratma çabasına girmekte ve söz konusu uyum sürecinde YouTube'da çeşitli etkinliklerde

* This study is derived from the doctoral dissertation titled "A Sociological Treatise on the Presentation of Religion in Digital Culture: The Case of YouTube", completed in 2023 in the Department of Philosophy and Religious Studies at the Institute of Social Sciences, İnönü University, under the supervision of Prof. Dr. Mustafa Arslan.

** Bu çalışma, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı'nda, Prof. Dr. Mustafa Arslan danışmanlığında 2023 yılında tamamlanan "Dinin Dijital Kültürdeki Görünümleri Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme: YouTube Örneği" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

bulunurken bir tür görselleşme sürecinin etkisinde kalmaktadır. Bu bağlamda görselleşme, özellikle YouTube platformunda üretilen içeriklerde din fenomeninin dramaturjik bir temsil nesnesine dönüşümünü hızlandıran bir etken olarak dikkat çekmektedir. Burada kutsalın kutsal olmayan bir alan içinde tezahür etmesi gibi paradoksal bir durum deneyimlenmekte ve bu durum bir yandan dinin modern araçlarla sunumunu ve yayılmasını mümkün kılarken diğer yandan dinî temsilin doğasında değişim ve gerilim yaratmaktadır. Bu araştırma, tam da bu noktada dijitalleşme bağlamında ortaya çıkan söz konusu dinî gerilim ve dönüşüm problemini incelemeyi ve bu problemin çoklu kaynaklarına ulaşmayı amaçlamaktadır. Din fenomenini dijitalleşme, dramaturji ve söylem alanlarının kesişim noktasından okuyan bu çalışma; söz konusu üç alan arasındaki etkileşimlerin yapısını anlamaya ve yorumlamaya odaklanmıştır. Araştırmanın temel amacı ise genel olarak dijital kültür alanında, özelde ise görselliğin hâkim olduğu YouTube platformunda dinin yaşadığı söylemsel dönüşüm sürecini anlamaktır. Ancak dijital alanın genişliği, çok yönlülüğü ve verilerin hızlı bir şekilde değişme potansiyeline sahip olması nedeniyle bu amaca kapsamlı bir biçimde ulaşmak bütünüyle mümkün değildir. Dolayısıyla bu çalışma, dijital kültürün belirli bir kesitini temsil eden tipik bir örnekle sınırlandırılmıştır. Bu araştırma, YouTube’da belirgin olduğu varsayılan 7 tema çerçevesinde yürütülmüş ve bu temaların karakteristik özelliklerini yansıtan Huzme İlim ve Kültür Derneği adıyla faaliyette bulunan mütebedeyyin bir kadın grubunun YouTube kanalı üzerine odaklanmıştır. Veri toplama sürecinde 20 Ağustos 2023 tarihindeki son güncelleme verileri temel alınmıştır. Bu tarihten itibaren yayımlanan içerikler kapsam dışı bırakılmış ve videoların izlenme sayıları gibi değişken veriler dikkate alınmamıştır. Araştırma kapsamında Huzme kanalında yer alan toplam 580 video (görsel metin) arasından ölçüt örnekleme (criterion sampling) yöntemiyle seçilen 21 video incelenmiştir. Bu araştırma sürecinde veriler; siber-etnografik gözlem ve doküman inceleme teknikleri kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen veriler, araştırmanın temel varsayımları ekseninde ve dijital-dramaturjik temeli üzerinde geliştirilen “Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli” çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda Huzme’nin YouTube platformunda bağımsız ve kendine özgü bir dinî kimlik kurma çabası içinde olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca grubun dinî düşüncelerini günlük hayat rutinleriyle ilişkilendiren sempatik görseller aracılığıyla sunduğu; bu süreçte geleneksel dinî mahremiyet normlarını bazı açılardan revize ettiği; hem kendilerini özel hissettirecek hem de izleyicileri etkileyecek cazip tüketim alışkanlıkları üzerinden var olma çabası içinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, grubun başlangıçta sakin ve kapsayıcı bir görünüm sergilediği, ancak zamanla çatışmacı bir dil geliştirdiği ve seyirci üzerinde bir tür nahif otorite kurduğu bulgulanmıştır. Tüm bu unsurlar, Huzme’nin geleneksel dinî söylem ile modern dinî söylemi kendine has bir formda sentezleyen melez yapıları dinî oluşumlardan biri olduğunu göstermektedir. Araştırma, söz konusu edilen bu bulgular çerçevesinde dijital kültür bağlamında ortaya çıkan dinin sunulma biçimlerini ve söylem dönüşümünü çözümlemeye çalışarak alana bu açıdan katkı sunmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda araştırmanın önemi, dijitalleşen dinî kültür çerçevesini dramaturjik bir zemin üzerinden söylemsel çözümlemeye tabii tutma ve bunu disiplinlerarası bir perspektife dayanarak yapma çabasından ileri gelmektedir. Yani bu araştırmayı sosyoloji literatüründe önemli kılan nokta; hem kültür üzerinde bir hegemonya tesis ederek onu kontrol eden dijitalleşmeyi hem de dijitalleşmenin sunduğu imkânları kullanarak gösteri toplumuna eklenilen muhafazakarların dramatize edilen eylemlerini eleştirel bir gözle okuma çabasında olmasıdır. Ayrıca söz konusu dinî -söylemsel dönüşümün analiz edilmesi için geliştirilen model; somut bir uygulama çerçevesi sunarak söylem araştırmaları için kullanışlı ve kolaylaştırıcı bir analiz yolu sunmaktadır. Sonuç olarak bu çalışma, dijital platformlarda dinin nasıl temsil edildiğini ve bu temsil süreçlerinin dinî söylemlerle olan ilişkisini spesifik bir grup üzerinden oldukça detaylı bir şekilde ele almıştır. Huzme kanalına yönelik bu kapsamlı analizin dijitalleşmenin dinî söylem üzerindeki etkilerinin anlaşılmasına yönelik özgün bir düşünsel çerçeve sunması ve dijital kültür sahasındaki akademik tartışmalara yeni bir perspektif kazandırması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Dijital Kültür, YouTube, Dramaturji, Eleştirel Söylem Analizi, Huzme.

Giriş

Spesifik bir inanç, pratik ve cemaat bileşimine atıfta bulunan din fenomeni; dijital kültür uzamında konumlandığında doğal olarak çeşitli temsil biçimleriyle varlık göstermekte, ortama uyum sağlamak ve daimî bir yorum döngüsü içinde akışkan hâle gelmektedir. Yekpare bir görünüm arz etmeyen bu temsiller; inanılan dinin temel niteliklerine, dinî grupların sosyokültürel sermayelerine ve dijital platformların niteliklerine göre sayısız şekiller almakta ve alanda oldukça karmaşık bir dinî manzara üretmektedir. Söz konusu temsil formlarının mahiyetini anlamaya çalışan bu araştırma, “Din, dijital kültür ortamında nasıl görünür hâle gelmektedir?” şeklinde ifade edilebilecek bir araştırma sorusunu merkeze alarak dinin dijital platformlardaki temsilini, üretimini ve tüketimini sosyolojik bir bakış açısıyla analiz etmektedir. Ancak dijital uzamın sınırsız genişleyen bir yapıya sahip olması nedeniyle burada analiz edilen yeni dinî anlam, söylem ve pratik biçimleri; sadece YouTube platformuyla sınırlandırılmış ve bu kapsamda Huzme İlim ve

Kültür Derneği'nin¹ YouTube sahnesinde görünür hâle gelen söylemsel dönüşümü Erving Goffman'ın dramaturji kuramı bağlamında çözümlenmiştir.

Huzme'nin kutsal olanı temsil ederken deneyimlediği söylemsel akışın izini süren bu çalışma, yukarıdaki temel araştırma sorusuyla ilintili olan aşağıdaki alt soruları cevaplamaya çalışmaktadır:

- Huzme, YouTube uzamında dinî benliğini nasıl inşa etmektedir?
- Huzme'nin dinî söylemi mahremiyet, tüketim, sosyalleşme, bütünleşme, çatışma gibi temalar ekseninde nasıl bir vaziyet almaktadır?
- Dijitalleşme sürecinde Huzme ne tür bir otorite kurmaktadır?

Bu sorular, “mütedeyyinleri bireyselleştiren dijital araçların dinî söylemler üzerinde birtakım dönüştürücü etkileri olduğu” şeklinde ifade edilebilecek bir varsayıma dayanmaktadır. Bu dönüşümün izini süren araştırmanın temel amacı ise mütedeyyinlerin dijital platformlardaki dinî performanslarını analiz etmek ve söz konusu söylemsel dönüşümü yorumlamaktır. Burada söz konusu temel amacın yanı sıra uzun yıllar boyunca merkezde konumlanan sekülerite tarafından periferide bırakılan/bırakıldığını düşünen mütedeyyinlerin² dijital araçlarla dolayımınarak alanda var olduğunu gösterme kaygısı ve görseelliğin domine ettiği bu yeni dünya düzeninde oyunun içinde kalma çabası eleştirel bir perspektifle ele alınmaktadır.

Söz konusu amaçlarla ilintili olarak dijitalleşme-din ilişkisine dair zengin akademik bir literatürden bahsetmek mümkündür. Örneğin Campbell,³ Hoover,⁴ Hjarvard,⁵ Lövheim⁶ ve Hepp⁷ gibi öncü araştırmacıların çalışmaları alanın teorik ilksel temellerini oluşturmaktadır. Bu

¹ Bundan sonra kısaca Huzme olarak kendisinden bahsedilecek olan bu yapı; 14 Şubat 2015 yılında “bireysel öğreti ve toplumsal gelişim” alanı kapsamında Bursa’da faaliyet gösteren bir dernektir. Bükrenur Aktas’ın başkanlığını yapmakta olduğu Huzme; tanıtım manifestosunda kendisini “versiyonunun en iyisi olmayı gaye edinen yenilikçi genç bir topluluk” olarak tanımlamakta ve “İslâm’ı en kaliteli hâliyle yaşamayı temsil etme” amacıyla olduğunu belirtmektedir. Her ne kadar kendisini herhangi bir cemaatsel grup ya da oluşumdan bağımsız olarak tanımlıyor olsa da Huzme’nin tüm platformdaki söylemlerine bakıldığında Nurcu çizgide olduğu görülmektedir. Daha doğrusu geleneksel Nurculuğun bir tür modernize edilmiş versiyonu olan bu Neo-Nurcu oluşum; Nur Mektebi, Sözler Köşkü, Çınaraltı, Hayalhanem gibi paralel erkek ekiplerinin en güçlü kadın muadili olarak dijital platformlarda görünür olmaktadır. Huzme; kendisiyle aynı çizgide yer alan Hüve, Mina ve Uhre gibi diğer Neo-Nurcu kadın oluşumlarına kıyasla dramaturjik nitelikleri daha belirgin olması, yükselişe geçen ilk mütedeyyin kadın grubu olması ve nihayet alanda henüz çalışılmamış olması sebebiyle bu araştırma kapsamında analiz edilmiştir.

² Mütedeyyin ifadesi burada dinî hassasiyetleri olan veya dinî atıf zincirini kullanarak böylesi bir duyarlılığı olduğunu gösteren kimseleri tanımlamak üzere kullanılmıştır. Her ne kadar bütünüyle örtüşmese de bu kavramın belli bağlamlarda muhafazakâr, korumacı ve daha konservatif bir görünüm aldığı durumlar olabilmektedir. Bu sebeple çalışmada ancak ilgili bağlam içinde belli bir anlam ifade edecek şekilde her iki kavram da kullanılmıştır.

³ Heidi A. Campbell-Stephen Garner, *Networked Theology: Negotiating Faith in Digital Culture* (Michigan: Baker Academic, 2016); Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media* (London: Routledge, 2010).

⁴ Stewart Hoover, *Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse* (Thousand Oaks: Sage, 1998); Stewart Hoover, *The Third Spaces of Digital Religion* (Routledge, 2015).

⁵ Stig Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society* (London: Routledge, 2013); Stig Hjarvard, “The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change”, *Culture and Religion* 12/2 (2011), 119-135.

⁶ Mia Lövheim-Marta Axner, “Mediatized Religion and Public Spheres. Current Approaches and New Questions”, *Religion, Media and Social Change*, ed. Kennet Granholm vd. (London: Routledge, 2014), 38-53; Mia Lövheim, “Mediatization: Analyzing Transformations of Religion From a Gender Perspective”, *Media, Culture & Society* 38/1 (2016), 18-27.

⁷ Andreas Hepp, *Medyatikleşen Kültürler*, çev. Çiğdem Bozdağ-Elif Posos Devrani (Ankara: Dipnot Yayınları, 2015); Andreas Hepp, *Deep Mediatization* (London: Routledge, 2020).

uluslararası öncü isimlerin yanı sıra Haberli,⁸ Cerrah,⁹ Dereli,¹⁰ Eken,¹¹ Ergen¹² ve Sarı'nın¹³ çalışmaları başta olmak üzere medya-din ilişkisini farklı medya platformları, otantik dinî gruplar ve birtakım yeni dinî otorite formları üzerinden ele alan geniş bir ulusal literatür bulunmaktadır. Son olarak Thumim,¹⁴ Çitil¹⁵ ve Dalkılıç'ın¹⁶ çalışmalarında medya ve dramaturji ilişkisine dair daha spesifik bir teorik çerçeve kullanıldığı görülmektedir. Bu araştırma, söz konusu uluslararası ve ulusal literatürden beslenmekte beraber, dijitalleşen dinî kültürü dramaturjik bir perspektifle ele alarak söylemsel analiz yapması ve bunu disiplinlerarası bir yaklaşımla gerçekleştirmesi bakımından seleflerinden ayrılmaktadır. Yani çalışma; dijital kültür, dramaturji ve söylem gibi üç farklı alanın kesiştiği mercekten din fenomenini analiz ederek bir tür üçgenleme örneği sunmaktadır. Çalışmanın dikkate değer bir diğer yönü ise hem toplumları ve kültürleri kontrol eden dijitalleşme olgusunu hem de bu dijital araçları yoğun biçimde kullanarak gösteri odaklı bir temsile yönelen muhafazakarların sahnelenmiş eylemlerini eleştirel bir bakışla incelemesidir. Bu bağlamda yapılan alan araştırması sürecinde, dijital dinî kültürün bu görselleşen ve dramatize edilen boyutunu analiz eden kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yani söz konusu üç alana dair çok sayıda müstakil çalışma olmakla beraber, bu alanların teorik ve uygulama düzleminde sentezlendiği spesifik bir çalışmayla karşılaşılmamıştır. Bu nedenle araştırma, bu alandaki kuramsal boşluğu doldurmakla birlikte aynı zamanda dinî-söylemsel dönüşümü daha somut hâle getiren analitik bir model geliştirerek literatüre katkı sunmayı hedeflemektedir.

1. Teori: Çok Katmanlı Bir Teori İhtiyacı

Bu çalışma çok katmanlı bir teorik temel üzerine inşa edilmiş olup bu katmanlar arasında da yüksek düzeyde bir geçirgenlik bulunmaktadır. Bahsedilen teorik katmanların ilki dijital kültür uzamıdır. Yani çalışmanın entelektüel kökleri dijital kültür uzamının temel niteliklerine ve dinamiklerine dayanmaktadır. En yalın hâliyle kültür, kendisini aktaran araçlara göre biçimlenen esnek ve dinamik bir mekanizmadır. O hâlde sözlü kültür ile teknolojiyle dolayımlanmış dijital kültürün, dayandığı teknikten ötürü, farklılık göstermesi beklenen bir durumdur.¹⁷ Sözlüden dijitalle doğru gerçekleşen dönüşüm sürecinde kültür; sözlü-sözsüz ve eş zamanlı-art zamanlı iletişimi mümkün kılan dijital araçlar sayesinde merkezsiz/odaksız bir biçim kazanmakta ve dilin geleneksel doğasını beraberinde dönüştürmektedir. Özellikle ardışık seslerin yapılandırılmasıyla oluşan sözlü dil; görselliğin baskın hâle geldiği dijital iletişim ortamında, ardışık görüntülerin anlam inşa etmek amacıyla yeniden yapılandırılması yönünde bir değişim geçirir. Yani sözlü dil; zamanla görsel temsiller üzerinden ifade bulma yönünde bir tür evrim geçirmektedir.¹⁸ Ağa bağlı, multimodal (çokkipli), akışkan, esnek yapılı ve bir tür hiyerarşik olmayan bu görsel dil

⁸ Mehmet Haberli, *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din* (İstanbul: Açılım Kitap, 2014).

⁹ Lokman Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı: Twitter Örneği* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015).

¹⁰ Mustafa Derviş Dereli, *Sanala Veda: Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık* (Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları, 2022).

¹¹ Metin Eken, *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri* (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2021).

¹² Yunus Ergen, *Dijital Minber Kutsal Otorite Postmodern Dijital Kültürde Din* (Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları, 2023).

¹³ Hasan Sarı, *Söylemden Kadraja Yeni Bir Nurcu Oluşum Olarak "Hayalhanem"* (Ankara: Akademisyen Kitabevi, 2023).

¹⁴ Nancy Thumim, *Self Representation and Digital Culture* (London: Palgrave Macmillan, 2012).

¹⁵ Ebru Çitil, *Instagram'da Benlik Sunumu: Goffman'ın Dramaturjik Yaklaşımı* (İzmir: Ege Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020).

¹⁶ Muhammed Mücahid Dalkılıç, *Gözetimin Dönüşümü ve Instagram'da Benliğin Sunumu: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma* (Konya: Çizgi Kitabevi, 2024).

¹⁷ Bu yoruma ilham veren temel kaynaklar için bk. Walter J. Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür*, çev. Sema Postacioğlu Banon (İstanbul: Metis Yayınları, 2018); Neil Postman, *Teknopoli: Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*, çev. Mustafa Yılmaz (Bursa: Sentez Yayınları, 2016).

¹⁸ Neil Cohn, *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images* (London: Bloomsbury Academic, 2013); Tony Schirato-Jen Webb, *Reading the Visual* (Sydney: Allen&Unwin, 2004); Giorgia Aiello-Katy Parry, *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture* (London: Sage Publications, 2020).

formu ekseninde şekillenen kültür çerçevesi ise literatürde “görsel kültür”¹⁹ olarak adlandırılmaktadır. Kısaca dijital kültür evreninden bahsedildiğinde bir tür imajlar evreninden de zorunlu olarak bahsedilmiş olmaktadır. Dijitalin her platformunda bu imajların baskın etkisinden bahsedilse de YouTube gibi platformlarda imajlara olan bağlılık en üst seviyelere çıkmaktadır. Bu nedenle dijital kültür uzamının göstergesel değeri yüksek olan YouTube platformu bu araştırma için bilhassa seçilmiş ve bu platformdan toplanan verilerle “temsil” (presentation) olgusunun mahiyeti anlaşılmaya çalışılmıştır.

