

The Journal of Academic Social Science Studies



International Journal of Social Science

Volume 6 Issue 1, p. 859-873, January 2013

DİNLERİN İNTERNET ORTAMINDAKİ TEMSİLİ VE DAĞILIMI*

REPRESENTATION AND DISTRIBUTION OF RELIGIONS IN THE INTERNET MILIEU

Dr. Mehmet HABERLİ

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi İletişim Uzmanı

Abstract

With the emergence and the proliferation of the internet, similar to all other institutions and organizations, religious traditions have made its presence seen in this communicative environment. As a consequence of this circumstance first Christianity, Judaism, Islam and almost all religious traditions have begun to be represented in the internet milieu. The purpose of this article is to reveal to what extent religions are represented and how they are distributed in this new communicative environment. The level representation and distribution of religions in the internet will be revealed with search engines, indexes arranging web sites in accordance with categories and different research findings. While web sources that the data has been obtained is being determined, idiosyncrasy of the internet has been taken into consideration. In this sense, English being the most widely-used language in terms of both the numbers of web pages and the users of internet language as English has played significant role in the usage of

* Bu makale yazarın, "Sanal Din: İnternet Ortamındaki Din Olgusu Üzerine Bir Araştırma" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

internet sources that the data has been gained. At the end of the study, it has been seen that religions have crucial representation rate in internet milieu. It was observed that the representation rates of religions which have more members particularly in Asia, Africa and Far East are low compared with the high representation ratios of religious traditions which are widespread and active in West. Factors such as level of education, lack of technical infrastructure, censorship, financial possibility are influential as a result. Besides, results of the study have also shown that both the representation ratios of the religions in internet milieu and the amount of the religious content have risen day by day.

Key Words: *Internet, Religion, Representation of Religions on Web*

Öz

İnternetin ortaya çıkışı ve yaygınlaşmasıyla birlikte, diğer bütün kurum ve organizasyonlara benzer bir şekilde, dini gelenekler de bu yeni iletişim ortamında varlık göstermeye başlamışlardır. Bunun sonucunda başta Hıristiyanlık, Yahudilik ve İslamiyet olmak üzere neredeyse bütün dini geleneklerin internet ortamında temsil edilmeye başladığı görülmüştür. Bu çalışmanın amacı, dinlerin internet ortamında ne ölçüde temsil edildiklerini ve bu yeni iletişim ortamındaki dağılımlarını ortaya koymaktır. Dinlerin internet ortamında dağılım ve temsil oranları tespit edilmeye çalışılırken; arama motorları, siteleri kategorilere göre indeksleyen dizinler ve çeşitli araştırma bulgularından faydalanılmıştır. Verilerin elde edildiği web kaynakları belirlenirken internetin kendine has yapısı dikkate alınmıştır. Bu bakımdan İngilizcenin, hem web sayfası hem de bu dili kullananların sayısı bakımından internetin en yaygın dili olması verilerin elde edildiği internet kaynaklarının kullanılmasında belirleyici rol oynamıştır. Çalışma sonucunda dinlerin internet ortamında önemli bir temsil payına sahip olduğu görülmüştür. Batı'da yaygın ve etkin dinlerin internet ortamındaki yüksek temsil oranlarına karşın, özellikle Asya, Afrika, Ortadoğu veya Uzak Doğu'da daha fazla mensubu bulunan dini geleneklerin internet üzerindeki temsil oranlarının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun sebepleri olarak, eğitim seviyesi, teknik altyapı yetersizliği, sansür, maddi imkânlar vb. etmenler etkili olmuştur. Ayrıca araştırma sonuçları, dinlerin internet ortamındaki temsil oranlarıyla birlikte, internet ortamındaki dini içeriğin miktarında da günden güne artış olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: *İnternet, Din, Dinlerin Web Üzerindeki Temsili*

1. GİRİŞ

Yirminci yüzyılın sonlarında iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim, bilgi ve enformasyonun toplum hayatına hâkim olduğu Postmodern bir çağın kapısını açmıştır. Özellikle İnternetin ortaya çıkışı, iletişim kavramına yeni bir boyut

kazandırmış, interaktif bir iletişim ortamı meydana getirmiştir. Bu yeni iletişim ortamı, kurum ve organizasyonların kendilerini temsil noktasında önemli bir rol üstlenmeye başlamıştır. Bu bağlamda, dini gelenekler de internet ortamında varlık göstermeye başlamış, kendilerini temsil eden web siteleri aracılığıyla vizyon ve misyonlarını kitlelere ulaştırma imkanı elde etmişlerdir. Bu durum reel alandan internet ortamına taşınan dinlerin, buradaki temsil ve dağılımlarını incelemeyi bir gereklilik haline getirmiştir.

2. YÖNTEM

2. 1. Araştırmanın Modeli

Dinlerin internet ortamındaki temsil ve dağılımının belirlenmesini amaçlayan bu araştırma betimsel analiz modelinde desenlenmiştir.

