

# Klavye, Krs ve Aidiyet

Türkiye'nin Dijital Selefi Ekosistemi

Prof. Dr. Hilmi Demir

Zeynep Yıldız



**Yazarlar:**

***Prof. Dr. Hilmi Demir***

TOBB ETÜ Tarih Bölümü Öğretim Üyesi

TEPAV/OAS Direktörü

URAD Başkanı

<https://orcid.org/0009-0009-3065-3356>

***Zeynep Yıldız***

TEPAV Araştırmacı

<https://orcid.org/0009-0006-2578-8801>

Bu rapor Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) ve Uluslararası Radikalizm Gözlemevi Derneği katkıları ile hazırlanmıştır.

# **Klavye, Kürsü ve Aidiyet:**

## **Türkiye’nin Dijital Selefi Ekosistemi**

Prof. Dr. Hilmi Demir

Zeynep Yıldız

TEPAV & URAD Raporu

Haziran 2026-Ankara

## Özet

Bu çalışma, sosyal medya platformlarından biri olan YouTube üzerinden faaliyet gösteren Selefi dijital tebliğ aktörlerini açık kaynak verilerle incelemektedir. Analiz; kanal yapıları, içerik temaları, genç kitlelere erişim biçimleri, dini otorite modelleri, platformlar arası yönlendirme pratikleri, coğrafi yayılım göstergeleri ve politika açısından izleme ihtiyaçları üzerine odaklanmaktadır. Çalışmanın temel amacı, söz konusu dijital ağları doğrudan radikalleşme veya güvenlik tehdidi olarak etiketlemek değil; bu ağların nasıl görünürlük kazandığını, hangi kullanıcı gruplarıyla temas kurduğunu, hangi otorite biçimlerini ürettiğini ve hangi platformlar üzerinden süreklilik sağladığını analitik olarak ortaya koymaktır.

Raporun bulguları, YouTube’un, incelenen ağlarda yalnızca video paylaşım platformu değil aynı zamanda dini rehberlik, aidiyet, otorite üretimi ve platformlar arası yönlendirme açısından merkezi bir temas alanı olarak işlediğini göstermektedir. Ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal, çocuklara yönelik animasyon, genç yetişkinlere yönelik mahremiyet ve ahlak içerikleri, okul, aile, ilim talebi, evlilik, kötü alışkanlıklar ve gündelik dini rehberlik başlıkları birlikte değerlendirildiğinde, dijital tebliğ faaliyetlerinin tek tip bir içerik modeline indirgenemeyeceği görülmektedir.

Genç kitlelere erişim, çalışmanın öne çıkan bulgularından biridir. Çocuklara yönelik “temiz ve helal içerik” iddiası, “Çocukça Sorular” gibi soru-cevap formatları, animasyon içerikleri, genç yetişkinlere yönelik mahremiyet ve dijital fitne söylemleri, hasbihal meclislerinde kötü alışkanlıklar, üniversite, ilim talebi ve aile ilişkileri gibi konuların ele alınması, gençlik temasının farklı içerik türleri içinde sürekli yeniden üretildiğini göstermektedir. Ancak bu bulgu, doğrudan etki veya radikalleşme iddiası anlamına gelmemektedir. Açık kaynak YouTube verileri, izleyicilerin gerçek yaşını, bireysel etkilenme düzeyini veya çevrim dışı davranışlarını doğrulamaya imkân vermemektedir.

Çalışma, incelenen aktörlerin farklı otorite modelleri üzerinden işlediğini göstermektedir. Bazı kanallar şahıs merkezli karizmatik hoca figürleri etrafında görünürlük kazanırken; bazıları dernek, vakıf, medrese veya ilim halkası gibi kurumsal yapılara dayanmaktadır. Bunun yanında YouTube’un düzenli ders serilerinin arşivlendiği bir sanal medrese işlevi gördüğü örnekler de bulunmaktadır. Bu otorite biçimleri çoğu zaman birbirinden ayrı değil; şahıs merkezli karizma, kurumsal yapı, ders arşivi ve platformlar arası yönlendirmenin iç içe geçtiği hibrit ağlar içinde işlemektedir.

Platform çeşitliliği, bu ağların süreklilik kapasitesini artıran temel unsurlardan biridir. YouTube, uzun formatlı içerik ve arşiv işlevi görürken; Telegram duyuru ve dolaşım, WhatsApp doğrudan iletişim, web siteleri kurumsal bilgi ve yayın, kitap ve dergi bağlantıları

metin merkezli süreklilik, Instagram ve X ise hızlı görünürlük ve gündem dolaşımı sağlamaktadır. Bu yapı, dijital tebliğin tek platformlu bir faaliyet olmadığını; farklı mecraların birbirini tamamladığı çok katmanlı bir iletişim mimarisi içinde işlediğini göstermektedir.