Teorinin ikinci katmanı, YouTube’daki içeriklerin temel dinamiklerini anlamak amacıyla kullanılan dramaturji kuramıdır. Çünkü dramaturji, hareketli görsellerle sunulan anlatıların ve benlik sunumlarının analizinde, sosyoloji kuramları arasında öne çıkan oldukça işlevsel bir araçtır. Ancak şimdiye kadar literatürde bu kuramın işlevselliği dijital içeriklerin analizinde yeterince değerlendirilmemiş ve çoğunlukla göz ardı edilmiştir. Bu nedenle, daha önce Erving Goffman’ın gündelik yaşamda benlik sunumlarını incelemek için tiyatro kavramlarını sosyolojiye uyarladığı gibi, bu çalışmada da Goffman’ın analog dünyadaki benlik sunumuna dair ileri sürdüğü teorik çerçeve, dijital arayüzler üzerinden gerçekleştirilen benlik sunumlarının analizine uyarlanmıştır.²⁰ Çünkü YouTube platformu oyuncuların izleyiciler karşısında birtakım dramaturjik eylemler sunduğu bir sahnedir. Burada oyuncular tarafından aktif ve pasif izleyicilere sunulmak üzere bazı performanslar icra edilir. Ancak analogdaki sunumlardan farklı olarak YouTube sahnesinde oyuncu ve aktif izleyici arasında beklenti-yükümlülük şeklinde ifade edilebilecek düşünömsel bir ilişki vardır. Yani aktif izleyici oyuncuyu geri bildirimleriyle şekillendirerek izleyiciyi “sahnelemenin ortak yazarı”²¹ hâline getirmektedir. Pasif izleyici ise oyuncunun manipölâtif eylemlerini yönlendirdiği temel hedeftir.

Özetle YouTube her içerik üreticisinin kendi arzusuna göre şekillendirdiği performansları sergileyebildiği, duruma özgü/kişiselleştirilebilir bir “sosyal bölge”,²² eylem alanı ve dramaturjik bir sahne işlevi görmektedir. Bu dijital sahnede tıpkı analogtaki gibi ön ve arka bölgeler bulunmakta; bölgeler arasındaki sınırı ise kamera merceği oluşturmaktadır. Kameranın çevrildiği yerler sahne önü, kameranın görmediği yerler ise sahne arkasıdır. Bu YouTube sahnesi, 7/24 “erişilebilir-irtibatlı”²³ yapısıyla bir yandan sürekli görünürlük imkânı sunarken diğer yandan dijital belleğin unutmazlığı ve izleyici etkileşimleri nedeniyle benliği birtakım saldırılara ve risklere açık hâle getirir. Bir tür “metaforik bir çeper”le²⁴ donatıldığı için bu YouTube sahnesinin bir çerçevesi vardır. Ancak bu çeper “tam tekml”²⁵ olmadığından, icracıyı fiziksel saldırılardan korusa bile dijital eleştiri ve linç kültürü gibi yeni tehditler üretir. Bu tehditleri aşp sahnede

¹⁹ Nicholas Mirzoeff, “The Subject of Visual Culture”, *The Visual Culture Reader*, ed. Nicholas Mirzoeff (London: Routledge, 2002).

²⁰ Dramaturji kuramını YouTube bağlamında ele alarak ona üçüncü kuşak anlamlar yükleyen önemli çalışmalar için bk. Timothy David Bowman, “Backstage or Front Stage with YouTube” *Illinois Library* (Erişim 14 Eylül 2023); Eda Akgün, “Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi”, *Yeni Medya* 1/4 (2018), 29-49.

²¹ Ümit Kennedy, “Arriving on YouTube: Vlogs, Automeia and Autoethnography”, *Life Writing* 18/4 (2021), 569.

²² Erving Goffman, *Etkileşim Ritüelleri: Yüz Yüze Davranış Üzerine Denemeler*, çev. Adem Bölükbaşı (Ankara: Heretik Yayınları, 2021), 234. Goffman sıradan bir fiziksel bölgenin anlamlı bir sosyolojik bölgeye dönüşmesinin iletişim olanaklarına ve bu iletişimi kontrol etmek için geliştirilen düzenlemelere bağlı olduğunu belirtir. Bu düşünceyi dijital bir bölge olan YouTube’a uyarlandığımızda fiziksel bir bölge olmadığı hâlde iletişimi mümkün kıldığından ve kendine has bazı normlara/düzenlemelere sahip olduğundan YouTube’un bir tür sosyal bölge olduğunu ifade etmek mümkündür.

²³ Erving Goffman, *Toplum İçinde Davranmak: Etkileşimlerin Sosyal Düzenine Dair Açıklamalar*, çev. Adem Bölükbaşı (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2020), 172-173.

²⁴ Erving Goffman, *Karşılaşmalar: Etkileşim Sosyolojisinde İki Çalışma*, çev. Sercan Çalıcı (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2018), 72.

²⁵ Goffman sosyolojisinde bu kavram, bireyin içinde yer aldığı sınırları belirlenmiş, korunmuş ve belirli bir düzene tabi olan mekânları tanımlamak için kullanılır; bk. Erving Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, çev. M. Fatih Karakaya (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2021), 333.

başarılı olmak ise “dramaturjik yetenekleri”²⁶ kullanarak gerçek ve kurgu arasında ince bir denge kurmayı ve imaj yönetimiyle sürekli bir öz temsil sunmayı gerektirir.

Teorinin üçüncü katmanı, yöntemle kuramın iç içe geçmiş hâlini temsil eden söylem evrenidir. Bu katman, YouTube sahnesinde temsil edilen görsellerden süzülen dramaturjik bağlama dayanarak görsellerin art alanını okumayı ve sunulan tüm anlatıların ardındaki güç ilişkilerini ifşa etmeyi amaçlamaktadır. Burada “Sosyolojik bir kuram olan dramaturji ile felsefi bir kavram olan söylem bu çalışma özelinde nasıl bir araya geldi ve bu kesişim, mevcut çalışmanın hangi ihtiyacını giderecektir?” soruları önem kazanmaktadır.

Öncelikle Goffman, adını doğrudan anmasa da söylem analizini çalışmalarının meta-çerçevesi olarak yoğun bir biçimde kullanmaktadır.²⁷ Söylem kavramının meşru zemininin dilbilim sahası olduğu kabul edilirse, Goffman’ın hem bu zeminle çeşitli düzeyde ilişkisinin bulunması hem de etkileşimsellik, bağlamsallık ve duruma özgünlük gibi söylem alanı için çok önemli olan kavram seçkisi üzerine çalışmalarını inşa etmesi; onun “çerçeve analizi”ni²⁸ söylem alanıyla kesiştirmektedir. YouTube’daki dinsel-dramaturjik söylem dönüşümünü ele alan bu çalışmanın katkısı ise Goffman’ın söyleme dair fiilen yapmış olduğu şeyin adını koymaktan ibarettir. Nitekim dramaturji-söylem birlikteliği Goffman’de doğrudan mevzubahis edilmeyen bir husustur. Esasen bu çalışma da söz konusu iki bakış açısının kesişimini dijitalleşme süreci ekseninde ele alarak Goffman’ın analog düzlemde gerçekleştirdiği şeyi bir adım ileriye taşımaya çalışmaktadır. Dramaturji ve söylem analizinin dijitalleşme zemini üzerinde sentezlenmesinin ikinci nedeni ise şudur:

Goffman’ın argümanlarının izi sürüldüğünde tıpkı fiziksel ilişkilerin temelinde maskeleme/sahneleme olduğu gibi dijital araçlarla dolayımlanmış ilişkilerin temelinde de benzer bir maskeleme/sahneleme olduğu görülmektedir. Ancak bu maskeleme, gerçek bir sahne marifetiyle icra edilir. Goffman’ın anlamda bir karşılaşma/yüz teması esnasında maskenin (persona) ardını görmek veya gösterinin arka planına erişmek iki şekilde mümkündür: Ya maskelemenin olmadığı sahne arkasına fiziksel olarak girerek ya da oyuncunun asıl niyetinin gösterdiğinden daha farklı olduğunu anlamayı sağlayan ipuçlarını keşfederek.²⁹ YouTube gibi dolayımlanmış sahnelerde, sahne arkasını fiziksel olarak görmenin imkânı yoktur. Dolayısıyla, dijital sahnede eylemde bulunan oyuncunun “rolden anlık olarak sıyrıldığı anları” yakalayarak ya da “açık verdiği hâlleri” gözleyerek sahne arkasına ulaşmak gerekmektedir. Bu noktada analitik bir araç olan söylem analizi hem oyuncuların maskesini aralamayı hem de bu maskenin ardını görmeyi sağlamakta ve söylenenin art alanındaki anlamları yorumlama imkânı sunmaktadır.³⁰ Yani Goffman’ın dramaturji kuramı, analog bağlamı çözümlemede etkili olsa da dijital alanda yetersiz kalmaktadır; çünkü dijital uzamda sahne arkasını bütünüyle görmek teknik olarak mümkün değildir. Bu durum doğal olarak dijital uzamda gerçekleştirilen dramaturjik bir eylemin

²⁶ Goffman’e göre dramatisasyon, sosyal statünün gereklerini abartılı ve etkileyici bir şekilde yerine getirme çabasıdır. Bu bağlamda cerrahlık, boksörlük, polislik ve kemancılık gibi meslekler dramatisasyonun en belirgin şekilde sergilendiği alanlar arasında yer alır; bk. Erving Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, çev. Barış Cezar (İstanbul: Metis Yayınları, 2021), 41.

²⁷ Goffman’ın Foucault’cu anlamda bir söylem yazarı olarak açıkça konumlandırıldığı çarpıcı bir analiz için bk. Louis Menand, “Some Frames for Goffman”, *Social Psychology Quarterly* 72/4 (2009), 296.

²⁸ Erving Goffman, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (Boston: Northeastern University Press, 1986).

²⁹ Bu yoruma Goffman’ın tüm eserleri süzülerek ulaşılsa da bazı özel referanslar için bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 118; Erving Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, çev. Fahri Öz-Devrim Kılıçer (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2020), 97; Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 395.

³⁰ Nitekim söylemleri ve eylemleri doğrudan gözlemek mümkün olmadığından, onlar ancak kendilerine yüklenen anlamlar, niyetler ve amaçlar doğrultusunda yorumlanabilirler; bk. Teun A. van Dijk, *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk* (New York: Cambridge University Press, 2009), viii.

varlığını doğrulamayı da zorlaştırmaktadır. Ancak söylem analizi, ima edilene odaklanarak bu açığı kapatmakta ve sahne arkasını dolaylı yoldan görünür kılmaktadır.³¹ Özetle dramaturji kuramının zayıf noktalarını gideren yeni söylem analizi modeli, dijital uzamdaki eylem biçimlerini çözümlemeyi amaçlayan bu çalışmada, kuramı tamamlayıcı bir araç olarak işlev görmektedir.

Teorinin son katmanı ise dinî temsillerdir. Bu çalışmanın konusunu oluşturan dinî temsiller; dijital kültür-dramaturji-söylem katmanlarının oluşturduğu üçgenin merceğinden analiz edilmek üzere seçilmiştir.³² Dramaturjik bir sahneye dönüşen YouTube platformunda yalnızca seküler yapıdaki dramalar sahnelenmez. Aksine burada seküler oyuncuların alternatifi olan bazı dindar oyuncular, YouTube platformunda daha önce temsil edilmeyen mütedeyyin/muhafazakâr bir kitle için birtakım dinî performanslar sahnelemekte ve böylece platformda var olan “dinî boşluklar”ı doldurmaktadırlar. Bu yolla dinî düşünceler, idealler ve ritüeller; dramatik bir temsiliyet biçimi almaktadır. YouTube’daki dindar oyuncular, tıpkı seküler muadilleri gibi genellikle amatör genç figürlerden oluşmaktadır.³³ Bu oyuncular tarafından sergilenen dinî performanslar ise büyük oranda ritüelistik ve tekrara dayandığı için izleyicilere “sonsuz taklit”³⁴ imkânı vermektedir. Bununla beraber hem YouTube’un hem de din fenomeninin kendine özgü bir etik anlayışı bulunmakta ve bu etik anlayışlar arasında temel bir çatışmanın olduğu görülmektedir. Bu çatışmaya rağmen YouTube ve din, kendi etik anlayışından bazı ödünler vererek ortak bir noktada buluşmaya çalışmaktadır. Ancak bu süreçte dinî unsurların YouTube’da var olabilmek adına çok daha fazla ödün vererek platformun mantığına uyum sağladığı ve çok sayıda “çarpıtılmış dinî temsilin”³⁵ üretilmesine neden olduğu görülmektedir. Bu açıdan dinî unsurlar, büyük oranda kutsal özünden sıyrılarak seyirlik bir nesneye dönüşmekte ve bu yolla bizzat kendi varoluşunu çeşitli itiraz ve saldırılara açık hâle getirmektedir.³⁶ Özetle dijitalleşme sürecinde din; kutsal kaynağına ve kutsallık iddiasına rağmen, YouTube’un mantığına adapte edilerek YouTube sahnesinde icra edilen dramaturjik bir temsiliyet nesnesi hâline getirilmiştir ya da getirilmek zorunda kalmıştır.

2. Yöntem

Dinî temsillerin dijital ortamda farklı görünümlemlerle sergilendiğini ve yeni dinî kültür biçimlerinin inşa edildiğini ileri süren bu çalışmanın metodolojik çerçevesini nitel araştırma paradigması oluşturmaktadır. Pozitivist yaklaşımın uzun süre baskın olduğu nitel araştırma alanında son dönemlerde “yorumlayıcı yaklaşımlar”, “bağlamsal analiz” ve “çoklu yöntem kullanımı” gibi alternatif eğilimlerin ortaya çıkması dikkat çekmektedir.³⁷ Sosyoloji alanında da böylesi bir

³¹ Söylem analizinin temel yapısı ve bileşenleri üzerine detaylı bilgiler için bk. Ruth Wodak, “Aspects of Critical Discourse Analysis”, *Zeitschrift Für Angewandte Linguistik* 36/10 (2002); Norman Fairclough, *Media Discourse* (London: Arnold, 1995); Siegfried Jäger, “Discourse and Knowledge: Theoretical and Methodological Aspects of a Critical Discourse and Dispositive Analysis”, *Methods of Critical Discourse Analysis*, ed. Ruth Wodak-Michael Meyer (London: Sage, 2001), 32-62.

³² Uygulamalı çalışmalarda farklı perspektiflerden veya disiplinlerden senkronize bir biçimde destek alan yöntemsel bir yaklaşım olarak üçgenlemeye dair bk. Uwe Flick, “Triangulation”, *The Sage Handbook of Qualitative Research*, ed. Norman K. Denzin-Yvonna S. Lincoln (Los Angeles: Sage Publications, 2018).

³³ YouTube günümüzde profesyonellerin de müdahil olduğu bir alan olsa YouTube’un çıkış noktası ve hedeflediği asıl kitle amatörlerdir; bk. Michael Strangelove, *Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People* (Toronto: University of Toronto Press, 2010), 6.

³⁴ George Herbert Mead, *The Philosophy of the Present* (London: Open Court, 1932), 186.

³⁵ Knut Lundby, “Public Religion in Mediatized Transformations”, *Institutional Change in the Public Sphere*, ed. Fredrik Engelstad vd. (Berlin: De Gruyter, 2017), 259.

³⁶ Bu yoruma ilham veren kıymetli bir eser için bk. Guy Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, çev. Ayşen Ekmekçi-Oksan Taşkent (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996).

³⁷ Norman K. Denzin-Yvonna S. Lincoln, *Collecting and Interpreting Qualitative Materials* (Los Angeles: Sage Publications, 2013), 398-399; Sharan B. Merriam, “How Context Shapes The Design and Implementation of A Qualitative Study”, *Qualitative Research in Practice: Examples For Discussion and Analysis*, ed. Sharan B. Merriam-Robin S. Grenie (San Francisco: Jossey-Bass, 2019), 54.

paradigma değişiminin somut örneklerine rastlamak mümkündür. Özellikle Mead’le başlayıp Blumer ve Goffman gibi mikro alana merceğini çeviren sosyologlar tarafından geliştirilen bu yeni yöntemsel yaklaşımda “değişkenlik,” “yorumsallık” ve “keşfedicilik” gibi temel unsurlar öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, sürekli dönüşüm hâlinde olan toplumsal gerçekliğin doğru bir biçimde çözümlenebilmesi için ona yakın bir perspektiften yaklaşılması, yani bir tür mikroskop merceğinden bakılması gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca bu dinamik alanı yapısal düzlemde kanıtlamaya çalışmak yerine, etkileşimsel düzlemde keşfetmek gerektiği savunulmaktadır.³⁸ Bu araştırmada da Mead, Blumer ve Goffman’ın sosyal gerçekliğin araştırmacıdan bağımsız sabit bir olgu olmadığı; aksine zamana, koşullara ve bireylere bağlı olarak sürekli bir yorum zinciri içinde inşa edildiği yönündeki metodolojik yaklaşımları esas alınmış ve bu çerçevede dijital kültür ortamında performe edilen dinselliğin yeniden bir okuması yapılmıştır.

2.1. Çalışma Grubu

Bu çalışma YouTube’daki öteki dindar vlogger muadillerini domine ederek onlara öncülük eden, Huzme adıyla çevrimdışı ortamda (analog bağlamda) faaliyet gösteren mütedeyyin bir kadın platformuna ait bir YouTube kanalıyla sınırlandırılmış ve bu kanalda paylaşılan içeriklere tematik bir analiz yapılmıştır.