2. 2. Verilerin Toplanması

Araştırma 2012 yılının Ocak-Haziran arasındaki altı aylık bir zaman diliminde gerçekleştirilmiştir. Araştırmadaki analiz ve değerlendirmeler, internet ortamındaki arama motorları (*Yahoo, Google, Altavista*) ve web sitelerini belirli kategorilere göre listeleyen kategorik dizinler (*Yahoo, Google, Dmoz Open Directory Project ve Alexa*) üzerindeki kayıtlar esas alınarak yapılmıştır. Verilerin elde edildiği bu kaynaklar belirlenirken internetin kendine has yapısı dikkate alınmıştır. İngilizcenin, hem web sayfası hem de bu dili kullananların sayısı bakımından internetin en yaygın dili olması verilerin elde edildiği internet kaynaklarının kullanılmasında belirleyici rol oynamıştır. Dolayısıyla internet üzerinde yapılan bütün taramalar İngilizce terimler esas alınarak yapılmış, ancak aramalara konu olan dini gelenek isimlerinin Türkçe karşılıkları kullanılmıştır. Yapılan aramaların veya kullanılan dizinlerin Türkçe olması halinde, araştırmaya konu olan internet kaynaklarının ancak küçük bir bölümü içerisinde tarama yapılmış olacaktır. Böyle bir durumda dinlerin internet ortamındaki temsil ve dağılımını sağlıklı bir biçimde tespit etmek mümkün olmayacaktır.

Araştırmada internetin dinamik yapısı da dikkate alınmıştır. Çünkü internet ortamında bulunan web sitelerinin ve sayfalarının içerikleri belirli aralıklarla güncellenmekte veya değiştirilmektedir. Ayrıca bunlara her gün yenileri eklenmekte, mevcut olanların da bir kısmı internet ortamından kaldırılmaktadır. Nitekim çalışma sırasında ziyaret edilen bazı web sitelerinin ve sayfalarının adreslerinin değiştirildiği veya tamamen internet ortamından kaldırıldığı görülmüştür. Bu sebeple analiz ve değerlendirmelere esas olan veri kaynakları belirli periyodlarla ziyaret edilmiş, rakamsal küçük farklılıklara rağmen verilerin oransal olarak değişmediği görülmüştür.

2. 3. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Çalışmada öncelikle google arama motoru ve kategorik dizinler esas alınarak internet ortamındaki dini içerikli sayfa sayısı ve web site sayıları çeşitli dinler bazında tablolar haline getirilmiştir. İnternet ortamındaki dini içerikli sayfa sayısı, dinlerin web sitesi bazındaki temsili ve bu dağılım oranlarına buna etki eden sebepler, oluşturulan tablolar doğrultusunda betimsel analize tabi tutulmuştur. Bununla birlikte analiz ve değerlendirmeler yapılırken konuyla ilgili diğer araştırma verilerinden de faydalanılmıştır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Günümüzde; büyük küçük neredeyse bütün inanç sistemleri internet üzerinde temsil edilmeye başlamıştır. Üç semavi din (Hıristiyanlık, Yahudilik ve İslamiyet) ve uzak doğu dinleri (Budizm ve Hinduizm) bunun en somut örneklerini oluşturmaktadır. Bu geleneksel dinlerin yanı sıra, Ateizm, Mormonluk,¹ Paganizm,² Gnostisizm³ ve daha adını sayamayacağımız birçok farklı inanç sistemi kendilerini internet üzerinde temsil yoluna gitmişlerdir. Örneğin, web sitelerini indeksleyen *Alexa*⁴ üzerindeki din ve maneviyatla ilgili site indeksine bakıldığında; daha birçok dini düşünce, inanç ve felsefi akımı temsil eden web sitelerinin ana kategoriler şeklinde sınıflandığı gözlenmektedir (bkz. tablo 1).

¹ **Mormonluk:** Joseph Smith (1805-1845) tarafından 1830'da New York'da kurulmuş yeni dini hareketlerdendir. Hıristiyanlığa bağlı bir hareket olarak ortaya çıkan Mormonluk, zamanla bağımsız bir din görünümü kazanmıştır. Günümüzde "Son Gün Azizleri İsa'sının Kilisesi" olarak da bilinen bu hareketin mensupları (Mormonlar), dünya çapında yoğun bir misyonerlik gayreti içindedirler. Bkz. Günay Tümer-Abdurrahman Küçük, *Dinler Tarihi*, (Ankara: Ocak Yayınları, 2002), ss. 294-295.

² **Paganizm:** Hıristiyanlık öncesi monoteist, naturalist ve panteist düşünceler ile günümüz modern dini düşüncüyü sentezleyen çok kapsamlı dini terimdir.

³ **Gnostisizm:** Tanrı, âlem ve insanın birbirleriyle olan ilişkilerini, kendine has kutsal esoterik (gizli) bilgi doktrini temeline dayalı olarak açıklamayı ilke edinen dini felsefi gelenek. Bkz. Robert S. Ellwood (Edt.), *The Encyclopedia of World Religions*, New York: Facts On File, 2007, ss. 174-175.

⁴ Dünyanın en büyük alışveriş sitesi Amazon.com'a ait olan Alexa, web sitelerinin trafikleriyle, kullanıcı istatistikleri hakkında ayrıntılı bilgi veren popüler ve gerçekçi bir web sitesidir. Site, dünyadaki en popüler internet sitelerini sıralamakta, bu sitelerin ziyaretçi trafiğini de ayrıntılı grafiklerle ortaya koymaktadır. Bkz. www.alexa.com

Tablo 1: Alexa üzerinde bulunan Religion and Spirituality (Din ve Maneviyat) kategorisi altında indekslenen dini akım ve felsefi düşünceler⁵