Dijital platformlar coğrafi yayılım açısından da yerel dini faaliyetlerin sınırlarını genişletmektedir. Hasbihal meclisleri, farklı şehirlerden ve yurt dışından gelen takipçilerin soruları, dernek ve medrese bağlantıları, Türk Cumhuriyetleri ve farklı ülkelerle ilişkili temas göstergeleri, dijital tebliğ ağlarının yalnızca çevrim içi görünürlük üretmediğini; aynı zamanda yerel meclisleri, kurumsal mekânları ve sınır aşan temasları dijital dolaşıma soktuğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte açık kaynak veriler, bu temasların örgütlenme düzeyi veya etki kapasitesi hakkında kesin sonuçlar üretmeye yeterli değildir.

Çalışma, politika açısından dini ifade alanını kriminalize etmeyen; buna karşılık genç kitlelere erişim, kapalı platformlara yönlendirme, dışlayıcı grup kimliği, toplumsal kopuş söylemi, şiddet veya suçun meşrulaştırılması ve platformlar arası mobilizasyon gibi somut risk göstergelerini izleyen ayrıştırıcı bir yaklaşım önermektedir. Türkiye açısından uygun politika çerçevesi, yasaklayıcı ve genelleyici bir yaklaşım yerine açık kaynak izleme, dijital okuryazarlık, aile ve okul desteği, karşı anlatı üretimi, platformlar arası ağ haritalandırması ve çok disiplinli uzman ekipler üzerine kurulmalıdır.

Sonuç olarak, YouTube üzerinden faaliyet gösteren Selefi dijital tebliğ aktörleri, çağdaş dijital dini otoritenin nasıl üretildiğini, sürdürüldüğünü ve farklı platformlar aracılığıyla nasıl genişletildiğini anlamak açısından önemli bir örnek sunmaktadır. Bu ağlar içerik üretmenin yanı sıra dini rehberlik, aidiyet, eğitim, iletişim ve yönlendirme ilişkilerini dijital platformlar üzerinden yeniden kurmaktadır. Bu nedenle söz konusu ağlar, yalnızca izlenme sayısı veya abone büyüklüğü üzerinden değil; içerik temaları, otorite tipi, genç kitlelere temas, platform bağlantıları, coğrafi yayılım ve açık kaynak risk göstergeleri birlikte değerlendirilerek takip edilmelidir.

## İçindekiler

1. Giriş .....	9
2. Çalışmanın Bağlamı ve Kavramsal Arka Planı.....	12
<b>2.1. Selefilik Kavramı .....</b>	<b>13</b>
Tablo 1. Selefi Dijital Tebliğ Aktörlerinin Sınıflandırılmasında Kullanılan Ölçütler.....	18
<b>2.2. Türkiye’de Selefilik ve Toplumsal Algı.....</b>	<b>18</b>
Şekil 1. Türkiye’de Selefililiğin Görünümü ve Profili, TEPAV Araştırması .....	20
Tablo 2. Türkiye’de Selefilik ve İtikadi Kimliklere İlişkin Bulgular, 2016-2020 .....	21
Tablo 3. Selefi Olarak Tanımlanan Katılımcıların Demografik ve Bölgesel Profili, 2020.....	22
Tablo 4. Diyanet’in Dini Görüşlerine Duyulan Güven, 2020.....	23
Tablo 5a. TEPAV Anket Verileri ile YouTube Veri Setinin Karşılaştırmalı Okunması.....	24
Tablo 5b. TEPAV Anket Verileri ile YouTube Veri Setinin Karşılaştırmalı Okunması.....	25
<b>2.3. Dindarlık, Çoğulculuk ve Radikal Tutumlar.....</b>	<b>25</b>
Şekil 2. Türkiye’de Sosyal Dışlanma ve Radikalleşme İlişkisi, 2016-2020.....	26
<b>2.4. Dijitalleşme, Gençlik ve Selefi Ağlar.....</b>	<b>27</b>
Tablo 6. Dijitalleşme, Gençlik ve Selefi Ağlar Arasındaki Analitik Bağlantı....	30
3. Analitik Çerçeve.....	30
Şekil 3. Selefi Dijital Tebliğ Ekosisteminin Çok Katmanlı Yapısı .....	34
Tablo 7. Selefi Dijital Tebliğ Ağlarının Analizinde Kullanılan Boyutlar ve Göstergeler.....	35
4. Yöntem ve Veri Kaynakları .....	36
Tablo 8. Veri Setinin Kapsamı ve Kodlanan Temel Değişkenler .....	38
5. Dijital Görünürlük ve İçerik Üretim Sürekliliği.....	39