Huzme; gençlere yönelik faaliyetler yürüten Bursa merkezli mütedeyyin bir oluşumdur. Grup; her ne kadar kendisini bağımsız bir yapı olarak tanımlasa da tüm söylemlerini Said Nursi’nin düşüncelerine referansla inşa etmekte; bu açıdan Nurculuğun alt kollarından birini temsil etmektedir.³⁹ Yenilikçi ve dinamik bir yapıya sahip olan bu grup, dinî-cemaatsel değerlerini modern yaşam biçimiyle bütünleştirmekte ve profesyonel düzeyde organize olmuş bir yapı görüntüsü çizmektedir. Nitekim grup; “Huzme Kızları” olarak adlandırılan yaklaşık yirmi kişilik çekirdek bir kadronun öncülüğünde Enstitü, Bilişim, Kafe-Mutfak, Junior ve Yade Butik gibi alt birimlere ayrılarak profesyonel bir iş bölümü yapmaktadır. Bunlardan Huzme’nin beyin takımı olarak cemaat normları ekseninde programlar geliştiren Enstitü Ekibi ile dijital etkinlikleri üretip kitlelere yayan Bilişim-YouTube Ekibi, grubun sahadaki en aktif birimleridir.⁴⁰ Bununla beraber Huzme Kafe; kadınlara yönelik ücretsiz ve güvenli bir mekân sunma iddiasındayken, minimal ve özgün bir tesettür anlayışına dayalı alternatif bir moda anlayışı geliştiren Yade Butik ise grubun kendine ait markası olarak üretim ve satım işlemlerini gerçekleştiren finans kaynağıdır.⁴¹ Huzme; Nurculuğun modernize edilmiş bir versiyonu olarak sosyal medyada aktif olan “Neo-Nurcu” akım içinde konumlanmakta ve geleneksel dinî yapılanmalardan farklılaşarak yeni iletişim araçlarına büyük oranda uyum sağlamış görünmektedir. Türkiye’deki modern dinî grupların evrimi açısından önemli bir örnek teşkil eden bu oluşum, popüler kültürle bütünleşmiş “melez dinî söylemi”⁴² temsil etmekte ve genç nesillere hitap eden bir tür dijital cemaat formu oluşturmaktadır.

³⁸ George Herbert Mead, *Zihin, Benlik ve Toplum*, çev. Yeşim Erdem (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2021); Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (California: University of California Press, 1986); Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*.

³⁹ Bk. Dernek Bilgi Sistemi (DERBİS), “İllere ve Faaliyet Alanlarına Göre Dernekler” (Erişim 7 Mayıs 2023); Huzme Bursa YouTube (Erişim 7 Mayıs 2023); Huzme Bursa X (Erişim 7 Mayıs 2023); Huzme Bursa Instagram (Erişim 7 Mayıs 2023); Huzme Bursa, “Biz Kimiz?” (Erişim 7 Mayıs 2023).

⁴⁰ Huzme Bursa Instagram, “Huzme Enstitü” (Erişim 8 Mayıs 2023); Huzme Bursa, “Risale-i Nur Nedir?” (Erişim 8 Mayıs 2023)

⁴¹ Yadeofficial Instagram (Erişim 8 Mayıs 2023).

⁴² Sosyoloji literatüründe bir yandan geleneksel dinî söylemin modern dinî söyleme evrildiğini ifade eden; diğer yandan bu dönüşüm sürecinin homojen olmadığını ve ortaya çıkan yeni dinî söylemin parçalı, çok renkli ve melez bir görünüm sergilediğini vurgulayan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Örneğin bk. Necdet Subaşı, *Gündelik Hayat ve Dinsellik* (İstanbul: İz Yayıncılık, 2018); Nilüfer Göle, *Melez Desenler: İslam ve Modernlik Üzerine* (İstanbul: Metis Yayınları, 2017); Daryush Shayegan, *Melez Bilişim*, çev. Haldun Bayrı (İstanbul: Metis Yayınları, 2023).

Bu çalışmada Huzme'nin YouTube kanalındaki videolar analiz edilmek üzere seçilmiş ve bu seçim sürecinde ölçüt örnekleme tekniğine bağlı kalınmıştır. 20 Ağustos 2023'te yapılan son güncelleme verisine göre kanalda yer alan 200 uzun video tematik olarak tasnif edilmiş; ardından analiz edilmek üzere her bir tema kapsamındaki videolar ise yine o tema kapsamında listelenen “en eski”, “en yeni” ve “en popüler” şeklindeki üç ölçüte göre seçilmiştir. Bu kapsamda nihai olarak belirlenen 7 tema bulunmakta ve her bir tema kapsamında bahsedilen 3 ölçütü örnekleyen videolardan birer tane olmak üzere toplamda 21 video analiz edilmiştir. Seçim sürecinde yalnızca 200 adet uzun video dikkate alınmış; 380 kısa video ise araştırma bulgularını desteklemek amacıyla yer yer referans olarak kullanılmıştır. Araştırmada ele alınan temalar ise şunlardır: “dinî özneleşme”, “gündelik hayat”, “mahremiyet”, “tüketim-sekülerleşme”, “çatışma-mücadele”, “otorite” ve “dinî melezleşme”. Bu temalar, araştırmanın başlangıcında dijitalleşme bağlamında yapılan genel gözlemler sonucunda sezilenmiş; ancak son biçimini Huzme videolarının izlenmesi, kodlanması ve benzer kodların gruplandırılmasıyla almıştır. Bununla birlikte kanalda yer alan 20'si uzun, 11'i kısa olmak üzere toplam 31 video (görsel metin); Huzme'nin konuklarıyla gerçekleştirdiği röportajlardan oluştuğu ve platforma ilişkin doğrudan veri sağlamadığı için bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Tablo 1. Huzme Kanalındaki Videoların Kod-Tema Tasnifi

Temalar	Kodlar
Dinî Özneleşme	Tanıtım, Misyon-Vizyon, Soru-Cevap
Gündelik Hayat	Sesli-Sessiz Vlog, Gezi, Tarif, Kişisel Bakım
Mahremiyet	Kadın, Tesettür, Evlilik-Aile
Tüketim-Sekülerleşme	Alışveriş, Lüks Yaşam, Minimalizm, Marka/Ürün/Mekân Tanıtımı
Çatışma-Mücadele	Eleştiri, Çatışma, İroni, Savunma
Otorite	Bilgilendirme, Çağrı-Yönlendirme, Tavsiye
Dinî Melezleşme	Z Ekip, Madde-Mana Sentezi, Gelenek-Modernite Sentezi, Doğu-Batı Sentezi

Tablo 2. Huzme Kanalındaki Videoların Temalara Göre Dağılımı

Temalar	Uzun Video Sayısı	Kısa Video Sayısı	Toplam
Dinî Özneleşme	21	30	51
Gündelik Hayat	58	27	85
Mahremiyet	6	24	30
Tüketim-Sekülerleşme	11	14	25
Çatışma-Mücadele	17	52	69
Otorite	57	172	229
Dinî Melezleşme	10	50	60
Diğer	20	11	31
Toplam	200	380	580

Tablo 3. Temalara Göre Analiz Edilen Videoların Listesi

Temalar	Videolar	Video Kodu
Dini Özneleşme	Bu yola nasıl çıktık? / Lisenize geliyoruz/ Sessiz Vlog	V1
	Huzme Nedir/ Nasıl Tanıştık/ Çok Merak Edilen Sorularınızı Cevaplıyoruz/ Soru-Cevap / Sessiz vlog	V2
	Uzaklar Yakın Olunca/Huzme The Vision S2B1	V3
Gündelik Hayat	Huzme’de sakin bir sabah / Sessiz Vlog	V4
	Müslüman Genç Kızın Bir Günü 2 / Sessiz Vlog // A day in the life of a Muslim girl 2 / No talking	V5
	Ramazan’da bir günüm nasıl geçiyor? / Sesli Vlog	V6
Mahremiyet	Astronot Çift - Birlikte Mars’a Uçtuk! /Bizimkiler/Sessiz vlog	V7
	Tesettür Hakkında Tüm Eleştirilere Cevap! #tesettürmanifestosu	V8
	Kadın Hakkındaki Tüm Sorulara Cevap! / Feminizm	V9
Tüketim	Huzme’deki ofisimizi yaptık / Ikea Alışverişi / Office Makeover	V10
	Yeni Başlangıçlar/Sade Yaşam/Minimalizm-New Beginnings/Minimalism	V11
	Huzme İstanbul Buluşmasında Neler Oldu?	V12
Çatışma- Mücadele	15 Temmuz Şehitlerine/Huzme	V13
	Bana İslâm’ın Doğru Din olduğunu İspatla!	V14
	Yobazsınız iddialarına cevap!	V15
Otorite	İtikaftayım / Yalnız değilsin / Sessiz Vlog	V16
	Seni harekete geçirecek 5 madde! BÜKRE AKTAŞ	V17
	Hadislere %100 Güvenilebilir miyiz?	V18
Dini Melezleşme	Pomodoro Tekniği ile Çalışma/Tarihçe-i Hayat Kitabı	V19
	İnceleme/Huzme Enstitü	V20
	Yaş16/Bu Kafayla Biraz Zor #zkuşağı En Büyük Hayalimiz/The Vision S1B3	V21

2.2. Veri Toplama

Bu araştırmanın veri toplama sürecinde, siber-etnografik gözlem ve dokümantasyon teknikleri birlikte uygulanmıştır. Burada Huzme grubunun dijital ortamda görünür olma biçimleri, paylaştıkları içerikler temel alınarak seyirci konumunda gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle grubun YouTube kanalına abone olunmuş, burada paylaşılan tüm içerikler doğrudan platform üzerinden takip edilerek katılımcı gözlem gerçekleştirilmiştir. Ancak bu katılımcı gözlem sırasında grubun içerik oluşturma sürecine beğeni, yorum veya etkileşim yoluyla doğrudan müdahalede bulunulmamış; yalnızca izleyici düzeyinde pasif bir gözlemle yetinilmiştir. Verilerin toplanmasında lurker (gizli izleyici) düzeyindeki bu pasif gözlem, uzun süreli veri takibini mümkün kılmak amacıyla aralıklı gözlem tekniğiyle desteklenmiştir. Bu yöntem, zamana yayılan içeriklerin daha bütüncül bir biçimde analiz edilmesine olanak tanıdığı için tercih edilmiştir. Araştırmada kullanılan diğer bir veri toplama tekniği ise doküman analizi olmuştur. Bu teknik, farklı platformlarda genel olarak gözlemlenen Huzme’nin YouTube kanalında yer alan içeriklerinin önce tamamının izlenip tasnif edilmesi, ardından Tablo 3.’te verilen 21 videonun seçilmesi, bu videoların detaylı bir biçimde incelenmesi ve son olarak bu videolardan elde edilen verilerin kaydedilmesi sürecini kapsamaktadır. Özetle doküman analizi, bu çalışmada gözlem verilerini destekleyici ve tamamlayıcı bir veri kaynağı olarak kullanılmıştır.

2.3. Veri Analizi

Araştırmada toplanan veriler, yani görsel metinlerden süzülerek elde edilen dramaturjik dinî bağlam; eleştirel söylem analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. Eleştirel söylem analizi (ESA), söylenen şeylerden daha çok ima edilenlere odaklanan bir teknik olduğundan, söylem analizi yapılan videolardaki arka plan, jenerik müziği, sahne, giyim-kuşam, beden hareketleri, jest ve mimiklerden, yani bağlamdan (context) elde edilen veriler; videoların içeriği, yani metin (text) ile karşılaştırılarak yorumlanmaktadır.⁴³ Burada toplanan verileri analiz etmek amacıyla, dramaturjik ilkelerle harmanlanan bir “Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli” kullanılmıştır. Bu model, söylem analistlerinden van Dijk⁴⁴ ve van Leeuwen’in⁴⁵ modellerinden etkilenmekle birlikte, bu araştırmanın kuramsal perspektifi, varsayımları, amaçları ve ihtiyaçları ekseninde tarafımızca geliştirilmiştir:

Tablo 4. Videoların Analizinde Kullanılan Eleştirel Söylem Analizi Modeli

Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli (Dijital-Dramaturjik Söylem Modeli) 1. Makro Analiz a. Biçimsel Unsurlar (Video Başlığı, Tarihi, Süresi, Beğenilme Sayısı, Etiketler) b. Sahne (Video çekilen mekân ya da mekânlar) c. Karakter-Oyuncu (Vlogta konuşan ya da yazan özne /Her zaman aynı kişi olmayabilir) d. Takım (Performansı gerçekleştiren ya da izleyen bireyler kümesi) e. Üslup ve Dil (Gündelik, Akademik, Sıradan, Basit, Elit...vs) 2. Mikro Analiz a. Sentaks (Metni yazılı formatta, cümle düzeyinde analiz etme) b. Performans (Metnin söylenme ve canlandırılma biçimini analiz etme) c. Retorik (Görsel metnin dili, arka plan ve bağlam ekseninde izleyiciye ne sunar? -Oyuncu perspektifinden İzlenim Denetimi-) 3. Eleştirel Analiz a. Çelişkili İkili Anlamlar (Anlık ipuçları sayesinde söylenene ve görünen muhalif anlamları bulma) b. Söylenmeyen Gizli Anlam (Metindeki boşlukları ortaya çıkarma) c. İzlenim Eleştirisi (İzleyicide inşa olan anlamı okuma)
--

Bu araştırma, söylem alanındaki öncü teorisyenlerden büyük ölçüde yararlanmakla birlikte, görsel metinlerde sergilenen performansları söylem çözümlemesine tabi tutma amacı taşıdığı için kendi kavramsal çerçevesini geliştirme gereği duymuştur. Bu doğrultuda araştırmanın amaçları, kuramsal perspektifi ve ilham aldığı varsayımlar çerçevesinde “oyuncu”, “sahne”, “takım”, “performans”, “izleyici” ve “izleyicide oluşan izlenim” gibi temel kavramlar üzerinden söylem çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında geliştirilen model, dijital araçlarla şekillenen kişilerarası ilişkilerin dinamiklerini keşfetmeyi ve alana bu yönüyle katkı sunmayı hedeflemektedir.

⁴³ Söylem üzerine çalışan öncü ve kurucu figürler; eleştirel söylem analizini retorik üzerine inşa edilen, dil pratikleriyle bağlantılı olan ve yorumbilimle yakın sınırlarda çalışan sosyolinguistik nitel bir yöntem olarak tanımlamaktadır. Bu yönüyle ESA; alanda her şeyden önce güçlü bir teorik perspektif ve nitel bir yöntem olarak konumlandırılmıştır. Ancak söylemin bu genel ve müphem felsefi kökeni zaman içinde spesifik metinlerin daha belirgin bir çerçeve içinde analiz edilmesi şeklinde bir dönüşüm geçirmiş ve eleştirel söylem analizi özellikle dilbilim ve iletişim alanlarında başvurulan daha somut bir teknik olarak kullanılmaya başlanmıştır.

⁴⁴ Bk. Teun A. van Dijk, *News Analysis: Case Studies of international and National News in the Press* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988); Teun A. van Dijk, *News As Discourse* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988)

⁴⁵ Bk. Gunther Kress-Theo van Leeuwen, *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication* (London: Edward Arnold, 2001); Gunther Kress-Theodoor van Leeuwen, *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (London: Routledge, 2006).

2.4. Geçerlik ve Güvenirlik

Söylem analizi temelli bu araştırma, her ne kadar istatistiksel araştırmalardaki güvenilirlik ve geçerlik testlerini gerektirmese de bilimsel sınırları korumak adına çeşitli önlemler almıştır. Öncelikle burada geliştirilen “Eleştirel Söylem Analizi Uygulama Modeli”; profesyonel ve amatör düzeydeki görsel metinleri eleştirel düzeyde çözümlemeye olanak sağlayacak şekilde farklı videolar üzerinde test edilerek rafine edilmiştir. Ayrıca çalışmanın tema tutarlılığı ve söylemsel-dramaturjik analizleri, alanında uzman üç akademisyenin görüşleri alınarak revize edilmiş; daha sonra Huzme İlim ve Kültür Derneği’nde yapılan yerinde gözlemlerle bu analizlerin gerçek hayattaki yansımaları incelenmiştir. Bu süreç bir yandan çalışmanın yorumsal derinliğini korurken diğer yandan bilimsel güvenilirliğini artırmayı ve elde edilen modeli geçerli kılmayı mümkün kıldığından, çalışmada böylesi bir desen takip edilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Makro Analiz

Araştırmanın bu kısmında tekrara düşmemek için yukarıda verilen 21 videonun tamamı; biçimsel unsurlar, sahne, oyuncu, takım ve kullanılan dil formu bakımından karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Biçimsel Unsurlar: Huzme kanalında 2019’dan 2023’e değin genelde haftada bir içerik paylaşımı yapılmaktadır. Ortalama 10’ar dakikalık videoların izlenme, beğeni ve yorum yoluyla en çok etkileşim alan içerikleri genelde “gündelik hayat teması” kapsamındaki V4, V5 ve V6 kodlu videolardır. Kanalda en az etkileşim üreten videolar ise Huzme’nin politik bir vaziyet aldığı “15 Temmuz” konulu V13 ve “yobazlık”la ilgili V15 olmak üzere çatışma teması kapsamındaki videolardır. Ayrıca “otorite teması” kapsamında yer alan ve hadislerle ilgili V18 kodlu içerik, en az izlenen videolar arasında yer almakta ve kanaldaki en fazla olumsuz geri bildirim alan içerik olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, popüler kültür mantığına uyum sağlayarak üretilen nahif içeriklerin izleyici tarafından daha kolay benimsendiğini göstermektedir. Buna karşılık, belirgin politik söylemler ya da geleneksel dinî otorite vurgularının yer aldığı içeriklerin ise izleyici tarafından daha fazla reddedildiği ve içerik üreticisinin imajını zedeleme potansiyeline sahip olduğu söylenebilir.

Sahne: İstisnasız tüm içeriklerde performansların icra edildiği asıl sahne mekânı olarak Huzme’nin Bursa merkezli binası kullanılmıştır. Genelde kanalın ilk içeriklerinde mutfak-kafe, bilişim, çalışma odası, sanat odası, namaz odası ve teras gibi bu binanın çeşitli bölümlerinden oluşan iç mekân kullanımına; son içeriklerde ise bu iç mekânın yanı sıra kafeler, camiiler, parklar, tekneler, marketler, mağazalar, ormanlık alanlar ve seyahat edilen yerlerdeki ikonik yapılar gibi aydınlık ve ferah olmasına dikkat edilen çeşitli dış mekânların kullanımına ağırlık verildiği görülmüştür. Özellikle mahremiyet teması kapsamındaki V8-V9 kodlu içerikler ile sekülerleşme teması (V10, V11, V12) ve melezleşme teması (V19, V20, V21) kapsamındaki içeriklerde dış mekân kullanımı belirgin şekilde artmıştır. Sahne olarak dış mekânın tercih edilmesi yönünde meydana gelen bu değişimi ve canlı-ferah mekânların tercih edilmesini Huzme’nin dinamik ve dışa dönük bir imaj çizmeye çalıştığını gösteren stratejik bir hamle şeklinde değerlendirmek mümkündür.