<u>Advaita Vedanta (212)</u>	<u>Gender and Sexuality (1)</u>	<u>Pantheism (18)</u>
<u>African (102)</u>	<u>Gnosticism (78)</u>	<u>People (723)</u>
<u>Agnosticism (28)</u>	<u>Hinduism (1,010)</u>	<u>Prophecies (8)</u>
<u>Arts (66)</u>	<u>Humanism (130)</u>	<u>Reincarnation</u>
<u>Atheism (237)</u>	<u>Humor (12)</u>	<u>(49)</u>
<u>Baha'ism (185)</u>	<u>Interfaith (64)</u>	<u>Religious</u>
<u>Buddhism (2,170)</u>	<u>Islam (1,396)</u>	<u>Studies (133)</u>
<u>Cao Dai (8)</u>	<u>Jainism (30)</u>	<u>Religious Texts</u>
<u>Christianity (70,812)</u>	<u>Judaism (2,717)</u>	<u>(8)</u>
<u>Community (5)</u>	<u>Meditation (50)</u>	<u>Religious</u>
<u>Computers (14)</u>	<u>Modern Movements (55)</u>	<u>Tolerance (20)</u>
<u>Conferences and Events</u>	<u>Morality (15)</u>	<u>Scientology</u>
<u>(1)</u>	<u>Mysticism (138)</u>	<u>(462)</u>
<u>Deism (42)</u>	<u>Native American (29)</u>	<u>Shamanism (83)</u>
<u>Directories (5)</u>	<u>New Age (1,261)</u>	<u>Shintoism (12)</u>
<u>Divination (1,397)</u>	<u>News and Media (26)</u>	<u>Shopping (4)</u>
<u>Enlightenment (118)</u>	<u>New Thought (71)</u>	<u>Sikhism (149)</u>
<u>Esoteric and Occult (1,888)</u>	<u>Noahidism (5)</u>	<u>Spiritual Beings</u>
<u>Ethical Culture (20)</u>	<u>Opposing Views (1,036)</u>	<u>(57)</u>
<u>Falun Dafa (21)</u>	<u>Pagan (1,234)</u>	<u>Spiritualism</u>
<u>Fictional (53)</u>		<u>(402)</u>
<u>Fourth Way (96)</u>		<u>Zoroastrianism</u>
		<u>(34)</u>
		<u>Tantra (10)</u>
		<u>Taoism (298)</u>
		<u>Unitarianism</u>
		<u>and</u>
		<u>Universalism</u>
		<u>(920)</u>
		<u>Universal Life</u>
		<u>Church (24)</u>
		<u>Yoga (1,954)</u>

Görüleceği üzere tablo 1’de yer alan dinleri ve bazı dini-felsefi akımları temsil eden web site sayılarının düşük olduğu görülmektedir. Şüphesiz bu tabloda yer alan dini web siteleri, yalnızca bu kategorik dizin altında indekslenenlerle sınırlı değildir.

⁵ Güncel indeksleme bilgisi için bkz.

www.alex.com/topsites/category/Top/Society/Religion_and_Spirituality (26.02.2012)

Çünkü kategorik dizinler genellikle öne çıkan siteleri veya daha çok ziyaret edilen siteleri ölçü olarak indeksleme ve sınıflandırma yapmaktadırlar. Bu sebeple *Yahoo*, *Google*, *Alexa* ve benzeri dizinler üzerindeki 'din ve maneviyat' kategorisine bakıldığında, bu kategoride indekslenen dini web sayılarının farklılık arzettiği görülmektedir. Bu sebeple tablo 1'e esas teşkil eden *Alexa* dizininde yer alan siteler, internet ortamındaki dini web sitelerinin ancak küçük bir kısmını yansıtmaktadır. Web site sayılarının bu değişken durumuna rağmen bütün kategorik dizinler üzerinde değişmeyen tek durum, bu dizinlerdeki en büyük kategorinin 'din ve maneviyat' kategorisindeki siteler olduğudur.⁶ Bu durum, toplum hayatının çok önemli bir parçası olan dinin, fiziksel ortamın bir uzantısı ve yansıması durumunda olan sanal ortamda da baskın konumunu devam ettirdiğini göstermesi bakımından önemlidir.

Dinlerin internete olan yoğun ilgisi, 1990'lı yılların başından itibaren dini grupları temsil eden web sitelerinin ortaya çıkması ve internet ortamındaki dini içeriğin artmasıyla dikkat çekmeye başlamıştır. Bu durumu ilk fark edenlerden birisi *Time Dergisi*'nin editörlerinden Joshua Ramo'dur. Ramo, 1996'daki *Time Dergisi*'nde yayımlanan makalesinde, eğitimden iş dünyasına, bireylerden dini gruplara kadar neredeyse herkesin internet ortamına akın ettiğini gözlemlemiştir. Özellikle bu yeni iletişim ortamındaki dini gruplara vurgu yapan Ramo, bunların; haber grupları, sohbet odaları gibi sanal alanlar üzerinde varlık göstermeye başladıklarını ifade etmiştir. Buna paralel olarak o yıllarda yapılan çalışmalar da dinlerin internet üzerindeki temsil oranının yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır.⁷ Nitekim *Time Warner Company*'nin 1996 yılında yaptığı bir araştırma; dini içerikli web site sayısının, pornografi içerikli sitelere oranla üç kat daha fazla olduğunu ortaya koymuştur.⁸

Örneğin günümüzde internet ortamında sadece Hıristiyanlığa ait otuz dört bin farklı mezhep veya dini grubu temsil eden web sitesi bulunmaktadır.⁹ Nitekim, herhangi bir Hıristiyan grubun ismi esas alınarak, *Google* üzerinde yapılacak arama sonucunda, yüzlerce web sitesinin listelendiği görülecektir. Buradan hareketle; diğer dinleri temsil eden mezhep ve dini organizasyonlar dikkate alındığında, dini web site sayısının milyonları bulacağı düşünülebilir.