Oyuncular: Huzme’nin tüm içeriklerinde içeriği yürüten başlıca tekil bir oyuncu bulunmaktadır. İlk bakışta tüm içerikleri aynı oyuncunun sahnelediği düşünülse de bütünsel değerlendirildiğinde Damla, Yağmur, Bükre ve Edibe gibi ekibin önde gelen simalarının bu “Huzme Kızı” karakterini canlandığı görülmektedir. Bu durum; oyuncuların aynı stilde giyinmiş olmaları, yüzlerinin gösterilmemiş olması ve tekil oyuncu olarak sahne almalarından kaynaklanmaktadır. İlk içeriklerde bu özneler ayrı ayrı rol alırken örneğin “tekne buluşmasını” konu edinen V12 gibi

sonraki içeriklerde sıkıcılığı önlemek adına izleyicilerden bazı konuk oyuncular rol almaktadır. Ayrıca Huzme; “feminizm”i konu alan V9 içeriğinde görüldüğü üzere ekseriyetle kadın oyuncularını davet ederken “aile” konulu V7 ve “vizyon-misyon” konulu V3 kodlu içeriklerde paralel erkek ekibi olan Maksat 114’ten bazı erkek oyuncuların oynamasını mümkün kılmıştır. Huzme’nin bu çoklu oyuncu tercihi içeriklerdeki rutini bozma ve kanalın sürekliliğini sağlama açısından işlevsel bir uygulama olarak değerlendirmek mümkündür.

Takım: Huzme; ilk içeriklerin sahne önünde çoğu zaman tekil özne bulundurmakta, böylece kanal tek kişiye aitmiş gibi bir görüntü çizmektedir. Bu içeriklerde takım işbirliği yokmuş gibi görünse de gerçekte ilkten sona tüm içeriklerde örtülü bir takım iş birliği muazzam derecede bulunmaktadır. Örneğin “melezleşme” temalı V19 ve V20 içeriklerinde sahne önüne yansıyan bir takım iş birliği olmasa da videoların etiketinden ilkinin Huzme Enstitü, ikincisinin ise Z Ekip tarafından üretildiği anlaşılmaktadır. İlerleyen içeriklerde ise bu takım iş birliği daha açık bir biçimde gösterilir. Örneğin “gündelik hayat” kapsamındaki V6’da neredeyse tüm ekip sesli olarak performansa dahil olmuş; “tüketim” temalı V12’de ise içerik üreticisi ile içerik tüketicisi, sahne önünde tek bir takım olarak performansta bulunmuştur. Yani grubu sosyal ağlardan takip eden kalabalık bir izleyici kitlesi oyuna dahil edilerek bir tür aktif izleyici performansı üretilmiştir. Son olarak V3 ve V7 gibi bazı videolarda Huzme’nin Maksat 114 gibi farklı ekiplerle ortak içerikler üretmek suretiyle örgütlü, açık ve profesyonel düzeyde bir takımlar arası iş birliği yaptığı görülmektedir. Huzme’de meydana gelen bu değişimi; bireysel benlik sunumu yaparak izleyicide kabul gördükten sonra topluluk (cemaat) bağlarını, dolayısıyla takım içi ve takımlar arası iş birliğini güven içinde açığa vurma çabası olarak değerlendirmek mümkündür.

Kullanılan Dil: Huzme’nin dilsel açıdan yaşadığı en radikal dönüşüm uzunca bir süre boyunca oyuncuların görüntüleriyle beraber seslerini saklamaktan vazgeçmeleridir. Nitekim V4, V16 ve V19 gibi içeriklerde görüldüğü üzere kanalda uzunca bir süre boyunca müzik eşliğinde gerçekleştirilen sessiz performanslarda izleyiciye verilmek istenen mesajlar çoğunlukla görseller üzerinden performatif bir biçimde sunulmuş; belirtilmek istenen özel hususlar ise az sayıdaki altyazıyla ifade edilmiştir. Ancak Huzme; V14, V15 ve V18’te açıkça görüldüğü üzere ideolojik bir mesaj vermek için duygusal ve gündelik dilden belirli oranda sıyrılarak tartışmacı, kanıtlayıcı ve güçlü bir anlatım biçimine ancak ses unsuru kullanarak bütünüyle kavuşmuş görünmektedir. Bu durumu, Huzme’nin doğal gelişim ve yenilenme sürecinin bir parçası olarak çağrı yakalamak ve YouTube platformuna uyum sağlamak zorunda olmasının bir göstergesi olarak okumak mümkündür. Ayrıca V1, V4, V10, V16, V19 gibi ilk içeriklerinde daha belirgin olsa da Huzme’nin tüm içeriklerine büyük oranda az sayıda sözcükler veya emotikonlarla inşa edilen basit, duygusal, içtenlikli bir gündelik dil sinmiştir. Son içeriklerde artan profesyonelleşmeyle birlikte dinlendirici ve sakin konuşma biçimi yerine hızlı, dinamik, özgüvenli ve akademik bir üslup kullanılmıştır. Bu değişim belirgin olsa da içeriğin formatına göre, örneğin V3, V6 ve V12 gibi akademik bir biçimde kurgulanmış içeriklerde bazen duygusal-gündelik dile geçiş yapıldığı da söz konusudur. Video içeriğinde anlık olarak görünür olan bu değişimleri içeriğin etkileme gücünü artırma girişi olarak değerlendirmek mümkündür.

3.2. Mikro Analiz

Bu başlıkta incelenen tüm videolar birer görsel metin olarak ele alındığından, videolara hem cümle düzeyinde sentaktik analiz yapılmış hem de performans biçimleri bütünsel olarak değerlendirilmiştir. Buna göre her bir video kendi retorikini oluşturmakta, belirli bir arka plan ve bağlam çerçevesinde izleyiciye spesifik düşünce biçimleri sunmakta veya zaman zaman bunları dolaylı yoldan aktarmaktadır. İşte burada oyuncuların yazılı ve görsel dili birleştiren

performanslarıyla vermeye çalıştıkları ve verdikleri izlenimler, videolardaki göstergeler üzerinden analiz edilmiştir.

Sentaks: Araştırma konusu edilen tüm görsel metinler sentaktik bir çözümlemeye tabi tutulduğunda, ortak dört husus tespit edilmiştir:

Birincisi ilk içeriklerde çok daha belirgin olmakla beraber tümünde belirli oranda devrik cümleler ve eksilteli yapıların kullanılmasıdır. Örneğin V1'deki “Gençlere hitap eden bir yer arayışı içindeymişiz hepimiz.” ve “İmkânsız gibi görünse de öğrenci hâlimizle çıktık yola.” gibi devrik ifadeler ile “O’na çıkan her yolda koşturmaya devam... Son nefese kadar... Seminerler...” veya V4'teki “Huzmede bir sabah... Bugün Pazar... Huzme sakın, kalabalık olmadığı için hızlı bir kahvaltı... Biraz çilek ve biraz süt...” gibi eksilteli ifadelerde (elliptical constructions)⁴⁶ görüldüğü üzere içerik üreticisinin izleyici ile samimi bir bağ kurma çabasında olduğu görülmektedir. Ayrıca konuşma diline uygun olan bu anlatım biçimlerinden özellikle eksilteli yapılar, düşüncenin tamamlanmamışlığını yansıtarak izleyiciyi zihinsel olarak sürece dahil etmekte ve yine izleyicinin gönderilen mesajı zihninde tamamlamasına olanak tanımaktadır.

İkincisi çoğul zamirlerin ve etken yapılı cümlelerin sıklıkla kullanılmasıdır. V1'deki “start verdik”, “siz çağırın biz gelelim :)” ve “Hadi birlikte yapalım.” ifadeleri ile V10'da geçen “Hem çok heyecanlı hem de çok mutluyduk. Çok uzun süredir yapılacaklar listemizde yer alan Huzme ofis odasını gerçekleştirme kararı almıştık. Belli nedenleri vardı ertelememizin.” gibi ifadelerde görüldüğü üzere grup; aktif bir özne olarak alanda konumlanmakta ve izleyiciyi bu faaliyete açıkça davet etmektedir. Bu strateji hem grup içi dayanışmayı göstermesi hem de içerik üreticinin sadece bilgi sunan bir pozisyon yerine izleyiciyle aynı deneyimi paylaşan bir katılımcı olduğunu ima etmesi açısından dikkat çekmektedir. Genelde betimleyici, kadınsı ve duygudaş bir anlatım biçimini etken yapılı cümleler üzerinde sıkça kullanan Huzme; özellikle gündelik hayata ilişkin rutinleri icra ettiği sahnelerde “ben dili”ni, ideolojik yönlendirme yaptığı sahnelerde ise daha çok “biz dili”ni kullanmaktadır. Bu dilsel strateji, dinî hususların vurgulandığı kısımlarda grubun bir misyonu olduğu algısını güçlendirmekte ve izleyiciyi bu misyonun bir parçası olmaya teşvik etmektedir.

Üçüncüsü; Huzme'ye diyalog ve yönlendirme imkânı veren soru cümleleri ve emir kiplerinin kullanılmasıdır. Örneğin V8'de geçen “Tesettür nedir?”, “Ne değildir?” gibi soru cümleleri; izleyiciyi düşünmeye ve tartışmaya yönlendiren bir tür diyalog yöntemidir. Bu yapılar, içerikleri tüketenleri bireysel bir sorgulamaya davet ederken aynı zamanda kolektif bir diyaloga katılmaya da çağırılmaktadır. Yine V3'te geçen “Bir yoldaş arıyorduk, sizleri bulduk. Birbirimize iyi gelelim olur mu?” şeklindeki sempatik soru-cevaplarda görüldüğü üzere Huzme, dijital mesafenin araya koyduğu soğukluğu gidermeye çalışmaktadır. Soru kalıpları bir yandan izleyiciyi içeriğin aktif bir parçası hâline getirirken öte yandan içerik üreticisinin bilgi otoritesi olarak konumlandığını da ima etmektedir. Nitekim V8'deki “Şimdi bunları tek tek düşünün.” veya “Eğer böyle bir algınız varsa daha dikkatli dinleyin.” gibi emir kipleri, bahsedilen yönlendirme çabasını açıkça göstermekte ve izleyicide bir tür davranış değişikliği ya da en azından farkındalık yaratmayı hedeflemektedir. İzleyicinin pasif alıcılardan ziyade aktif katılımcılar olması gerektiği mesajını veren bu tür ifadeler özellikle V9, V17 ve V18 gibi eğitici ya da davranış değiştirmeye odaklı içeriklerde daha yoğun görülmektedir.

⁴⁶ Bk. Marjorie J. McShane, *A Theory of Ellipsis* (Oxford: Oxford University Press, 2005).

Dördüncüsü ise Huzme içeriklerinin duygusal etkilime gücüne sahip estetik betimlemelere ve şiirsel bir dokuya sahip olmasıdır. Örneğin V12’de “Güneşe bakıyorum. Doğmuş... Güzel bir kahvaltı... Simit...” şeklindeki betimleyici ve parçalı anlatım; bilgi vermenin ötesinde, izleyicinin zihninde güçlü bir görsellik yaratmakta ve onu etkileyici bir atmosferin içine çekmektedir. Epik bir anlatım biçimiyle kurgulanan V13’teki “Allah isterse, kuşlar filleri yener.” şeklindeki ifadede Fil Vakası ile 15 Temmuz arasında; “iman dolu göğsü en güçlü silahtan daha güçlü olan...” şeklinde geçen ifadede ise iman ve silah arasında benzetmeler yapılarak estetik bir derinlik yaratılmaktadır. Aynı içerikte darbeci emeller tanımlanırken kullanılan “kirli eller, hain planlar...” gibi kısa ve vurucu ifadeler ise güçlü şiirsel bir anlatım oluşturmakta; ayrıca izleyiciye estetik bir deneyim sunarak onların dikkatini yoğunlaştırmayı başarmaktadır. Bu dil stratejisi, izleyicinin içsel bir sorgulamaya yönelmesini kolaylaştırması açısından dikkat çekmekte ve Huzme içeriklerinde oldukça sık kullanılmaktadır.

Özetle, Huzme’nin görsel metinlerdeki sözcük seçimi, dizilimi ve birbiriyle olan anlam ilişkisi; hedef kitlenin ilgisini çekme, mesajı güçlü bir şekilde iletme ve bir grup kimliği oluşturmaya bakımından kritik bir rol oynamaktadır. Bu anlamda devrik ve eksilteli cümleler görsel metin içinde samimiyeti artırırken, çoğul zamirler grup aidiyetini güçlendirmekte; yine soru ve emir cümleleri etkileşim ve yönlendirme sağlarken, şiirsel betimlemeler ise metne estetik bir derinlik katmaktadır.

Performans: Huzme’nin görsel metinleri analiz edildiğinde dört temel performans stratejisinin kullanıldığı görülmektedir:

Öncelikle videolarda sıkça gündelik hayatın sıradan ritüelleri anlam yüklü sahnelerle sunulmakta; kahvaltı hazırlama, kitap okuma veya doğada yürüyüş gibi basit eylemler, metaforik araçlar olarak kullanılmaktadır. Örneğin, “Bir sabah kahvesiyle hayatı anlamlandırma” veya “Güne güzel bir kahvaltıyla başlama” sahneleri, izleyiciye sıradan anların bile derinlikli olabileceğini hissettirmektedir. Bu tür sahneler, izleyicinin kendi yaşamı ile sahnedeki yaşam arasında bir bağ kurmasını sağlarken samimiyet ve otantiklik hissi yaratmaktadır. Aynı zamanda günlük ritüellerin manevi deneyimlerle bütünleştirilmesi de izleyicide sıcak ve yakın bir duygu uyandırmaktadır. Ancak bu estetize edilmiş sahneler, içerik üreticisinin özel yaşamını aşırı düzeyde sergileme riski taşıdığından gerçek ile kurgu arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır.

İkinci olarak bazı içeriklerde dramatik unsurlar ve ritüelistik sahneler öne çıkmaktadır. Ağır çekim yürüyüşler, sessizce kitap okuma sahneleri gibi görsel unsurlar, düşünsel yolculuk metaforuyla izleyiciyi derinlemesine düşündürme amacı taşımaktadır. Özellikle dinî temaların baskın olduğu sahnelerde namaz, dua, tesbihat gibi ritüelistik eylemler estetik bir şekilde sunulmakta ve izleyiciyi Huzme’nin grup kimliğine dahil etmeye yönelik güçlü bir araç olarak kullanılmaktadır. Ancak yine de bu ritüellerin fazlaca tekrarlanması, içeriğin manevi etkisini zayıflatılabilmekte ve izleyici üzerinde manipülatif bir etki üretebilmektedir. Özetle estetik yoğunluk performansın sanatsal boyutunu güçlendirirken, içeriğin ideolojik mesajını da belirginleştirmektedir.

Üçüncü olarak Huzme içeriklerinde doğal unsurlar metaforik anlatımlar için sıkça kullanılmaktadır. “Gün doğumu”, “rüzgârın ağaçları savurması” veya “dalgalardan kıyıya vurması” gibi sahneler, doğayı dijital dramaturjinin bir parçası hâline getirmektedir. Bu metaforik anlatım, izleyicinin içerik üretici ile duygusal olarak yakınlık kurmasını ve sahnedeki anlamı içselleştirmesini sağlar. Örneğin “gün doğumu” sahnesi; umut ve yeniden doğuşu simgelerken, “bir ağacın kökleri” sahnesi ise aidiyet ve geçmişle bağ kurmayı temsil etmektedir. Ancak bu

sembollerin aşırı kullanımı, izleyicinin estetik görüntülerin etkisine kapılıp asıl mesajı kaçırmaya neden olabilmektedir.

Son olarak Huzme, içeriklerinde izleyici geri bildirimlerine açık bir performans stratejisi izlemekte; bu bağlamda olumlu ve olumsuz geri bildirimlere duyarlılık göstererek performanslarını şekillendirmektedir. Bazı videolarda ekip üyelerinin izleyici kimliğiyle geri bildirimde bulunması, performansın çift yönlü bir etkileşim hâlinde sunulduğunu göstermektedir. Bu düşünsel yaklaşım, bir yandan izleyicinin içeriğin bir parçası olma hissini güçlendirirken öte yandan otorite algısını zayıflatabilmektedir. Dolayısıyla izleyicinin hem içerik tüketicisi hem de içerik yönlendiricisi olarak konumlanması, performansın doğallığını etkileyen önemli bir faktör hâline gelmektedir.

Özetle Huzme'nin görsel metinlerindeki performans stratejileri estetik, dramatik ve metaforik unsurlar dengeli bir biçimde kullanıldığından izleyici üzerinde güçlü bir etki bırakmaktadır. Bu anlamda gündelik ritüellerin estetize edilmesi, dramatik anlatımlar ve doğa metaforları seyirciyi hem duygusal hem de zihinsel açıdan içeriğe dahil etmektedir. Ancak aşırı düzeydeki estetik kaygılar ve tekrarlanan ritüeller, mesajın etkisini azaltma riski taşımaktadır. Yine de Huzme, bu performatif stratejilerle, yani bir tür "dramatik canlandırma"⁴⁷ sayesinde izleyiciyle derin bir bağ kurmayı ve nihayetinde içeriklerinin etkisini maksimize etmeyi başarmaktadır.

Retorik: Huzme'nin içerikleri, sadece gösterdiklerinden ibaret olmayıp arka planda güçlü retorik stratejiler barındırmaktadır. Burada dört temel retorik stratejiden bahsetmek mümkündür:

Öncelikle Huzme, etkileyici konuşmalar sunarken aslında detaylı şekilde planlanmış ve senaryolaştırılmış metinler kullanmaktadır. Özellikle bilişsel yönlendirme yapılan videolarda metinlerin önceden hazırlanması; konuşmaları mükemmel ve kusursuz hâle getirmektedir. Konuşmacıların yüzlerinin çoğu zaman gösterilmemesi de bu performansların yapaylığını gizleyerek izleyiciyi daha fazla etkilemektedir. Goffman'e göre senaryolaştırılmış performanslar, doğaçlama performanslara göre daha kontrollüdür ve Huzme de bu avantajı kullanarak mükemmel imajını sürdürmektedir.⁴⁸ Bu yolla canlı performanslarda yaşanabilecek beklenmedik durumların kaydı durdurup yeniden çekilmesiyle önlenmesi ve nihayetinde grubun idealize ettiği imajın sürekli olarak korunması sağlanmaktadır.

İkinci olarak Huzme; anlatılarında sahne araçlarını dikkatli ve stratejik biçimde kullanarak retorik gücünü artırmaktadır. Goffman'e göre sahne araçları, taşıdıkları anlamın belirsizliği nedeniyle özne tarafından yeniden yapılandırılabilir.⁴⁹ Huzme de sahne araçlarını ideolojik söylemiyle uyumlu hâle getirerek yeniden yapılandırmaktadır. Örneğin bilişsel performanslarda bilgisayar, tablet, not defteri, kalem gibi araçlar tercih edilirken; duygusal yoğunluklu sahnelerde seccade, mum, kahve fincanı ve çiçek buketleri kullanılmaktadır. Yine Batı eleştirisi yapılan sahnelerde İngilizce kitaplar ve sanat eserleri sıklıkla gösterilerek estetik bir ironi oluşturulmaktadır. Araçların bu şekilde kullanımı hem sahneyi zenginleştirmekte hem de Huzme'nin ideolojik duruşunu pekiştirmektedir. Ancak bazı sahnelerde bu göstergelerin anlamının esnetilmesi; sahne araçlarının izleyici üzerinde daha güçlü bir manipülatif etki üretmesine ve aracın mesajdan daha çok önemsendiği algısına neden olmaktadır.

⁴⁷ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 40-41.

⁴⁸ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 395.

⁴⁹ Goffman, *Karşılaşmalar*, 81.

Huzme'nin retorik stratejilerinden bir diğeri, izleyiciyi ikna etmek amacıyla gösterdiği “doğal görünme” çabasıdır. Goffman'ın belirttiği gibi yüksek statülü bireyler, toplum önünde daha zarif ve nazik davranmak zorundadır. Alt sınıftakiler ise daha çok sahne arkasında zaman geçirdiklerinden sözsüz performanslar sergilerler ve nazik olmak zorunda hissetmezler. Fakat ister alt ister üst sınıftan olsun her oyuncu doğru zamanı yakaladığında sınırsızca hoyrat olabilmektedir.⁵⁰ Huzme de içeriklerinde üst düzey yaşam standardı ve zarafet yansıtarak bu algıyı desteklemektedir. Lüks kahvaltı sofraları, özenli kıyafet seçimleri ve estetik mekân düzenlemeleri, izleyiciye idealize edilmiş bir yaşam sunmaktadır. Gerçek hayattaki yaşam tarzları bu kadar mükemmel olmasa bile, YouTube platformunda milyonlarca kişinin izlemesi ihtimali, bu imajı sürdürmelerini zorunlu kılmaktadır. Yani doğallık hissi yaratmak için gösterilen bu titizlik, aslında dikkatlice inşa edilmiş bir retorik stratejidir.

Huzme'nin profesyonel içeriklerinde dikkat çeken son retorik strateji ise açılış ve kapanış ritüelleridir. Basit bir merhaba veya vedalaşmadan sinematik intro ve outro'lara kadar değişen bu ritüeller, içeriklere hem profesyonellik hem de tutarlılık katmaktadır. Dijital mesafeye rağmen Huzme, bu ritüeller aracılığıyla izleyicide bir tanışıklık hissi oluşturarak içeriklerini düzenli ve bütünlüklü bir akışla sunmaktadır. Goffman'ın sahne metaforuna göre, ritüelize edilmiş bu söylem biçimi, izleyicinin anlatıyla dahil olmasını kolaylaştırırken içeriklerin sürekliliğini ve bağlamını da pekiştirmektedir.

Sonuç olarak Huzme, retorik stratejilerini etkili bir şekilde kullanarak izleyici üzerinde güçlü duygusal ve estetik etkiler yaratmaktadır. Senaryolaştırılmış mükemmel konuşmalar, stratejik sahne araçları, doğal görünme çabası ve ritüelize açılış-kapanış stratejileri; izleyici ile samimi bağlar kurarken⁵¹ içeriğin profesyonellik düzeyini de yansıtmaktadır. Ancak bu stratejilerin fazlasıyla idealize edilmesi, eleştirel düşünmeyi sınırlayabilecek manipülatif bir yapıya dönüşme riskini potansiyel olarak barındırmaktadır.

3.3. Eleştirel Analiz

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen veriler çok kapsamlı olduğundan tematik ve detaylı bir analiz yapılmıştır. Bu nedenle aşağıdaki her bir temada yer alan çözümlemeler, o tema kapsamında tasnif edilen üç videodan süzülerek elde edilmiştir. Burada önceki analizlerden farklı olarak görsel metinlerde söylenenlerden ziyade anlık ipuçları sayesinde söylenenin/gösterilenin ardında imlenen hususlar ifşa edilmeye çalışılmıştır. Yani burada oyuncunun yaptığı izlenim denetiminin ayırıcına varan eleştirel bir izleyici olarak metinlerdeki boşlukları ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

3.3.1. Dinî Özneleşme Teması

YouTube, Huzme gibi uzun bir süre boyunca görmezden gelinen dinî oluşumlar için kendini var etme ve görünür kılma imkânı sunan bir tür dinî özneleşme alanı olarak işlev görmektedir. Huzme, bu platformun sağladığı olanakları etkin bir şekilde kullanarak kendine özgü bir dinî özneleşme deneyimi yaşamaktadır. Örneğin “Yobazsınız iddialarına cevap!” şeklinde oldukça kışkırtıcı bir başlıkla ve savunmacı refleksleri belirgin biçimde kurgulanan V15 kodlu içerikte görüldüğü üzere, bu deneyimi tetikleyen temel motivasyonun mütedeyyinlerin yıllarca maruz kaldığı itibarsızlaştırma, ötekileştirme ve damgalama süreçleri olduğunu ifade etmek mümkündür. Nitekim Türkiye'deki mevcut koşullarda mütedeyyin camia, uzun yıllar boyunca

⁵⁰ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 130.

⁵¹ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 247-248.

“irticacı” veya “yobaz” gibi damgalamalarla kamusal alandan dışlanmış; ancak son yirmi yılda siyasi iktidarın etkisiyle kademeli olarak görünürlük kazanmaya başlamıştır.⁵² Dinî hassasiyetlere sahip bu bireyler günümüzde hâlâ “Siyasal İslamcı” olarak etiketlenmeye devam ederken YouTube gibi bazı dijital platformlar söz konusu damgalama döngüsünü kırmak adına yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu bağlamda, mütedeyyin/muhafazakâr camianın bir temsilcisi olarak görünür olan Huzme, YouTube üzerinden hem muhafazakâr kimliği hem de kadın kimliği nedeniyle maruz kaldığı çifte damgalamayı aşmak için oldukça özgün bir mücadele vermektedir.

Goffman’ın terminolojisiyle ele alındığında Huzme’yi bir “damgalı” olarak değerlendirmek mümkündür. Damgalı bir birey, herkes gibi adil ve eşit muamele görme hakkına sahip olduğunu savunur ve bu iddiasını, kendine özgü ve değerli olduğunu düşündüğü bazı özelliklere dayandırır. Ancak ne kadar çaba gösterirse gösterebilir, derinlerde bir yerde diğerlerinin onu tam anlamıyla kabul etmediği yönünde bir his taşımaya devam eder.⁵³ Huzme; mütedeyyinlerin sanat, kültür ve moda gibi alanlarda yetersiz olduğu yönündeki geçmişte açıkça ifade edilen, günümüzde ise örtük bir şekilde devam eden algılarla mücadele ederken tam da bu tutumu sergilemektedir.⁵⁴ Sanat, kültür ve modadan anladığını, ötekilerin zannettiği gibi biri olmadığını fiilen ortaya koyarken bile, bu ötekilerin kendisini tam anlamıyla kabullenmediğinin farkındadır. Sanılanın aksine biri olduğunu ispat etme çabası, aslında bu ikna edememe hissiyatından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle Huzme, tıpkı diğer damgalılar gibi, kendisinin özel ve değerli bir benliğe sahip olduğunu gösterebilmek için “normallerin” harcadığından çok daha fazla çaba göstermek zorunda kalmaktadır.⁵⁵ Huzme, bu nedenle amatör içerikler üretmekten özellikle uzak durur; kültürlü, estetik beğeni anlayışına sahip ve sanattan anlayan bir birey olduğunu gösterebilmek adına yoğun bir çaba sarf eder. Özetle, Huzme’nin dijital alanda var olma mücadelesini şekillendiren temel motivasyon, kendisinin benimsediği “varsayılan kimlik” ile sosyokültürel yapının ona atfettiği “fiili toplumsal kimlik” arasındaki belirgin uyumsuzluktur.⁵⁶ Huzme tam olarak söz konusu edilen bu damgalardan sıyrılmak amacıyla YouTube platformunda sahne almaktadır.

Damgalarından kurtulma çabasında olan Huzme; varoluşunu spesifik bir ideoloji üzerine inşa ederek güçlü bir ideolojik söyleme sahip görünür. Wodak’ın ifade ettiği gibi her söylem kalıbı tarihsel olarak üretilir, yorumlanır ve egemen güçler tarafından yapılandırılır. Sonuç olarak bu hegemonik yapılar, güçlü grupların ideolojileri aracılığıyla meşrulaştırılır.⁵⁷ Biçim ve içerik açısından muadillerini domine eden Huzme; meşruiyetini kendine özgü bir Nurcu söylemden almaktadır. Özellikle V1 ve V2 gibi erken dönem içeriklerinde kendisini “gençlere hitap eden”, “devlete bağlı” ve “Risale çizgisinde körpecik bir medrese” olarak tanımlayarak bu ideolojik söyleme basitçe göndermede bulunmuş; ancak sonraki içeriklerde ise organize makro söylemin bir parçası olduğunu daha kuvvetli bir biçimde vurgulamıştır. Bu ideolojik söylem kalıbı, esasında yeni bir durum değildir; ancak Huzme, hâlihazırda var olan bu ideolojiyi kendi tarzıyla Huzme

⁵² Türkiye’deki dinî-siyasi düşünce rejiminin süreç içindeki dalgalı serüvenini ele alan çalışmalar için bk. Necdet Subaşı, *Ara Dönem Din Politikaları* (Tezkire Yayınları, 2017); Yasin Aktay, *Korku ve İktidar* (İstanbul: Pınar Yayınları, 2010); Tanıl Bora, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: İslamcılık* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2021).

⁵³ Erving Goffman, *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*, çev. Ş. Geniş vd. (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2021), 34.

⁵⁴ Mütedeyyinlerin sanat alanının dışında kalma/bırakılma hususunu işleyen spesifik bir çalışma için bk. Osman Ülker, *Kültür ve Din: Türkiye’de Sanat Alanının Üretimi (1923-1980)* (İstanbul: Matbu Kitap, 2022).

⁵⁵ Bu konuda bk. Goffman, *Damga*, 164.

⁵⁶ Goffman’ın sosyolojisinde damgalama kavramı; “fiili kimlik” ile “varsayılan kimlik” arasındaki uyumsuzluktan kaynaklanan itibarsızlaştırılma sürecini ifade eder; bk. Goffman, *Damga*, 29.

⁵⁷ Wodak, “Aspects of Critical Discourse Analysis”, 12.

binasında yeniden üreterek ona özgün bir renk katar. Bu bağlamda mekânın rolü büyüktür. Çünkü ideoloji; bu mekânda şekillenir ve zamanla bu mekânın kendisiyle özdeşleşir. Huzme ideolojik düşünce yapısını ve kendisini daima bu alternatif yaşam alanıyla ilişkilendirir. Huzme'nin bu özel mekânının önemi ilk içerikten son içeriklere kadar hiç değişmeden devam etse de Huzme, zaman içinde farklı özneleşme deneyimlerini sunabilmek için yeni stil arayışlarına girmekte; varoluşunu otantik kafeler, kütüphaneler ve camiler gibi farklı mekânlar üzerinden yeniden sahnelemektedir. Bu sahne çeşitliliği rutini bozduğu gibi Huzme'nin dinî özneleşme deneyimini de zenginleştirip derinleştirmektedir.

Huzme; iletişim becerilerini artırdığı sonraki içeriklerde büyük bir özgüvenle varoluşunu ortaya koymaktadır. Ancak profesyonelleştikçe, ilk videolarında üstüne basa basa görünür kılınan tekil öznelere yerini kurumsal öznelere bırakmaktadır. Yani Huzme; bireysel ve kurumsal kimliklerini konumlandırma hususunda bir karmaşa, daha doğrusu bir değişim ve dönüşüm yaşamakta, ayrıca bu kimliklerini dengede tutmak için büyük bir çaba göstermektedir. Bu ikilem, Huzme'nin özneleşme tecrübesini zayıflatarak gerçek manada özneleşmesine engel olmaktadır. Çünkü Huzme kurumsallaştıkça kendisi olmaktan çıkmakta ve daha çok paralel erkek ekibinin ardılı hâline gelmektedir. Huzme böylesi bir konumlanmayı olumsuz olarak görmez, çünkü ona göre “erkeklerin hizmet hareketi” gibi bir eylem biçimine sahip olmak ve onlar gibi sahada olmak önemli bir başarıdır. Ancak Huzme'deki bu bağımlı olma hâli veya “etik edilgenlik”⁵⁸ durumu asla yüksek sesle dile getirilmemekte; aksine kenarda kalmış cümlelerle ve belli belirsiz görsellerle ima edilmektedir. Görüldüğü gibi Huzme'nin burada tecrübe ettiği şey, yalın bir özneleşme formu değil; daha çok özne-nesne konumları arasında salınım gösteren, parçalı ve kırılgan nitelikte bir özneleşme deneyimidir.

Huzme, Batılı öznenin karşısına konumlandığının altını çizmek koşuluyla eğitilmiş, sık, zarif, elit bir sanat zevkine sahip, üretici, çevre duyarlılığı yüksek ve minimal yaşam standardını benimseyen bir tür aktif dindar özne profili çizmektedir. Bu yaşam biçiminin altında bunların tümüne sahip olan kimselerin seküler olması gerektiğine dair alanda bulunan nesneleştirici bakış açısına güçlü bir tepki göstermektedir. Ancak Huzme; büyük bir heyecanla Lacan'ın parçalandığını ifade ettiği geleneksel özneyi yeniden diriltme çabasını sürdürse de esasında bu parçalanmışlığı bütünüyle önleyemez. Çünkü “dijital ontoloji”⁵⁹ zannedildiği gibi bağımsız, rasyonel ve politika dışı bir özneleşme biçimi değildir. Aksine o daha çok bir tür bağımlı, irrasyonel ve politik özneleşme formu olarak temayüz etmektedir. Her şeyden önce bu yeni ontoloji, seyircisine bağımlıdır ve onunla inşa edilir. Özetle Huzme ve aktif izleyicisi arasında düşünümsele bir ilişki olduğu için aktif izleyici, oyuncuyla sessizce iş birliği yaparak ve onu yönlendirerek dolaylı şekilde bu özneleşme tecrübesinin mimarı hâline gelmektedir. Ayrıca takipçi kitle Huzme'nin başarıyla sunduğu bu nahif, sanatsever, zarif ve kültürlü Müslüman kadın imajını da oldukça yerinde bulmaktadır. Bu bağlamda Huzme'nin takipçi kitlesi, Goffman'ın analogdaki izleyicisi gibi Huzme oyuncularının platformda yeni olması sebebiyle yaptığı hatalara karşı anlayışlı olmakta ve bu izleyiciler kendilerini bir şekilde oyuncularla özdeşleştirmektedir.⁶⁰ Bu durum; dinî hassasiyetleri olan kadınların özneleşme deneyiminin sahada geç kalınmış haklı bir çaba olarak görüldüğünü işaret etmektedir.

⁵⁸ Michael Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, çev. Deniz Özçetin vd. (Ankara: Heretik Yayıncılık, 2016), 43.

⁵⁹ Kiran Vinod Bhatia, “Religious Subjectivities and Digital Collectivities on Social Networking Sites in India”, *Studies in Indian Politics* 9/1 (2021), 21.

⁶⁰ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 217.

3.3.2. Gündelik Hayat Teması

Huzme'nin YouTube'da en çok izlenen ve kendisiyle özdeşleşen içerikleri, gündelik rutinlerin işlendiği vlog formatındaki videolardır. Platforma bu tarz içeriklerle giriş yapan Huzme, seküler muadillerine karşı dinî hassasiyetleri bulunan izleyiciler için alternatif içerikler sunan otantik bir yapı olarak dijital kültür sahasında konumlanmaktadır.

Normalde gündelik yaşam sıradan ve rutin olarak görülse bile aslında sıra dışı potansiyel anlamlar barındırmaktadır. Gardiner'in ifade ettiği gibi sıradan olan pratikler, gündelik yaşamın içinde baskı altında tutulan birtakım gizil olasılıkların hayata geçirilmesiyle oldukça sıra dışı hâle gelmektedir.⁶¹ Huzme de bu stratejiyi izleyerek gündelik yaşama ilişkin paylaşımlarını olağan dışı hâle getirmek amacıyla daima doğa ötesi alana ve birtakım özel dinî çerçevelere başvurmaktadır. Çünkü gündelik performansların toplum tarafından benimsenebilmesi için o toplumun yapısına uygun çeşitli işaret araçlarıyla süslenmesi gerekir.⁶² Huzme bu nedenle bir taraftan dinî unsurları çekici kılmak için sıradan olan şeyleri araçsallaştırmakta; öte yandan gündelik ve sıradan performansları birtakım dinî işaret araçlarıyla süsleyerek bu performansları kabul edilebilir bir hâle dönüştürmektedir. Huzme'nin bu stratejisi; "düşünümsel derinlik"ten⁶³ uzak bir yapıya sahip olan gündelik yaşam alanını sıradışı hâle getirmekte ve onu çok yönlü derinlik barındıran kapsamlı bir anlam alanına dönüştürmektedir. Örneğin Huzme'nin içeriklerinde kahve hazırlama, kitap okuma, doğa yürüyüşleri gibi sıradan eylemler, manevi imgelerle bütünleştirilmektedir. Bu yaklaşım hem dinî değerleri cazip kılmak hem de gündelik eylemlere manevi derinlik katmak amacı taşımaktadır. Bu açıdan dinî referanslarla zenginleştirilen bu sahneler, izleyici için dinî pratikleri normalleştirme işlevi görmektedir.