1990'lardan itibaren internet ortamındaki dini içerikli web sayfası sayısında yaşanan artışlar, dinlerin web ortamına ne kadar hızlı kanalize olduğunu göstermesi

⁶ Farklı dizinler üzerindeki dini web sitesi sayıları için bkz. www.dmoz.org/Society/www.dir.yahoo.com/Society_and_Culture/Religion_and_Spirituality

⁷ Joshua Cooper Ramo, "Finding God On the Web", *TIME*, 16 Dec. 1996.

www.time.com/time/magazine/article/0,9171,985700,00.html (29. 10. 2011).

⁸ Bkz. Christopher Helland, "Diaspora On The Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands", *Journal of Computer-Mediated Communication*, c. 12, 2007, s. 957.

⁹Dünya üzerindeki tahmini din, mezhep ve mensup sayıları için bkz. www.religioustolerance.org/worldrel.htm (12.05.2012)

açısından önemlidir. Nitekim, 1990'larda 1.7 milyon olan dini içerikli web sayfası sayısının,¹⁰ büyük oranda artış göstererek 2004 yılında elli bir milyona ulaştığı tahmin edilmiştir.¹¹ Ancak daha önce de ifade edildiği gibi, internetin dinamik yapısı, bu ortamdaki dini içeriğin miktarını tam olarak tespit etmeyi mümkün kılmamaktadır. Bu bakımdan, internet ortamındaki dini içeriğin miktarında; artışlar, dalgalanmalar, nadiren de olsa düşüşler gözlenebilmektedir. Örneğin bir günlük zaman aralığında Google arama motoru üzerinde dini gelenek isimleri esas alınarak yapılan tarama sonucunda aşağıdaki veriler elde edilmiştir.

Tablo 2: 17-18 Ocak 2012 tarihleri arasında Google arama motoru üzerinde dini gelenek isimleri esas alınarak yapılan tarama sonuçları

Anahtar Kelime	17 Ocak 2012	18 Ocak 2012	Fark
	İndekslenen Sayfa Sayısı	İndekslenen Sayfa Sayısı	
Din	960.000.000	965.000.000	5.000.000
Hıristiyanlık	132.000.000	133.000.000	1.000.000
Yahudilik	44.300.000	44.700.000	400.000
İslam	592.000.000	587.000.000	-5.000.000
Budizm	57.200.000	57.300.000	100.000
Hinduizm	34.900.000	34.200.000	700.000
Zerdüştlük	4.710.000	4.600.000	-110.000
Paganizm	7.150.000	10.000.000	2.850.000

Tablo 2'de görüldüğü gibi, dini gelenek isimleri esas alınarak yapılan arama,¹² bir günlük zaman aralığında dahi dini içeriğe sahip sayfaların sayısında kayda değer bir artış olduğunu göstermektedir. Ancak İslam ve Zerdüştlüğe ait sayfa sayısında, bir düşüş gözlenmektedir. Bu durumun, indekse giren sayfalardaki aranılan terimle ilgili içeriğin kaldırılmış olması veya bu içeriğe erişim probleminden kaynaklandığı düşünülebilir. Bununla birlikte tabloda yer alan ilginç bir durum, dünyada en fazla

¹⁰ Heidi Campbell, "Cyber Behavior and Religious Practice on the Internet", *Encyclopedia of Cyber Behavior*, (Edt. Zheng Yan), IGI Global, 2012, s. 434.

¹¹ Morten T. Hojsgaard-Margit Warburg (Edt.), *Religion and Cyberspace*, London: Routledge, 2005, s. 2.

¹² Aramada kullanılan İngilizce terimler sırasıyla; Religion, Christianity, Judaism, Islam, Buddhism, Hinduism, Zoroastrianism ve Paganism'dir.

nüfusla temsil edilen Hıristiyanlığa ilişkin dini içerikli sayfa sayısının, İslam'la ilgili sayfa sayısından düşük görünmesidir. Bu durumun birinci sebebi; Hıristiyanlığın, İslam'a oranla çok sayıda farklı gruba ayrılmış olmasıdır. Özellikle bir milyardan fazla mensubu bulunan Katolik Mezhebi'nin ve internet ortamında oldukça etkin olan Protestan grupların çeşitliliği, Hıristiyanlık'la ilgili dini içeriğin tek bir terimle yapılacak aramalar sonucunda ortaya konulmasını mümkün kılmamaktadır. Öyle ki 'Catholic' (Katolik) terimiyle yapılan aramalar dahi 'Christianity' (Hıristiyanlık) terimiyle yapılan arama sonuçlarından yüksek olabilmektedir. Aramalarda İslam ile ilgili içeriklerin Hıristiyanlığa oranla fazla çıkmasının diğer sebebi ise, aramaların İngilizce terimler esas alınarak yapılmasıdır. *Google* üzerinde İslam'la ilgili aramalar 'Islam' terimiyle yapıldığında İngilizce dışındaki sayfalar da -Türkçe dahil-listelenmektedir. Buna paralel olarak; *Yahoo*, *Altavista* ve daha birçok arama motoru üzerinde 'Islam' terimi kullanılarak yapılan bütün aramalarda da listelenen web sayfası sayısı Hıristiyanlık'tan fazladır. Bu da, sözü edilen durumu destekler mahiyettedir.