Habermas'ın teorisine göre, dinî yapıların kamusal hayatın dışında bırakılması, kültürel olarak yoksullaştırılması ve tek taraflı olarak rasyonelleştirilmesi toplumda birtakım rahatsızlıklara neden olur. Bu rahatsızlıklar ise alternatif projelerin ardında devindirici bir gücü oluşturarak sıradan insanları harekete geçirir.⁶⁴ Söz konusu rahatsızlık hâlini deneyimleyen Huzme gibi ötekileştirilmiş dinî oluşumlar bu duruma estetik ve manevi unsurları bir araya getirerek, yani duygusal derinlikli bir anlatı sunarak karşı koymaktadır. Bu amaçla Huzme; özellikle sıcak, huzurlu ve minimal sahnelerde hem izleyicinin içsel dünyasına hitap etmekte hem de dinî içeriği yumuşatarak daha geniş bir kitleye ulaşmayı amaçlamaktadır.

Normalde kurumsal olanın bünyesinde barındırdığı hiyerarşik ve ideolojik yapıya karşı "gündelik alan" bir tür özgürleşim aracı olabilir. Ancak bu gündelik alan, kendisini çevreleyen ticari medyanın ideolojik etkilerinden bütünüyle bağımsız değildir.⁶⁵ Bu nedenle YouTube, başlangıçta kurumsal yapılarla karşıt olarak bireylerin ön plana çıktığı bir platform olarak alanda var olmuş, ancak zamanla ticari kaygıların belirginleşmesiyle profesyonelleşmeye başlamıştır. Platformun yaşadığı bu söylemsel dönüşüm, içerik üreticilerinin bireysel yaşamındaki dönüşümlerinde de gözlemlenmektedir. Huzme'nin gündelik yaşam temasının belirgin olduğu ilk içeriklerinde dinî ve dünyevi eylemler, kimi zaman eş zamanlı kimi zaman ise art zamanlı olacak şekilde tekil oyuncular tarafından sergilenmekte; dinî pratikler ise genellikle örtük bir biçimde Nurcu değerlerle ilişkilendirilerek sahnelenmektedir. Ancak ilerleyen içeriklerde çoklu oyuncuların

⁶¹ Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, 21.

⁶² Goffman, *Benliğin Sunumu*, 46.

⁶³ Gardiner, *Gündelik Hayat Eleştirileri*, 20.

⁶⁴ Jürgen Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*, çev. Mustafa Tüzel (İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1998), 2/852.

⁶⁵ Strangelove, *Watching YouTube*, 15.

kimlikleri ve rollerinin öne çıktığı, dinî eylemlerin ise bu oyuncuların kurumsal kimlikleriyle özdeşleştirildiği gözlemlenmiştir. Bu süreçte din ile gündelik hayatın birleştiği içeriklerde profesyonellik ön plana çıkmış ve Huzme'nin çeşitli platformlar için ürettiği dijital içerikler metinlerarası ve türlerarası bir boyut kazanmıştır.

Huzme'nin son içeriklerinde daha belirgin olmakla beraber, tüm içeriklerinde İslâm'ın sosyal yaşamın her yönünü düzenlediği, politik meselelerden kişisel bakıma kadar her alanı kuşattığı yönünde bir söylem göze çarpmaktadır. Bu durum kimi zaman "İslâm'ın araçsallaştırılması" ve "dünyevi amaçlar uğruna işlevselleştirilmesi" gibi durumlara sebep olmaktadır. Yani Zeyd'in tabiriyle "dinin kuşatıcılığı söylemi"ni sarsmamak adına kendisine başvuru dinî otoriteler, basit mevzuları dahi dinsel-kutsal bir alan hâline getirmektedir.⁶⁶ Ancak ilginç bir şekilde Huzme'nin gündelik hayat ile din arasındaki etkileşimi ele aldığı tüm içeriklerinde, dinî eylemler dünyevi eylemlere kıyaslandığında orantısız bir şekilde daha az yer almaktadır. Bu durum, Huzme'nin izleyici dikkatini daha uzun süre içerikte tutmak için geliştirdiği bir strateji gibi görünmektedir. Özellikle ASMR türünde üretilen erken dönem içeriklerinde rahatlatıcı müzikler, minimalist görseller ve dinî semboller birlikte sunularak izleyiciyi duygusal ve estetik bir deneyime çekme amacı öne çıkmaktadır.

Özetle Huzme'nin dinî vlog'larla YouTube pazarına katılmasındaki asıl amaç dinî düşünceleri kitlelere duyurmaktır. Gündelik performanslar ise bu dinî düşünceleri, idealleri ve sembolleri sempatik göstermek için kullanılan birer "katılım perdesi"dir.⁶⁷

3.3.3. Mahremiyet Teması

Huzme; mahremiyet konusundaki hassasiyetini neredeyse tüm içeriklerine yansıtmış, ancak bu temayı doğrudan ele alan içerik üretimini sınırlı tutmuştur. Tüm videolarına bütünsel bakıldığında, mahremiyet normlarının doğal bir akış içinde işlendiği ve Huzme'nin cinsiyet, ekip üyeliği ve ifşa edilen beden bölgesi temelinde üç farklı mahremiyet derecelendirmesi yaptığı görülmektedir.

Huzme'nin tüm içeriklerinde cinsiyet temelli mahremiyet normları; kadın bedeninin korunmasına yönelik büyük bir titizlikle işlenmiştir. İlk içeriklerde özellikle kadınların sesleri ve yüzleri paylaşılmamış; bunun yerine yalnızca bedenin sınırlı bölgeleri, örneğin çıplak eller, giyinik kollar, gövdenin üst kısmı ve ayakkabılar içindeki ayaklar gibi küçük alanlar gösterilmiştir. Goffman'ın bedenin farklı bölümlerinin farklı anlamlar taşıdığına dair görüşüne dayanarak bu tür sınırlı gösterimlerin bedenin sembolik olarak parçalara ayrıldığını ifade etmek mümkündür. Goffman, özellikle Amerika'daki toplumsal normlar bağlamında örneğin dirsek ve ağız bölgelerine yüklenen anlamları karşılaştırır. Dirsek, genellikle daha az dikkat gerektiren bir bölgeyken ağız ise daha sıkı bir koruma gerektiren bir alan olarak kabul edilir.⁶⁸ Benzer şekilde Goffman'ın belirttiği üzere, insan yüzü kutsal kabul edilen bir parça olup korunması gereken ve anlam taşıyan bir düzenin, yani bir "ritüel düzenin"⁶⁹ parçasıdır. Huzme de bütün videolarında bedenin farklı bölümlerine anlamlar yükleyerek bu parçalar arasında bir tür derecelendirme yapmaktadır. Örneğin çıplak eller ve ayakkabılar içindeki ayaklar gösterildiğinde mahremiyetin ihlali olarak kabul edilmezken, yüzün tamamı dijital mecralarda sınırsız korunması gereken bir parça olarak

⁶⁶ Nasr Hâmid Ebû Zeyd, *Bilimsel Bilgi ve Aforoz Korkusu Arasında Yenilik Yasaklama ve Yorum*, çev. Muhammed Coşkun (İstanbul: Mana Yayınları, 2014), 16.

⁶⁷ Goffman, *Toplum İçinde Davranmak*, 195.

⁶⁸ Goffman, *Kamusal Alanda İlişkiler*, 63.

⁶⁹ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 29.

kabul edilmektedir. Huzme, yüzünü paylaşmamak konusunda temkinli davranmayı tercih eder. Çünkü yüzünü göstermiş olsaydı, karşılaşacağı zorluklar artabilir; binlerce izleyicisi tarafından daha fazla eleştiri alabilir ve linç edilme olasılığı yükselirdi. Bu durum, YouTube platformunda Huzme'yi pek çok tehlikeden koruyan bir ritüel düzeni ifade etmektedir. Analog dünyada ise yüz; el ve ayaklar gibi doğal olarak görülebilen bir organ olmasına rağmen bunların tamamı fiziksel temastan bütünüyle korunması gereken bölgeler olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, dijital ortamda Huzme'nin uyguladığı korunma kurallarının analog dünyadakilere kıyasla çok daha katı olduğunu ifade etmek mümkündür.

YouTube platformu, Baudrillard'ın ifadesiyle bir yanda anlamsız olanı aşırı anlamlandırarak "mış gibi" bir saydamlık yaratırken diğer yanda anlam bolluğu ve aşırılığı ile "gizli" bir dünya oluşturur. Burada düşsel ile gerçek arasındaki fark neredeyse kaybolur ve bir simülasyon evreni doğar.⁷⁰ Huzme de bu simülasyon evreninde benliğini bir yandan açığa çıkarırken diğer yandan gizlemekte ve gizemleştirmektedir.⁷¹ Huzme'nin bu içsel çatışması, dinî unsurlar tarafından biçimlendirilen mahremiyet normları ile YouTube'un ifşaati teşvik eden kendine has mahremiyet normları arasında sıkışan bir durumdan kaynaklanmaktadır. Huzme, bedenini lokal olarak sergilerken nesneleşmekten kaçınmaya özellikle özen göstermekte ve kadınlık imajını doğrudan gösterecek şekilde bir tür "nesneleştirilmiş benlik sunumu"ndan⁷² kaçınmaktadır. Ancak, Huzme yine de gösterme arzusuna bir şekilde yenik düşmektedir. Erotik herhangi bir sahnenin asla bulunmadığı Huzme videolarındaki kadın imgesi; bu duruma rağmen çekiciliğini korumakta ve bu kadın bedeninin tamamı gösterilmemesine rağmen yine de şıklığı, bakımlılığı ve güzelliği ile çekiciliğini farklı bir biçimde sergilemektedir.

Huzme'nin içeriklerinde zamanla belirginleşen mahremiyet normları, başlangıçta oldukça katı bir biçimde uygulanırken ilerleyen dönemlerde aşamalı olarak esnemıştır. Nitekim ilk içeriklerde ses unsurunun kullanımından kaçınılması ve ekibin organik üyesi olmayan bazı konuk oyuncuların dahi yüzlerinin paylaşılması, Huzme'nin mahremiyet sınırlarını net bir şekilde çizdiği unsurların başında gelmektedir. Nitekim Huzmenin zamanla ses unsurunu etkili bir şekilde kullanmaya adapte olduğu görülse de ekip üyelerinin yüzlerini paylaşmama noktasındaki tutumunu istikrarlı bir şekilde sürdürdüğü görülmektedir. Bu durum, Huzme'nin dinî hassasiyetlerinin yanı sıra izleyicilerden gelecek olan olumsuz geri bildirimlerden kaçınma amacını da yansıtmaktadır. Başlangıçtaki içeriklerinde erkek oyuncuların yüzlerinin genellikle paylaşılması tercih ediliyor olsa da bu içeriklerde erkekler yine de kadınlara göre daha fazla görünür olmuştur. İlerleyen içeriklerde ise erkek oyuncuların yüzlerinin veya seslerinin paylaşılmasına dair katı bir kuralın bulunmaması; Huzme'nin kadın ve erkek cinsi(yeti)ne yönelik farklı mahremiyet normları oluşturduğunu ve bütün bu normların zamanla bir parça esnediğini göstermektedir.

3.3.4. Tüketim Teması

Huzme, "Helal daire keyfe kafidir" mottosunu benimseyerek YouTube içeriklerinde tüketim nesnelerini belirgin bir şekilde ön plana çıkarmaktadır. Modern ve otantik tarzları birleştiren Huzme hem zevk sahibi hem de minimalist yaşam tarzını benimseyen bir imaj sunmaktadır. Lüks

⁷⁰ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, 52.

⁷¹ Bu durum, Said'in "Covering Islam" adlı eserindeki ironik gönderme ile benzerlik taşımaktadır. Said, bu kavramı İslâm'ın bir yandan medya aracılığıyla görünür kılındığını, temsil edildiğini ve sergilendiğini; diğer yandan ise örtülerek, gizlenerek ve çarpıtılarak sunulduğunu ifade etmek için kullanmıştır; bk. Edward W. Said, *Medyada İslam: Gazeteciler ve Uzmanlar Dünyaya Bakışımızı Nasıl Belirliyor*, çev. Aysun Babacan (İstanbul: Metis Yayınları, 2008), 52.

⁷² Strangelove, *Watching YouTube*, 86.

tüketimi doğrudan reddetmeyen bu yaklaşım; esasında zarafet ve sadelik vurgusu üzerinden şekillendirilmiştir. Yani burada dikkat çekici olan husus, Huzme'nin tekasür (çokluk) kavramına yönelik eleştirisinin dinî bir bağlamdan daha çok, estetik ve şıklık üzerinden biçimlenmesidir. İçeriklerde doğrudan ifade edilmese de görseller; çok tüketmeye değil, aynı anda çok şeye sahip olmaya karşı bir duruş sergilemektedir. Özetle, lüks tüketim Huzme için tamamen reddedilmese de aynı anda çok şeye sahip olmanın zarafeti zedeleyeceği fikri savunulmaktadır.

Goffman, toplumsal hareketlilik sırasında bireylerin üst sınıfla özdeşleşen statü simgelerini kullanma eğiliminde olduğunu belirtir. Bu statü simgeleri maddi varlık ve ayrıcalıklı kimlik göstergesi olarak işlev görmektedir.⁷³ Huzme'nin içeriklerinde de benzer bir statü inşası görülmektedir. Bu inşâ; sık mekânlar ve minimal dekorlar, lüks yiyecek ve içecekler ile özenle seçilmiş kıyafetler ve aksesuarlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Özellikle ilk dönem içeriklerinde, çekimlerin Huzme binası içinde yapılması ve bu mekânın estetik detaylarla zenginleştirilmesi, Baudrillard'ın belirttiği gibi tüketim pratiklerinin toplumsal prestijle ilişkili olduğunu göstermektedir.⁷⁴ Burada kullanılan dekoratif unsurlar, izleyiciyi hem etkilemekte hem de idealize edilmiş bir yaşam tarzını temsil etmektedir. Ancak Huzme, içeriklerinde lüks tüketim unsurlarını doğrudan pazarlamadan, doğal akış içinde sunmaktadır. Özellikle ilk videolarda sık eşyalar ve mekânlar, ürün tanıtımı yapılmaksızın gösterilmektedir. Sonraki içeriklerde ise tekne turları, yurtdışı seyahatleri ve özel davetler gibi lüks deneyimler, dinî misyonla ilişkilendirilerek sunulmaktadır. Bu deneyimler, izleyiciye tüketim amaçlı değil, dinî mesajın yayılması için zorunlu etkinlikler olarak yansıtılmaktadır. Ancak bu strateji, Goffman'ın teorisine göre, gerçekte tüketimi estetik bir perde arkasında meşrulaştırma çabasının bir yansımasıdır. Yani dinî unsurlar ve mesajlar, Huzme'nin içerik üretimindeki asıl amacı olarak sunulurken aslında bu “katılım perdesi” altında, Huzme'nin gizli tüketim arzusunu saklamaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Dinî içeriklerin öne çıkması, onun video içeriklerinde sunduğu yaşam tarzı ve değerlerle ilişkilendirilen tüketim eylemlerinin normalleştirilmesini sağlamaktadır. Bu şekilde Huzme hem dinî kimliğini pekiştirmekte hem de izleyiciye bir yaşam biçimi ve tüketim pratiği önerisi sunmaktadır.

Huzme, dinî imajını zedelememek adına ilk içeriklerinde doğrudan ticari ürünlerinin reklamını yapmamayı tercih etmiştir. Ancak zamanla, özellikle kendi markası olan Yade'nin ürünlerine ve Başkan Bükre'nin çıkardığı çocuk kitabına dair daha açık reklamlar yapmaya başlamıştır. Yine de Huzme'nin dinî imajını koruma kaygısı bu süreçte önemli ölçüde devam etmekte ve bu tutum, Huzme'nin markası ile olan ilişkisine farklı yollarla dikkat çekmesine yol açmıştır. Örneğin kanalında milyonlarca izlenme alan içeriklerde, Yade koleksiyonundan seçilen “tesettürlü, rahat ve şık” kombinlerin önerildiği kısa videolar öne çıkmaktadır. Bu videolarda Huzme kızlarından biri, zarif bir şekilde Yade koleksiyonundan seçilen özel parçaları tanıtarak “her güne özel bir kombin” temasıyla izleyicilere sunmaktadır. Bu içerikler doğrudan marka ve fiyat bilgisi içermese de izleyiciler markanın linkini paylaşarak öteki izleyiciler sayesinde ürünler hakkında bilgi edinmektedir.⁷⁵ Bu yaklaşım üç açıdan işlevsel bir rol oynamaktadır. Birincisi, Huzme bu içeriklerle “doğru tesettür” anlayışını izleyicilerine sunmakta ve gençlerden oluşan kalabalık bir kitleye rol model olmaktadır. İkincisi “bol, sade ve spor tesettür giyim” arayan izleyicilere açık

⁷³ Goffman, *Benliğin Sunumu*, 46.

⁷⁴ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları*, çev. Nilgün Tatal-Ferda Keskin (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018), 44.

⁷⁵ Adorno'nun tabiriyle, izleyici burada söz konusu edilen kültür endüstrisini beslemekte, hatta bizzat bu sistemin parçası ve ortağı hâline gelmektedir; bk. Theodor W. Adorno-Max Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektikliği: Felsefi Fragmanlar*, çev. Nihat Ülner-Elif Öztarhan Karadoğan (İstanbul: Kabalcı Yayıncılık, 2014), 164.

bir adres sunulmakta ve son olarak bu adresi bulan alıcılar aracılığıyla Yade'nin satışları artırılmaktadır.

Sonuç olarak Huzme kanalındaki performanslarda, bir tür dramaturjik mükemmellik imajı yaratılmakta; özel ve kaliteli ürünlerle izleyiciyi ayrıcalıklı hissettirme ve imrendirme çabası ön plana çıkmaktadır. Bu durum, izleyicilerin içeriklere olumlu geri dönüşlerini artırmakta ve Huzme ekibini, giderek daha fazla ticari tüketime yönlendiren bir etken olmaktadır.

3.3.5. Çatışma-Mücadele Teması

Huzme'nin içerikleri genel olarak nahif bir imaj sergilerken, zamanla daha belirgin bir şekilde savunmadan saldırıya geçen çatışmacı bir dile yöneldiği gözlemlenmektedir. Bu değişimin somut bir ilk örneği, Huzme'nin 15 Temmuz darbe girişiminin yıl dönümünü anmak için çektiği V13 kodlu içerikte görülmektedir. Bu içerikte “devlet büyüklerimiz”, “başkomutan”, “hain plan”, “vatan haini”, “kirli eller” gibi ifadeler kullanılarak ve Çamlıca Camii, Ayasofya Camii ve 15 Temmuz Şehitler Anıtı gibi politik anlamı güçlü simgelere atıfta bulunularak mevcut iktidarın politik söylemleriyle örtüşen bir dil benimsenmiştir. Huzme'nin burada temkinli bir çatışma dilini benimseyerek savunmacı bir yaklaşım sergilemesi; aynı zamanda dinî ve politik duruşunu daha açık bir şekilde ifade etmeye başladığı bir dönemin de habercisi niteliğindedir.