Tablo 2 ve buna ilişkin değerlendirmeler göz önüne alındığında, içerik esas alınarak dinlerin temsiline tam olarak belirlenemeyeceği ve herhangi bir zaman dilimindeki aramalardan elde edilecek sonuçların anlık olacağı görülmektedir. Dolayısıyla, arama sonuçlarının ancak genel bir değerlendirmeye imkan vereceği söylenebilir. Bununla birlikte bu basit tablo, dini içerikli web sayfa sayısı konusunda önemli bir durumu ortaya çıkarmaktadır. Bu da internet ortamındaki dini içeriğin sürekli bir artış gösterdiği, Nitekim belirli periyodlarla aynı terimler kullanılarak yaptığımız taramalar da, internet ortamındaki dini içeriğin devamlı arttığını göstermiştir.

Dini içerikli web sayfa sayısının, dinleri temsil noktasında ortaya çıkardığı temsil belirsizliğine karşın; kategorilere göre düzenlenmiş dini web sitelerinin sayısı, oransal olarak daha gerçekçi sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Çünkü kategorik dizinler altında listelenen dini web siteleri, dinler bazında (Hıristiyanlık gibi) kategorilere ayrılmakta, dinlere ait mezhep veya dini gruplara (Katolik Mezhebi gibi) ait siteler ise ilgili dini geleneğin adı altında listelenmektedir. Aşağıdaki tabloda, üç kategorik dizinde yer alan '*Religion and Spirituality*' (Din ve Maneviyat) kategorisi altında indekslenen dini web siteleri verilmektedir (bkz. tablo 3).

Tablo 3: Yahoo, Alexa, Dmoz Open Directory Project'te bulunan *Religion and Spirituality* (Din ve Maneviyat) dizini altında 21 Ocak 2012 tarihinde indekslenen farklı dini gelenekleri temsil eden dini içerikli web site sayıları

Dini Gelenek	Yahoo	Temsil Oranı %	Alexa	Temsil Oranı %	Dmoz Open Directory	Temsil Oranı %
Hıristiyanlık	25019	72,6	70740	77,3	73310	77,33
Yahudilik	2930	8,5	2623	2,86	2763	2,9
İslamiyet	1385	4	1349	1,4	1413	1,5
Budizm	580	1,7	2100	2,3	2273	2,4
Hinduizm	534	1,55	1002	1,09	1008	1,06
Paganizm	370	1,07	1188	1,3	1247	1,3
Diğer	3628	10,5	79002	13,6	12716	13,4
Toplam	34462	100	91480	100	94800	100

Tablo 3'te görüldüğü gibi, dinlerin farklı kategorik dizinler üzerinde bulunan din ve maneviyat kategorisindeki temsil oranları, büyükten küçüğe doğru sıralandığında aşağıdaki tablo elde edilmektedir (bkz. tablo 4)

Tablo 4: Yahoo, Alexa ve Dmoz Open Directory Project'de bulunan "*Religion and Spirituality*" dizini altında indekslenen web sitelerinin dinler bazında karşılaştırılması

Yahoo	Alexa	Dmoz Open Directory Project
1.Hıristiyanlık	1.Hıristiyanlık	1. Hıristiyanlık
2. Yahudilik	2. Yahudilik	2. Yahudilik
3. İslamiyet	3. Budizm	3. Budizm
4. Budizm	4. İslamiyet	4. İslamiyet
5. Hinduizm	5. Hinduizm	5. Paganizm
6. Paganizm	6. Paganizm	6. Hinduizm

Tablo 3 ve tablo 4'teki veriler dikkate alındığında dinlerin internet ortamındaki farklı dizinler içerisindeki temsilleri noktasında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

Hıristiyanlık, internetin ilk dönemlerinden bu yana internet üzerinde en yüksek temsil oranına sahip olan dini gelenektir. Nitekim 1997 yılında dinlerin internet ortamındaki temsil oranlarının tahminine yönelik yapılan araştırmalar, Hıristiyanlığın % 80 ile en yüksek temsil oranına sahip dini gelenek olduğunu ortaya koymuştur.¹³ Tablo 3 ve 4'te görüldüğü gibi günümüzde de Hıristiyanlığın % 72.6 (Yahoo) ile % 77.33 (Dmoz Open Directory) değerleri arasında değişen oranlarla internet üzerinde en yüksek temsil oranına sahip dini gelenek olmaya devam ettiği görülmektedir. Bununla birlikte Hıristiyanlığın temsil oranında yaklaşık 5 puanlık bir düşüş görülmektedir. Bu durumun, Hıristiyanlık dışındaki inanç sahiplerinin internete erişim imkanlarının artması, bilinçlenmesi, eğitim seviyesinin yükselmesi ve benzeri nedenlerden kaynaklandığını söylemek mümkündür.¹⁴

Bununla birlikte dinlerin dünya nüfusu içerisindeki temsil oranlarının internet üzerindeki temsilleriyle doğru orantılı olmadığını ifade etmek gerekir. Aşağıdaki tabloda, önceki veriler göz önünde bulundurularak dinlerin internet üzerindeki temsil oranlarıyla, bu dinlere mensup olan bireylerin tahmini nüfus oranları karşılaştırılmalı olarak verilmektedir (bkz. tablo 5).