Goffman'e göre bir oyunda çatışmadan bahsediliyorsa bunun nedeni, kışkırtıcı davranışlardır.⁷⁶ Goffman ayrıca marjinal ve egzantrik bireylerin toplumsal kurumların geleneksel işleyişine karşı genellikle asi bir tavır sergilediklerini belirtir. Eğer bu marjinal konum birey yerine bir alt topluluğa aitse, bu durum bir tür toplumsal sapma olarak adlandırılır ve bu tür kült gruplarında geri çekilme ve içe kapanma gibi bazı tipik davranışlar gözlemlenir.⁷⁷ Tam olarak böyle bir grup olan Huzme, bir tür ifşa platformunda yer almasına rağmen teşhiri bazı ilkelere göre sınırlamayı kısmen içine kapanmayı tercih eder. Bu süreçte, kendilerinin geleneksel söylemlerini tehdit eden ötekilerin örtük kınamalarına karşı çatışmacı bir dil kullanmaya yönelir.

Huzme'nin kibarlığı ve sergilediği nahif imaja rağmen, çatışma esnasında söz konusu dilin adeta taşıdığı fark edilir. Özellikle sonraki içeriklerde belirginleşen bu üstenci tutum; ateizm ve diğer dinî yapılar karşı güçlü bir meydan okuma içermektedir. Örneğin eleştirilen kimselerin argümanları çürütülürken “reddetmek” yerine “inkâr etmek, inkarcılar” ifadesi kullanılmakta ve Yahudi-Hristiyan kutsal metinleriyle ilgili olarak “muharref”, “tutarsız”, “müfteri” ve “çirkin” gibi ağır nitelermeler yapılmaktadır. Buna paralel olarak Müslümanlara yönelik “utangaç”, “çekingen”, “yeteneksiz” ve “ikinci sınıf” gibi etiketler sert bir şekilde reddedilmekte; bunun yerine “yobazlık”, “hoşgörüsüz ateistler ve deistler” gibi karşı saldırgan ifadelerle örülen bir karşı-söylem geliştirilmektedir. Son olarak sorgulanması gerekenin İslâm değil, modernliğin kendisi olduğu vurgulanarak Huzme'nin son içeriklerindeki üstenci dilin giderek daha keskin bir hâl aldığı gözlemlenmektedir.

Görüldüğü gibi Huzme, Batı'nın değerlerini ve işlevsel araçlarını, ona karşı bir tür kadife silah olarak kullanma eğilimindedir ve bu bağlamda medeniyetlerin çatıştığı kaotik ortamda tutunulacak bir dal ve sığınılacak yenilikçi/özgün bir düzen sunma iddiasını dile getirmektedir. Ancak Huzme, bu direniş çabalarına rağmen Batılılaşma akıntısına karşı koyamayacak bir pozisyonadadır. Çünkü Huzme'nin varlığını sürdürebilmesi, Batı kaynaklı dijitalleşmenin otoriter akışına paralel hareket etmesine ve gücünü doğrudan bu yapının iktidarından almasına bağlıdır.

⁷⁶ Goffman, *Etkileşim Ritüelleri*, 273.

⁷⁷ Goffman, *Damga*, 198-200.

Ancak Habermas'ın da vurguladığı gibi otoritelerin ürettiği ideolojik mesajlar, muhataplarına tam anlamıyla ulaşamayabilir. Zira bu mesajlar, hedef kitlelerin kendi art alanlarında yeniden alımlandığında genellikle orijinal anlamlarından saparak tam karşıtlarına dönüşme eğilimi gösterir.⁷⁸ Dolayısıyla Huzme, Batı modernitesini eleştirme çabası içindeyken bu eleştiriyi yine onun araçlarıyla gerçekleştirdiği için aslında bu eleştiriyi farkında olmadan etkisizleştirmekte ve görünmez kılmaktadır.

Çatışma bağlamında dikkat çeken bir diğer önemli nokta ise Huzme içeriklerinde sürekli olarak “İttihad-ı İslâm” vurgusu yapılmasıdır. Pek çok videoda cemaatler arasındaki farklılıklara rağmen birlik söylemi güçlü bir şekilde dile getirilmektedir. Ancak bu söyleme rağmen içeriklerdeki görseller ve sergilenen eylemler daha çok grup değerleri üzerine temellenmektedir. Özetle, birlik söylemini bu denli yüksek sesle dile getiren bir oluşumun, ortak İslâm sembollerine videolarında daha fazla yer vererek bu söylemi somutlaştırması beklenirken Huzme'nin içeriklerinde Nurcu sembollerine, ortak İslâm sembollerine kıyasla orantısız biçimde daha fazla yer verdiği görülmektedir. Bu durum; söylem ve görsel temsil arasındaki uyumsuzluğu ortaya koymakta, yani Huzme'nin birlik söyleminin görsel ve sembolik düzeyde yeterince desteklenmediği izlenimini uyandırmaktadır.

3.3.6. Otorite Teması

Huzme'nin YouTube platformundaki varlığının temel amacı; kitleleri Nurculuk temelli bir din anlayışına yönlendirmek ve bu doğrultuda belirli bir nüfuz elde etmektir. Bu amaç, ilk içeriklerinden sona kadar aynı doğrultuda sürdürülse de bu amaca ulaşmayı hedefleyen yöntemlerin tonunda ve şiddetinde belirgin farklılıklar vardır. Huzme, ilk vlog'larında gündelik hayat rutinlerini ele alırken kişisel dinî tecrübelerini ve bilgilerini samimi bir atmosferde sunmuştur. Bu ilk dönemlerde üretilen içeriklerde manipülasyon, dostane bir yaklaşımın ardına ustalıkla gizlenmiştir. Ancak Huzme, YouTube'da tanınırlığını artırdıktan sonra yumuşak üslubunu koruyarak daha belirgin bir otoriter tavır geliştirmiştir. Bu ara dönem içeriklerinde izleyiciye bazen nazik tavsiyelerle, bazen de kibarlığı elden bırakmayan emir kipleriyle hitap ederek “nahif otorite”⁷⁹ olarak tanımlanabilecek bir otorite biçimi inşa etmiştir. Huzme'nin bu kendine has otoriter yapısı; Foucault, Deleuze ve Agamben'in tanımlamaktan ziyade felsefesini yaptıkları “dispozitif” kavramıyla büyük oranda uyusmaktadır.

Teolojik bir kökten yola çıkarak inşa edilen dispozitif; fiziksel şiddet unsurlarını kullanmaksızın, zarif ve şık yöntemlerle bedenleri ve zihinleri uysal hâle getirmeyi ifade etmektedir.⁸⁰ Uygulanma alanları ve biçimleri birbirinden farklılaşsa da Baudrillard'ın “simgesel şiddet”⁸¹ ile Spivak'ın “epistemik şiddet”⁸² de benzer bir durumu ifade etmektedir. Tüm bu kavramların ortak noktası; güç odaklarının sahip oldukları imkânları, bu imkânlardan yoksun olanları araçsallaştırmak için kullanmalarıdır. Ancak bu araçsallaştırma o kadar ustaca uygulanır ki maruz kalanlar bunun farkına varamadan özgürlük yanılsaması içinde otoriteye boyun eğler. Sonuç olarak Huzme,

⁷⁸ Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*, 2/847.

⁷⁹ Gücün öznel boyutlarına atıfta bulunan “nahif otorite” kavramı; Goffman'ın nesnel iktidarı tanımlamak üzere kullandığı “çıplak iktidar” kavramının tam tersini ifade etmektedir. Goffman'ın otoriteye dair düşünceleri için bk. Goffman, *Benliğin Sunumu*, 224-225.

⁸⁰ Giorgio Agamben, *What Is an Apparatus? and Other Essays*, çev. David Kishik-Stefan Pedatella (Stanford: Stanford University Press, 2009), 19-20.

⁸¹ Bk. Jean Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, çev. Oğuz Adanır (İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2016).

⁸² Gayatri Chakravorty Spivak, “Can the Subaltern Speak?”, *Can the Subaltern Speak?: Reflections on the History of an Idea*, ed. Rosalind C. Morris (New York: Columbia University Press, 2010), 43.

içeriklerinin büyük bir bölümünde bu türden bir otoriteyi ustalıklı inşa ederek izleyici kitlesini bu otoritenin doğal bir parçası hâline getirmeyi başarmıştır.

Nihayet Huzme'nin daha güncel olan içeriklerinde, adeta bir din bilgini gibi yargılarda bulunduğu, kimi zaman ötekileştirici ve alaycı bir dil kullanarak bir tür “çatışmacı geleneksel otorite” gibi eylemler sergilediği dikkat çekmektedir. Bu durum, formal bir dinî eğitim müktesebatına sahip olmamasına rağmen YouTube'tan aldığı yetkiye dayanarak seyirci üzerinde otorite kurma çabası olarak yorumlanabilir. Ancak bu tür bir otorite anlayışı, izleyici kitlesi tarafından genellikle reddedilmektedir. Huzme'nin uzunca bir süre boyunca içeriklerinde inşa ettiği belli belirsiz, dostane ve nahif otorite formu; izleyici kitlesi tarafından büyük ölçüde kabul görmüş ve olumlanmıştır. Ancak Huzme'nin belli bir güce eriştikten sonra platformda ürettiği geleneksel otoriter imaj; bu olumlu algıyı büyük ölçüde zedelemiştir. Bu olumsuz etkiyi ortadan kaldırma çabasıyla Huzme, son dönem içeriklerinde yeniden bir “yüz çalışması”⁸³ yapmaya başlamıştır. Bu bağlamda Huzme marka değerini yükseltmek amacıyla izleyiciler tarafından en çok beğenilen vlog'lara benzer içeriklere yönelerek eski nahif imajını yeniden inşa etmeyi hedeflemektedir. Bu yaklaşım izleyicinin güvenini yeniden kazanmak ve eski popülaritesini artırmak için atılan stratejik bir adım olarak değerlendirilebilir.

Görüldüğü üzere YouTube; Huzme'ye hedef kitlesine ulaşip onları yönlendirme noktasında önemli bir fırsat vermektedir. Ancak nihai anlamda Huzme'nin kurduğu otorite, YouTube platformunun belirlediği sınırlar çerçevesinde varlık gösterebilmektedir.⁸⁴ Bu bağlamda Huzme'nin sahip olduğu gücün her şeyden önce YouTube'un sağladığı otoriteye dayandığı ifade edilebilir. Bu durum; Huzme gibi platforma dahil olan ve orada otorite inşa etmeye çalışan her türlü dinî oluşumun bağımsızlığını belirli ölçüde sınırlayan, daha doğrusu zedeleyen bir gerçekliktir. Somut bir örnek üzerinden açıklamak gerekirse, Huzme dinî içeriklerinin etki gücünü artırmak amacıyla istisnasız her videosunda müzik kullanmaktadır. Bununla beraber Huzme, YouTube'un bir iş ortağı olmadığından kanalda doğrudan reklam alarak kazanç sağlamamaktadır. Buna rağmen YouTube, Huzme'nin içeriklerinde kullandığı müziklerin telif hakkı gerekçesiyle videoları reklamlarla bölmektedir. Bu durum, Huzme'nin izleyicileri tarafından sıkça eleştirilmesine yol açmakta ve Huzme, izleyicilere kanalda görülen reklamların kendi kararı olmadığını defalarca açıklamak zorunda kalmaktadır. Görüldüğü üzere kanalına reklam almak, Huzme'nin dinî imajını yaralayan bir unsurdur. Buna rağmen Huzme; içeriklerinin etki gücünü artırdığı için müzik tercihlerinden vazgeçmemekte ve dolayısıyla YouTube otoritesine boyun eğmek durumunda kalmaktadır. Bu bağlamda, Huzme'nin otoritesinin saf bir dinî otorite olmaktan uzak olduğunu, aksine YouTube'un otoriter yapısına bağımlı bir nitelik taşıdığını ifade etmek mümkündür.

Huzme'nin izleyici üzerinde genel olarak oluşturduğu olumlu imaj, üç farklı senaryo çerçevesinde değerlendirilebilir. İlk olarak, Huzme'nin içeriklerinin büyük ölçüde onu destekleyenler, benzer görüşlere sahip olanlar veya herhangi bir güçlü fikri bulunmayan izleyiciler tarafından izlendiği söylenebilir. Bu bağlamda, içeriklere yapılan yorumların genellikle olumlu ve tek tip olması beklenen bir durumdur. İkinci olarak, Huzme'nin içeriklerini izleyenler arasında, onunla aynı

⁸³ Goffman'ın kullandığı bu kavram yerine “PR çalışması” kavramı da kullanılabilir. Nihai olarak iki kavram da marka değerini yükseltmek adına imaj tazelenmeyi ifade eder.

⁸⁴ Medya, doğası gereği, kamusal alanı bir yandan hiyerarşik yapıya dönüştürürken, diğer yandan bu hiyerarşiyi çözerek sınırlamalardan arındırma potansiyeline sahip olan iki yönlü bir araç görünümündedir. Yani medyanın otoriter gizilgücü, toplumsal denetimi artıran bir işlev görürken kitle medyası ise özgürleştirici bir potansiyeli de bünyesinde barındırmaktadır; bk. Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*, 2/846-847.

çizgide yer almayan ancak sunum tarzı ve içeriğin estetik çekiciliği karşısında etkilenecek hayranlık duyan bir izleyici kitlesi de bulunmaktadır. Bu kitle, içeriklere sessiz bir hayranlıkla yaklaşarak olumlu algının oluşmasına katkı sağlamaktadır. Üçüncü senaryoda ise Huzme'nin kanal sahibi olarak sahip olduğu yorum denetleme yetkisi öne çıkmaktadır. Bu yetki sayesinde Huzme, eleştirel yorumları görünür olmaktan çıkararak ya da belirli yorumları öne çıkararak bir tür "eşik bekçiliği"⁸⁵ yapmaktadır. Bu müdahaleler, kanalın olumlu bir izlenim bırakmasında etkili bir strateji olarak görülebilir. Sonuç olarak, Huzme'nin izleyici üzerindeki olumlu algısını yalnızca içeriğinin kalitesine atfetmek yeterli değildir. Dijital platformların dinamik doğası göz önüne alındığında, Huzme'nin yorumlara yönelik stratejik müdahalelerinin bu algıyı pekiştirdiği, ancak bu tür müdahalelerin tespit edilmesinin oldukça güç olduğu açıktır.

3.3.7. Melezleşme Teması

Huzme; din anlayışını tek bir söylem üzerine temellendirmek yerine madde-mana, gelenek-modernite ve Doğu-Batı gibi "asimetrik olarak yapılanmış"⁸⁶ söylem evrenlerini harmanlayarak melez bir dinî söylem formu oluşturmaktadır. Bu melez söylem formu, Huzme'nin tüm içeriklerinin temel dinamiği olarak öne çıksa da bazı videolar bu anlayışın tanıtımına veya pratikteki uygulama biçimlerine doğrudan odaklanmaktadır. Melez söylemin açıkça işlendiği ilk videoda Huzme'nin yaklaşımı oldukça sade bir biçimde sunulmaktadır. Bu videoda Batı kaynaklı seküler bir eğitim yöntemi, Risale külliyyatındaki bir esere uygulanmakta ve bu sayede Risale'nin pedagojik ilkelerle uyumlu olduğu gösterilmektedir. Bu tür içerikler, Huzme'nin sentezci yaklaşımının ilk örneklerinden biri olarak dikkat çekmektedir.

Huzme; son içeriklerinde Batı modernizmini madde odaklı "tek kanatlı bir kuş" şeklinde tanımlayarak bu eksikliğin yalnızca manevi değerlerle giderilebileceğini güçlü bir şekilde dile getirmekte ve bu doğrultuda "kendine ait bir modernlik" inşa etme çabasına girişmektedir. Bu söylem formu kendi üstünlüğünü ve Batı medeniyetinin çöküşünü vurgulamakla birlikte, Huzme'nin söyleminde sessizce yer alan Batılı unsurları bilinçli olarak kullanıp kullanmadığını tespit etmek güçtür. Bu farkında ol(a)mama hâli "bilincin sahteleşmesi"⁸⁷ olarak tanımlanabilecek bir durumu ortaya çıkarmakta ve bu çelişkinin izleri, farkında olmadan sergilenen görsellerde açığa çıkmaktadır. Huzme'nin bu çelişkili üretim sürecinde, içerikler genellikle Batı'nın hazcılığını eleştirmeye odaklanmış; ancak kullanılan görseller, söylemi zayıflatacak ölçüde Batı sembollerine dayanarak kurgulanmıştır. Özellikle genç kitleyi hedefleyen videolarda dinin yaşlılık veya monotonlukla ilişkilendirilmesini önlemek adına spor kıyafetler giyen, basketbol oynayan, kaykaya binen, pizza ve cheesecake yiyen, frappe içen gençler sahne almakta; bu sahneler ise Batı müziği eşliğinde büyük bir özgürlük algısı sunmaktadır. Arap kültürüne dair hiçbir unsurun yer almadığı bu içeriklerde "McDonald'laşma"⁸⁸ eğilimi açıkça görülmektedir. Eken'in⁸⁹ kavramıyla ifade edilirse, bu durum dinî söylemin popüler medyatik bir kurguya uyarlandığının bir göstergesidir.

Bu tür içeriklerdeki bir diğer dikkat çekici nokta; Huzme'nin resmi dinî söylem ile geleneksel Nurculuğun söylemini aşan kendine özgü bir dil, yöntem ve söylem biçimi inşa etmesidir. Nitekim

⁸⁵ Kurt Lewin, "Frontiers in Group Dynamics: Channels of Group Life; Social Planning and Action Research", *Human Relations* 1/2 (1947), 145.

⁸⁶ Asad, *Dinin Soykütükleri*, 308.

⁸⁷ Nasr Hâmid Ebû Zeyd, *Kutsal Metin, Otorite ve Hakikat: Bilgi ve İktidar Arasında Dini Düşünce*, çev. Muhammed Coşkun (İstanbul: Mana Yayınları, 2015), 206.

⁸⁸ George Ritzer, *The McDonaldization of Society: Into the Digital Age* (California: Sage Publications, 2019).

⁸⁹ Eken, *Modern Görsel Kültürde Online Din*, 198.