¹³ Jeffrey Zaleski, *The Soul of Cyberspace: How New Technology is Changing our Spiritual Lives*, New York: HarperEdge, 1997, s. 99.

¹⁴ Hıristiyanlık, dünya dinleri arasında internet ortamında nüfusuyla doğru orantılı olarak temsil edilmesine karşın, Hıristiyanlık bünyesindeki mezheplerin temsili noktasında ilginç bir durum ortaya çıkmaktadır. Katolikler, Hıristiyan nüfusunun büyük çoğunluğunu oluşturmalarına rağmen, internet üzerinde aynı oranda temsil edilmemektedir. 2012 Haziran ayında *Dmoz Open Directory* üzerindeki "Christianity: Denominations" dizini altında listelenen Hıristiyanlığa ait web sitelerinin sadece % 42'sinin Katolikleri temsil ettiği görülmüştür. Geriye kalan % 58'lik oranın küçük bir kısmını Ortodokslar, geri kalan kısmını ise Protestan gruplar oluşturmaktadır. Bu durumun en önemli sebebi, geleneksel olarak kitle iletişim araçlarını -matbaa, radyo ve televizyonda olduğu gibi- daha etkin bir biçimde kullanan Protestan grupların bu baskın konumlarını internet kullanımına da yansıtmiş olmalarıdır. Örneğin; 2000 yılında Protestan Kiliselerinin % 35'i internet üzerinde temsil edilirken, bu kiliselerin 2005 yılında % 57'si, 2006 yılında da % 60'ı internet üzerinde temsil edilir hale gelmiştir. Bu veriler, Protestan Kiliselerin internet üzerindeki temsil oranlarının istikrarlı bir yükseliş trendi yakaladığını göstermektedir. İnternet kullanım oranının oldukça yüksek olduğu ABD'de, baskın mezhep mensuplarının Protestan gruplar olması da, bu dağılımın ortaya çıkmasında büyük pay sahibidir. Bkz. Quentin J. Schultze, "Following Pilgrims into Cyberspace", *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication*, (Quentin J. Schultze-Robert H. Woods), illionis: Intervarsity Press, 2008, ss. 137-149; Barna Group, "Technology use is growing rapidly in churches", 2005 www.barna.org/barna-update/article/5-barna-update/172-technology-use-is-growing-rapidly-in-churches?q=church (29.10.2011)

Tablo 5: Dmoz Open Directory Project “Religion and Spirituality” dizinindeki dinler bazında site sayısı oranları ile dinlerin dünya nüfusu içerisindeki oranlarının karşılaştırılması¹⁵

Dinler	Dinlerin İnternetteki Temsil Oranları %	Dinlerin Dünya Nüfusu İçindeki Oranları %
Hıristiyanlık	77,33	33,2
Yahudilik	2,9	0,2
İslamiyet	1,5	22,3
Budizm	2,4	6,8
Hinduizm	1,06	1,7
Paganizm	1,3	Bilinmiyor

Tablo 5 değerlendirilirken, dinlerin internet ortamındaki temsil ve dağılımını etkileyen faktörlerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Maddi imkanlar, eğitim seviyesi ve sansür, dinlerin internet üzerindeki temsil oranlarını diğer bir ifadeyle iletişim teknolojilerindeki dijital paylarını¹⁶ etkileyen en önemli faktörlerdir. Daha önceki tablolarda yer alan dağılıma bakıldığında, sadece Hıristiyanlığın her üç kategorik dizin üzerindeki (Yahoo, Alexa, Dmoz Open Directory) temsilinin, dünya üzerindeki nüfusuyla doğru orantılı ve en üst sırada yer aldığı görülmektedir (bkz. tablo 3). Ancak tablolar karşılaştırıldığında; diğer dinlerin internet üzerindeki temsil oranlarının her dizinde farklı olduğu ve internet ortamındaki temsil oranlarının nüfus oranlarıyla doğru orantılı olmadığı ortaya çıkmaktadır.

¹⁵ Nüfus oranları Britanica 2010 Almanak'ından alınmıştır. Bkz. Jacob E. Safra (Edt.), *Encyclopaedia Britannica 2010 Almanac*, London: Encyclopaedia Britannica Inc., 2009, ss. 508-509.

¹⁶ Dijital Pay veya bilinen adıyla *Dijital Bölünme*, toplumların bilgi ve iletişim teknolojilerine ve hizmetlerine erişim durumunu ifade eden kavramdır. Toplumlar arasındaki ekonomik eşitsizlik, bilgisayar ve iletişim ağı alt yapısına sahip olma ya da toplumların eğitim durumu gibi etkenler, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimde önemli rol oynamaktadır. Dünya ölçeğinde bakıldığında, eğitilmiş ve yüksek gelir sahibi bireylerle, daha az eğitilmiş ve düşük gelirli bireyler arasında bilgisayar sahipliği ve internete erişim noktasında belirgin farklılıkların bulunduğu görülmektedir. Geniş bilgi için bkz. Cengiz Aytun, “Enformasyon Toplumunda Dijital Bölünme Kavramının Anlamı ve Önemi”, XI. *Türkiye’de İnternet Konferansı* (21-23 Aralık 2006), TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara (www.inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/37.doc) (20.02.2012)

Hıristiyanlığın internet üzerindeki temsil oranı, dünya nüfusu içerisindeki temsil oranlarının yaklaşık olarak iki katıdır. İnternet kullanımının Batı'da (ABD ve Avrupa ülkeleri) yaygın olması ve buralarda yaşayan Hıristiyan nüfusun baskın olması, bu dini geleneğin internette yoğun olarak temsil edilmesinde önemli bir etkidir. Nitekim istatistikler de bu durumu doğrular mahiyettedir. 2012 Mart ayı internet kullanım istatistiklerine göre; internetin nüfusa oranla en yüksek kullanımının Amerika, Almanya ve İngiltere'de olduğu görülmektedir.¹⁷ Aynı zamanda internet ortamındaki temsiliyet belirli bir maliyet gerektirmektedir. Bu maliyet ile küresel gelir dağılımındaki Hıristiyanların payı birlikte düşünüldüğünde, Hıristiyanların internet üzerindeki yüksek temsil oranını anlamlandırmak kolaylaşacaktır.

Hıristiyanlığın bu durumuna kıyasla; Yahudiliğin dünya nüfusu içerisindeki % 0.2 gibi düşük oranına karşın internet ortamındaki temsilinin % 2.9 gibi yüksek bir oranda olduğu görülmektedir. Bu veriler ölçü alındığında Yahudiliğin internet ortamındaki temsil oranlarının dünya nüfusu içerisindeki paylarının yaklaşık onbeş katı olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle Yahudiliğin en yüksek maddi imkan ve dijital paya sahip olduğunu düşünmek mümkündür.

Tabloda yer alan ilginç bir durum ise, Hıristiyanlık ve Yahudilik dışındaki dinlerin dünyaki nüfus oranlarıyla, internet ortamındaki temsil oranları arasında negatif bir kolerasyonun bulunmasıdır. Örneğin Budizm'in dünya nüfusu içerisindeki % 6.8'lik nüfus oranı, internet ortamında % 2.4'lük bir seviyede temsil edilmektedir. Bu bağlamda, tablo 4'teki en ilginç veriler İslamiyet ve Paganizm'e ait olanlardır. Çünkü İslamiyet dünya nüfusu içerisinde % 22.3'lük bir nüfus oranına sahipken; internet üzerindeki temsil oranı sadece % 1.5'dir. Buradan hareketle, İslamiyetin sahip olduğu nüfusa oranla, internet üzerinde en düşük temsil payına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Paganizm'e gelince, bu inanca sahip olanların dünya nüfusu içerisindeki payları bilinmemektedir. Ancak internet üzerindeki temsilleri % 1.3 gibi bir oranla neredeyse İslamiyet'le aynı seviyededir. Bu durumun birkaç sebebi bulunmaktadır. Özellikle toplumda marjinal olarak kabul edilen paganların dağınık halde bulunması ve Paganizmin kurumsal bir yapıdan yoksun olması¹⁸ sebebiyle bu dinin mensupları fiziki olarak bir araya gelememektedir. İnternetin fiziki olarak bir araya gelmedeki sınırlılıkları ortadan kaldırması, Paganların bu yeni iletişim ortamına akın etmelerine neden olmuştur. Bunun yanında, Modern Paganizm'in Batı'da en hızlı büyüyen dinlerden biri olması ve bilgisayar iletişim teknolojileri sahasında çalışan kişiler arasında yüksek oranda bu inanca sahip kişilerin bulunması,¹⁹ Paganizm'in internet üzerindeki yüksek temsil oranını açıklamaktadır.

¹⁷ www.internetworldstats.com/top20.htm (03.04.2012)

¹⁸ Douglas E. Cowan, "Internet" *Encyclopedia of Religion in America*, (Edt. Charles H. Lippy-Peter W. Williams), Washington DC: CQ Press, 2010, s. 1076.

¹⁹ Lorne Dawson, "New Religions in Cyberspace", *Frontier Religions in Public Space*, (Edt. Pauline Côté), Canada: University of Ottawa Press 2001, s. 41.

Yukarıdaki tablolar göz önüne alındığında, Batı'da yaygın ve etkin olan dinler için şu yorumları yapmak mümkündür. İnternet teknolojisinin Batı'da ortaya çıkışı ve buradaki kullanım oranının yüksekliği, Batı'daki dinlerin internet ortamına daha erken ve hızlı şekilde taşınmasına neden olmuştur. Nitekim Batı ülkelerinde, Hıristiyan nüfusuna oranla Müslüman nüfusun daha az olmasına rağmen, en eski ve etkin İslami web sitelerinin -Islamicity.com. gibi- ABD kaynaklı olması, dinlerin internet ortamına buralarda erken taşındığının göstergesidir. Bu durum göz önüne alındığında, Batı'da daha yaygın veya etkin olan Hıristiyanlık ve Yahudilik gibi dinlerin internetin erken dönemlerinden itibaren bu yeni iletişim ortamında baskın durumda olmalarını anlamak kolaylaşacaktır.

Batı'da yaygın ve etkin dinlerin internet ortamındaki yüksek temsil oranlarına karşın, özellikle Asya, Afrika, Ortadoğu veya Uzak Doğu'da daha fazla mensubu bulunan (İslamiyet ve Hinduzim gibi) dinlerin internet üzerindeki temsil oranları düşüktür. Örneğin, Müslüman nüfusun yoğunlukta olduğu Asya, Afrika ve Orta Doğu ülkelerindeki bilgisayar teknolojisinin gerektirdiği altyapı yetersizliği, eğitim seviyesinin düşüklüğü ve kullanıcıların internet üzerindeki temsil maliyetini karşılayamamaları, buradaki ülkelerin dijital paylarının düşük olmasının nedeni olarak görülebilir.²⁰ Bunun bir diğer sebebi de Orta Doğu ve Uzakdoğu ülkelerinde internete uygulanan sansürdür.²¹ Bu durum, İslamiyet ve Uzak Doğu dinlerine ait etkin ve popüler web sitelerinin, sansür oranının çok düşük olduğu Batı'da ortaya çıkmasına neden olmuştur.