Huzme, doğrudan ifade etmese bile kendi mekânını ve burada yaşanan alternatif dindarlık formunu, güncel bir Medresetü’z-Zehra modeli olarak sunmaktadır. Huzme’nin bu yaklaşımı, “seküler eğitime ayet ve hadis yamayan İmam Hatip ve İlahiyat modeli” şeklinde dile getirdiği eleştirisiyle, resmi dinî söylemin meşru eğitim kurumlarına alternatif olduğunu açıkça vurgulamaktadır. Ancak Huzme’nin geleneksel Nurcu söyleme tamamen sadık olduğunu söylemek de zordur. Özellikle modern yaşam tarzını benimseme ve yeni tüketim alışkanlıklarını kabul etme noktasında, geleneksel Nurculuğun sınırlarını zorladığı gözlemlenmektedir.

Yani Huzme; görünüşte “merkezdeki epistemik cemaatlerin” evrensel iddialarına karşı “uydu epistemik cemaatlerin” göreceli iddialarını savunuyor gibi görünse de gerçekte bu söylemin ardında tek tipçi ve mutlak hakikat iddiaları barındırmaktadır.⁹⁰ Şekilsel olarak Batı modernliğini sınırlandırıp geleneksel özü ön plana çıkararak kendine özgü bir modernlik inşa eden Huzme; aslında öz ve çerçeve arasındaki anlamlı ilişkiyi tersine çevirmektedir. Böylece Huzme, Batı’nın rasyonalizmini değil, onun cazip tüketim alışkanlıklarını ithal eden melez bir söylem biçiminin belirgin bir temsilcisi hâline gelmektedir.

Sonuç

Verili model çerçevesinde yapılan analizlere panoramik bir şekilde bakıldığında şu sonuçlara ulaşıldığını belirtmek mümkündür:

Öncelikle YouTube; din ve gündelik pratiklerin ortaklaşa içeriklendirildiği bir tür dinî özneleşme sahasıdır. Bu özneleşme sahasında sahne alarak yeni bir dinî otorite biçimi inşa eden rol modeller, bir yandan yeni mahremiyet ve tüketim normları inşa etmekte; diğer yandan dinî söylemi medyatikleştirmekte ve birtakım melez yeni dinî söylemler üretmektedir. Huzme; dinin dramatik bir temsiliyet nesnesi hâline geldiği YouTube sahnesinde böylesi söylemleri üreten bu yeni otoritelerden sadece biridir. Mütedeyyin genç kadınlardan oluşan Huzme; kadın ve mütedeyyin olarak maruz kaldığı çifte damgalardan sıyrılmak amacıyla genel anlamda dijital kültür uzamında özelde ise YouTube platformunda var olma mücadelesi vermektedir. Huzme, YouTube alanında büyük bir özneleşme çabası gösterse de gerçekte onun YouTube’daki varlığı salt bir özneleşme tecrübesi değildir; daha çok özne-nesne konumları arasında salınım gösteren gerilimli bir varoluştur. Bu gerilimli varoluş; paralel erkek ekibinden, Huzme’nin bağlı olduğu genel Nurcu söylemden, dahası YouTube’un kendi otoritesi ve izleyicilerinden bağımsız değildir. Bu anlamda Huzme’nin alandaki varlığı ve dramaturjik eylemleri bu faktörlerin her biriyle düşünömsel olarak sürekli bir inşa faaliyeti içindedir. Huzme, bu inşa sürecinde dinî bir otorite olarak YouTube’da sahne alırken mükemmel bir imaj çizmek için muazzam bir çaba gösterir. Yapılan izleyici yorumlarına ve Huzme’nin hedef kitlesiyle olan ilişkilerine yakından bakıldığında, bu mükemmel imaj etkili bir şekilde inşa edilmiş ve izleyici kitlesi üzerinde güçlü bir izlenim denetimi sağlanmıştır. Fakat Huzme’nin ürettiği içeriklere daha yakından bakıldığında ve minik ipuçları takip edildiğinde görsellerin imlediği farklı hususlarla karşılaşmaktadır. Bu sıradan göstergeler; Huzme’nin çizmeye çalıştığı modernist, rasyonel, minimalist ve nahif görüntünün ardında büyük oranda gelenekselliğe, sezgiciliğe, kapitalist tüketime ve çatışmacı otoriteye dayandığını işaret etmektedir.

Huzme; dinseliliği medyatik bir yüzle sunarak ve din temalı performanslar kullanarak yeni bir otorite biçimi inşa etme çabasıdadır. Özellikle grubun dijital sahnede sunduğu dramaturjik

⁹⁰ Bu yoruma ilham veren Arslan’ın yararlı çalışması için bk. Hüsamettin Arslan, *Epistemik Cemaat: Bir Bilim Sosyolojisi Denemesi* (İstanbul: Paradigma Yayınları, 2019), 205.

mükemmellik imajı; izleyiciyi imrendirerek sempatisini kazanmayı sağlamakta ve izleyici üzerindeki otoriteyi pekiştirmede büyük rol oynamaktadır. YouTube'da yer alan ve her detayıyla profesyonel bir şekilde hazırlanan bu içerikler; her bir cümlesi, görsel unsuru, çekim yapılan mekân seçimi ve fon müziğiyle birlikte, nahif, sade, zarif ve gündelik bir dil üzerinden şekillenerek doğrudan görünmeyen ancak hissedilen bir otorite kurmaktadır. Geleneksel otoritelerin dışlayıcı, ötekileştirici, sert ve kaba söylemlerine karşılık bu incelikli ve medyatik yeni dinî söylem tarzı, otorite anlayışının postmodern bir biçimini yansıtmaktadır. Ancak tüm bu yumuşak ve dostane görünümüne rağmen bu yeni formun özünde hâlâ bir otorite barındırdığı gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Nihai olarak Huzme; belli bir ideolojik arka plandan hareketle alanda konumlanan ve tanınırlık elde ettikten sonra ürettiği içeriklerde belirgin olmak üzere çatışmacı, alaycı, dışlayıcı ve daha sert bir dile sahip olduğunu anlık ipuçlarıyla gösteren komplike bir söylem üreticisidir. Tüm bunların yanı sıra Huzme; alanda konumlandığı ilk içerikten son içeriğine dek dikkat çekici bir değişim döngüsü içindedir. Ancak bu değişim; doğrusal bir düzlemde ilerlemekten ziyade kıvrımlı patikalardan geçen, zaman zaman geriye dönüşler yaşasa da daima ileriye doğru akışını sürdüren, dinamik ve katmanlı bir görünüme sahiptir.

Kaynakça

- Adorno, Theodor W.-Horkheimer, Max. *Aydınlanmanın Diyalektikliği: Felsefi Fragmanlar*. çev. Nihat Ülner-Elif Öztarhan Karadoğan. İstanbul: Kabalıcı Yayıncılık, 2014.
- Agamben, Giorgio. *What Is an Apparatus? and Other Essays*. çev. David Kishik-Stefan Pedatella. Stanford: Stanford University Press, 2009.
- Aiello, Giorgia-Parry, Katy. *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture*. London: Sage, 2020.
- Akgün, Eda. "Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi". *Yeni Medya* 1/4 (2018), 29-49.
- Aktay, Yasin. *Korku ve İktidar*. İstanbul: Pınar Yayınları, 2010.
- Arslan, Hüsamettin. *Epistemik Cemaat: Bir Bilim Sosyolojisi Denemesi*. İstanbul: Paradigma Yayınları, 6. Baskı, 2019.
- Baudrillard, Jean. *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. çev. Oğuz Adanır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 4. Basım, 2016.
- Baudrillard, Jean. *Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları*. çev. Nilgün Tural-Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 11. Baskı, 2018.
- Bhatia, Kiran Vinod. "Religious Subjectivities and Digital Collectivities on Social Networking Sites in India". *Studies in Indian Politics* 9/1 (2021), 21-36. <https://doi.org/10.1177/2321023021999141>
- Blumer, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. California: University of California Press, 1986.
- Bora, Tanıl. *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: İslamcılık*. 6 Cilt. İstanbul: İletişim Yayınları, 2021.
- Bowman, Timothy David. "Backstage or Front Stage with YouTube". *Illinois Library*. Erişim 14 Eylül 2023. <https://www.ideals.illinois.edu/items/14911>
- Campbell, Heidi A. *When Religion Meets New Media*. London: Routledge, 2010.
- Campbell, Heidi A.-Garner, Stephen. *Networked Theology: Negotiating Faith in Digital Culture*. Michigan: Baker Academic, 2016.
- Cerrah, Lokman. *Sosyal Medyada Din Algısı: Twitter Örneği*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015.
- Cohn, Neil. *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images*. London: Bloomsbury Academic, 2013.
- Çitil, Ebru. *Instagram'da Benlik Sunumu: Goffman'ın Dramaturjik Yaklaşımı*. İzmir: Ege Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020.
- Dalkılıç, Muhammed Mücahid. *Gözetimin Dönüşümü ve Instagram'da Benliğin Sunumu: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Çizgi Kitabevi, 2024.
- Debord, Guy. *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*. çev. Ayşen Ekmekçi-Okşan Taşkent. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.
- Denzin, Norman K.-Lincoln, Yvonna S. *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. Los Angeles: Sage Publications, 4. Basım, 2013.
- DERBİS, Dernek Bilgi Sistemi. "İllere ve Faaliyet Alanlarına Göre Dernekler". Erişim 7 Mayıs 2023. <https://www.siviltoplum.gov.tr/illere-ve-faaliyet-alanlarina-gore-dernekler>
- Dereci, Mustafa Derviş. *Sanala Veda: Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları, 2022.
- Ebû Zeyd, Nasr Hâmid. *Bilimsel Bilgi ve Aforoz Korkusu Arasında Yenilik Yasaklama ve Yorum*. çev. Muhammed Coşkun. İstanbul: Mana Yayınları, 2014.
- Ebû Zeyd, Nasr Hâmid. *Kutsal Metin, Otorite ve Hakikat: Bilgi ve İktidar Arasında Dini Düşünce*. çev. Muhammed Coşkun. İstanbul: Mana Yayınları, 2015.
- Eken, Metin. *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2021.
- Ergen, Yunus. *Dijital Minber Kutsal Otorite Postmodern Dijital Kültürde Din*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları, 2023.

- Fairclough, Norman. *Media Discourse*. London: Arnold, 1995.
- Flick, Uwe. "Triangulation". *The Sage Handbook of Qualitative Research*. ed. Norman K. Denzin-Yvonna S. Lincoln. 777-804. Los Angeles: Sage Publications, 2018.
- Gardiner, Michael. *Gündelik Hayat Eleştirileri*. çev. Deniz Özçetin vd. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2016.
- Goffman, Erving. *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*. çev. Ş. Geniş vd. Ankara: Heretik Yayıncılık, 6. Baskı., 2021.
- Goffman, Erving. *Etkileşim Ritüelleri: Yüz Yüze Davranış Üzerine Denemeler*. çev. Adem Bölükbaşı. Ankara: Heretik Yayınları, 3. Baskı, 2021.
- Goffman, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press, 1986.
- Goffman, Erving. *Günlük Yaşamda Beniğin Sunumu*. çev. Barış Cezar. İstanbul: Metis Yayınları, 4. Baskı, 2021.
- Goffman, Erving. *Kamusal Alanda İlişkiler*. çev. M. Fatih Karakaya. Ankara: Heretik Yayıncılık, 3. Baskı, 2021.
- Goffman, Erving. *Karşılaşmalar: Etkileşim Sosyolojisinde İki Çalışma*. çev. Sercan Çalcı. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2. Baskı, 2018.
- Goffman, Erving. *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*. çev. Fahri Öz-Devrim Kılıçer. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2020.
- Goffman, Erving. *Toplum İçinde Davranmak: Etkileşimlerin Sosyal Düzenine Dair Açıklamalar*. çev. Adem Bölükbaşı. Ankara: Heretik Yayıncılık, 2. Baskı., 2020.
- Göle, Nilüfer. *Melez Desenler: İslam ve Modernlik Üzerine*. İstanbul: Metis Yayınları, 2017.
- Haberli, Mehmet. *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*. İstanbul: Açılım Kitap, 2014.
- Habermas, Jürgen. *İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi*. çev. Mustafa Tüzel. İstanbul: Kabalıcı Yayınevi, 1998.
- Hepp, Andreas. *Deep Mediatization*. London: Routledge, 2020.
- Hepp, Andreas. *Medyatikleşen Kültürler*. çev. Çiğdem Bozdağ-Elif Posos Devrani. Ankara: Dipnot Yayınları, 2015.
- Hjarvard, Stig. "The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change". *Culture and Religion* 12/2 (2011), 119-135. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- Hjarvard, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge, 2013.
- Hoover, Stewart. *Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1998.
- Hoover, Stewart. *The Third Spaces of Digital Religion*. NewYork: Routledge, 2015. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3315.4641>
- Huzme Bursa Instagram. Erişim 7 Mayıs 2023. <https://www.instagram.com/huzmebursa/?hl=tr>
- Huzme Bursa Instagram. "Huzme Enstitü". Erişim 8 Mayıs 2023. <https://www.instagram.com/huzmenstitu/>
- Huzme Bursa Twitter (X). Erişim 7 Mayıs 2023. <https://twitter.com/huzmebursa>
- Huzme Bursa YouTube. Erişim 7 Mayıs 2023. <https://www.youtube.com/@huzme>
- Huzme Bursa. "Biz Kimiz?". Erişim 7 Mayıs 2023. <https://www.huzme.com.tr/aboutUsPage>
- Huzme Bursa. "Risale-i Nur Nedir?". Erişim 8 Mayıs 2023. <https://www.huzme.com.tr/risale>
- Jager, Siegfried. "Discourse and Knowledge: Theoretical and Methodological Aspects of A Critical Discourse and Dispositive Analysis". *Methods of Critical Discourse Analysis*. ed. Ruth Wodak-Michael Meyer. 32-62. London: Sage Publications, 2001.
- Kennedy, Ümit. "Arriving on YouTube: Vlogs, Automedia and Autoethnography". *Life Writing* 18/4 (2021), 563-578. <https://doi.org/10.1080/14484528.2021.1927485>
- Kress, Gunther-Leeuwen, Theo van. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Edward Arnold, 2001.
- Kress, Gunther-Leeuwen, Theodoor van. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 2006.

- Lewin, Kurt. "Frontiers in Group Dynamics: Channels of Group Life; Social Planning and Action Research". *Human Relations* 1/2 (1947), 143-153.
- Lövheim, Mia. "Mediatization: Analyzing Transformations of Religion From a Gender Perspective". *Media, Culture & Society* 38/1 (2016), 18-27. <https://doi.org/10.1177/0163443715615411>
- Lövheim, Mia-Axner, Marta. "Mediatized Religion and Public Spheres. Current Approaches and New Questions". *Religion, Media and Social Change*. ed. Kennet Granholm vd. 38-53. London: Routledge, 2014.
- Lundby, Knut. "Public Religion in Mediatized Transformations". *Institutional Change in the Public Sphere*. ed. Fredrik Engelstad vd. 241-263. Berlin: De Gruyter, 2017.
- McShane, Marjorie J.. *A Theory of Ellipsis*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- Mead, George Herbert. *The Philosophy of the Present*. London: Open Court, 1932.
- Mead, George Herbert. *Zihin, Benlik ve Toplum*. çev. Yeşim Erdem. Ankara: Heretik Yayıncılık, 3. Baskı, 2021.
- Menand, Louis. "Some Frames for Goffman". *Social Psychology Quarterly* 72/4 (2009), 296-299.
- Merriam, Sharan B.. "How Context Shapes The Design and Implementation of A Qualitative Study". *Qualitative Research in Practice: Examples For Discussion and Analysis*. ed. Sharan B. Merriam-Robin S. Grenie. 54-57. San Francisco: Jossey-Bass, 2019.
- Mirzoeff, Nicholas. "The Subject of Visual Culture". *The Visual Culture Reader*. ed. Nicholas Mirzoeff. 3-23. London: Routledge, 2002.
- Ong, Walter J.. *Sözlü ve Yazılı Kültür*. çev. Sema Postacıoğlu Banon. İstanbul: Metis Yayınları, 6. Baskı, 2018.
- Postman, Neil. *Teknopoli: Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*. çev. Mustafa Yılmaz. Bursa: Sentez Yayınları, 2. Basım, 2016.
- Ritzer, George. *The McDonaldization of Society: Into the Digital Age*. California: Sage Publications, 9. Baskı, 2019.
- Said, Edward W.. *Medyada İslam: Gazeteciler ve Uzmanlar Dünyaya Bakışımızı Nasıl Belirliyor*. çev. Aysun Babacan. İstanbul: Metis Yayınları, 2008.
- Sarı, Hasan. *Söylemden Kadraja Yeni Bir Nurcu Oluşum Olarak "Hayalhanem"*. Ankara: Akademisyen Kitabevi, 2023.
- Schirato, Tony-Webb, Jen. *Reading the Visual*. Sydney: Allen&Unwin, 2004.
- Shayegan, Daryush. *Melez Bilinç*. çev. Haldun Bayrı. İstanbul: Metis Yayınları, 2023.
- Spivak, Gayatri Chakravorty. "'Can the Subaltern Speak?'" *Can The Subaltern Speak?: Reflections on the History of an Idea*. ed. Rosalind C. Morris. 21-78. New York: Columbia University Press, 2010.
- Strangelove, Michael. *Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto: University of Toronto Press, 2010.
- Subaşı, Necdet. *Ara Dönem Din Politikaları*. İstanbul: Tezkire Yayınları, 2017.
- Subaşı, Necdet. *Gündelik Hayat ve Dinsellik*. İstanbul: İz Yayıncılık, 2018.
- Tekelioğlu, Orhan. "Moderniteye Sıkışan Özgürlük: Foucault'un 'Kendilik Teknolojileri'ne Bir Bakış". *Doğu Batı: Söylem Üstüne Söylem* 9 (2011), 25-55.
- Thumim, Nancy. *Self Representation and Digital Culture*. London: Palgrave Macmillan, 2012.
- Ülker, Osman. *Kültür ve Din: Türkiye'de Sanat Alanının Üretimi (1923-1980)*. İstanbul: Matbu Kitap, 2022.
- van Dijk, Teun A.. *News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
- van Dijk, Teun A.. *News As Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
- van Dijk, Teun A.. *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. New York: Cambridge University Press, 2009.
- Wodak, Ruth. "Aspects of Critical Discourse Analysis". *Zeitschrift Für Angewandte Linguistik* 36/10 (2002), 5-31.
- Yadeofficial Instagram. Erişim 8 Mayıs 2023. <https://www.instagram.com/yadeofficial/feed/>