4. SONUÇ

Günümüzde neredeyse bütün inanç sistemlerinin internet ortamında temsil edildiği görülmektedir. Dinlerin bu temsil yelpazesi; Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslamiyet gibi semavi dinlerden başlayıp, Hinduizm ve Budizm gibi uzak doğu dinlerinden marjinal dini gruplara kadar uzanmaktadır. Önceki araştırmalar ve internet ortamından elde ettiğimiz veriler, dini geleneklerden Hıristiyanlığın internetteki baskın konumunu 1990'lı yıllardan günümüze sürdürdüğünü göstermiştir. Bu durum, internet teknolojisinin Hıristiyanlığın baskın dini gelenek olduğu Batı'da ortaya çıkması ve bu arada yaygın olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca elde ettiğimiz diğer bulgular, Hıristiyanlık dışındaki

²⁰ Ülkelerin internet kullanım oranları hakkındaki güncel istatistikler için bkz. www.internetworldstats.com (08.02.2012)

²¹ Helmi Noman, Faith Based Internet Censorship in Majority Muslim Countries Report, *The OpenNet Initiative*, 2011; Helmi Noman, Overview of Internet Censorship in the Middle East and North Africa, *The OpenNet Initiative*, August 6, 2009, opennet.net (10. 11. 2011)

dinlerin de her geçen gün internetteki temsil oranlarını arttırdıklarını göstermiştir. Bununla birlikte, dinlerin dünya nüfusu içerisindeki temsil oranlarının, internetteki dağılımlarıyla doğru orantılı olmadığı da görülmüştür. Bu dağılımdaki dengesizliğin; inanç mensuplarının eğitim seviyesindeki farklılık, maddi imkanlar ve bazı ülkelerde internete uygulanan sansür gibi etmenlerden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Ancak ilerleyen zamanlarda dijital paydaki dengesizliğin azalmasıyla, dinlerin internet ortamındaki temsil oranlarının dünya nüfusu oranlarına paralellik arz edebileceği söylenebilir. Dolayısıyla dinlerin internet ortamındaki dağılımlarına yönelik yapılacak analiz ve değerlendirmelerin, dini içeriklerin değişmesine bağlı olarak farklılık gösterebileceğini ifade etmek gerekir

KAYNAKÇA

- AYTUN, Cengiz (2006), "Enformasyon Toplumunda Dijital Bölünme Kavramının Anlamı ve Önemi", XI. Türkiye'de İnternet Konferansı (21-23 Aralık 2006), TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara (www.inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/37.doc) (20.02.2012)
- BARNA Group, "Technology use is growing rapidly in churches", 2005 www.barna.org/barna-update/article/5-barna-update/172-technology-use-is-growing-rapidly-in-churches?q=church ((29.10.2011))
- CAMPBELL, Heidi (2012), "Cyber Behavior and Religious Practice on the Internet", *Encyclopedia of Cyber Behavior*, (Edt. Zheng Yan), IGI Global, ss. 434-446.
- COWAN, Douglas E. (2010), "Internet", *Encyclopedia of Religion in America*, (Edt. Charles H. Lippy-Peter W. Williams), Washington DC: CQ Press, ss. 1074-1081.
- DAWSON, Lorne L. (2001), "New Religions in Cyberspace", *Frontier Religions in Public Space*, (Edt. Pauline Côté), Canada: University of Ottawa Press, ss. 36-54.
- ELLWOOD, Robert S. (Edt.) (2007), *The Encyclopedia of World Religions*, New York: Facts On File.
- HELLAND, Christopher (2007), "Diaspora On The Electronic Frontier: Developing Virtual Connections With Sacred Homelands", *Journal of Computer-Mediated Communication*, c. 12, ss. 956-976.
- HOJSGAARD, Morten T.-Margit Warburg (Edt.) (2005), *Religion and Cyberspace*, London: Routledge.
- NOMAN, Helmi (2009), Overview of Internet Censorship in the Middle East and North Africa, *OpenNet Initiative*, August 6, 2009, opennet.net (10.09.2011)
- NOMAN, Helmi (2011), Faith Based Internet Censorship in Majority Muslim Countries Report, *The OpenNet Initiative*. opennet.net (10.09.2011)

-
- RAMO, Joshua (1996), "Finding God On the Web", *TIME*, 16 Dec. www.time.com/time/magazine/article/0,9171,985700,00.html (20.10.2010).
- SAFRA, Jacob E. Edt. (2009), *Encyclopaedia Britannica 2010 Almanac*, London: Encyclopaedia Britannica Inc., ss. 508-509.
- SCHULTZE, Quentin J. (2008), "Following Pilgrims into Cyberspace", *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication*, (Quentin J. Schultze-Robert H. Woods), illionis: Intervarsity Press, ss. 137-149;
- TÜMER, Günay-Abdurrahman Küçük (2004), *Dinler Tarihi*, Ankara: Ocak Yayınları
- ZALESKI, Jeffrey (1997), *The Soul of Cyberspace: How New Technology is Changing our Spiritual Lives*, New York: HarperEdge