Şekil 4. 2026 Abone Sayısına Göre En Görünür Kanallar .....	40
Tablo 9. Aktör Bazlı Abone Sayıları, Büyüme Oranları ve Performans Metrikleri, 2024-2026.....	41
Tablo 10. 2024-2026 Döneminde Abone Büyüme Eğilimlerine Göre Kanal Grupları.....	42
6. İçerik ve Söylem Temaları.....	43
Tablo 11. İçerik ve Anlam Temalarının Analitik Anlamı .....	45
<b>6.1. Siyah-Beyaz Dikotomi ve Kesinlik Söylemi .....</b>	<b>45</b>
<b>6.2. Al Ghuraba, Aidiyet ve Karşı-Kültür Çekiciliği.....</b>	<b>47</b>
<b>6.3. Duygusal Mobilizasyon ve Mağduriyet Dili.....</b>	<b>48</b>
<b>6.4. Gündelikleştirilmiş Tebliğ Dili .....</b>	<b>48</b>
Tablo 12a. Söylem Temaları, Dini Rehberlik Boyutu ve İzlenmesi Gereken Risk Göstergeleri.....	50
Tablo 12b. Söylem Temaları, Dini Rehberlik Boyutu ve İzlenmesi Gereken Risk Göstergeleri.....	51
Tablo 13. TEPAV Bulguları ile YouTube Söylem Temalarının Karşılaştırılması .....	53
7. Genç Kitlelere Erişim, Dijital Aidiyet ve Söylemsel Adaptasyon .....	54
Şekil 5. Genç Kitlelere Temas Mekanizması.....	55
<b>7.1. Çocuklara ve Erken Gençlik Dönemine Yönelik İçerikler: Bizim Dünyamız Örneği.....</b>	<b>56</b>
Görsel 1. Bizim Dünyamız Kanalında Çocuklara Yönelik Eğlence ve Yarışma İçerikleri .....	57
<b>7.2. Genç Yetişkinler, Mahremiyet ve Gündelik Ahlaki Rehberlik.....</b>	<b>59</b>
<b>7.3. Hasbihal Formatı: Yüz Yüze Meclis, Soru-Cevap ve Dijital Aidiyet.....</b>	<b>60</b>
Görsel 2. “Halis Hoca ile Hasbihal” Serisinde Yüz Yüze Meclisin YouTube Üzerinden Dolaşıma Girmesi .....	62
Görsel 3. “Kötü Alışkanlıklar Nasıl Bırakılabilir?” Videosunda Hasbihal Formatı ve Gündelik Rehberlik Teması .....	63

<b>7.4. Okul, Aile, Günah ve İlim Talebi</b> .....	<b>64</b>
Tablo 14a. İçerik Formatları, Temas Edilen Kullanıcı Profilleri ve Dijital İşlevler .....	66
Tablo 14b. İçerik Formatları, Temas Edilen Kullanıcı Profilleri ve Dijital İşlevler .....	67
<b>7.5. Ara Değerlendirme</b> .....	<b>68</b>
8. Otorite Tipi ve Yapısal Tipoloji Analizi.....	69
Tablo 15. Yapısal Tipolojilerin Niceliksel Sayısı, Toplam Abone Dağılımı ve Otorite Niteliği, 2026 .....	72
Tablo 16a. Sanal Medrese, Dijital Televizyon Kanalı ve Hibrit Ağ İşlevlerine Göre Aktör Tipolojisi.....	73
Tablo 16b. Sanal Medrese, Dijital Televizyon Kanalı ve Hibrit Ağ İşlevlerine Göre Aktör Tipolojisi.....	74
<b>8.1. Şahıs Merkezli Karizmatik Otorite</b> .....	<b>75</b>
<b>8.2. Kurumsal ve Dernek Merkezli Otorite</b> .....	<b>77</b>
<b>8.3. Sanal Medrese ve Ders Arşivi Modeli</b> .....	<b>79</b>
<b>8.4. Hibrit Ağ Otoritesi ve Platformlar Arası Yönlendirme</b> .....	<b>80</b>
<b>8.5. Ara Değerlendirme</b> .....	<b>83</b>
9. Platform Çeşitliliği ve Dijital İletişim Ağı .....	83
Tablo 17. Platform Çeşitliliği Dağılımı ve İletişim Stratejisi .....	85
Şekil 6. Platformlar Arası Yönlendirme Kanallarının Dağılımı .....	86
Tablo 18a. Seçili Aktörlerde Platformlar Arası Ağ Bağlantıları ve Dijital Yönlendirme Kapasitesi .....	87
Tablo 18b. Seçili Aktörlerde Platformlar Arası Ağ Bağlantıları ve Dijital Yönlendirme Kapasitesi .....	88
<b>9.1. YouTube Açıklama Alanları ve Platformlar Arası Yönlendirme</b> .....	<b>89</b>
<b>9.2. Platformların İşlevsel Farklılaşması</b> .....	<b>91</b>
<b>9.3. Çok Katmanlı Dijital İletişim Ağı</b> .....	<b>93</b>

10. Coğrafi Yayılım ve Mekânsal Dağılım.....	94
Tablo 19. Aktörlerle İlişkilendirilen Coğrafi Merkezlere Göre Toplam Abone Görünürlüğü ve Mekânsal Nitelik, 2026.....	97
Tablo 20a. TEPAV Bölgesel Bulguları ile YouTube Veri Setindeki Mekânsal Bağlantıların Karşılaştırmalı Okunması.....	99
Tablo 20b. TEPAV Bölgesel Bulguları ile YouTube Veri Setindeki Mekânsal Bağlantıların Karşılaştırmalı Okunması.....	99
<b>10.1. Yerel Meclisten Dijital Dolaşıma: Hasbihal Örneği .....</b>	<b>100</b>
<b>10.2. Kurumsal Mekânlar, Dernekler ve Dijital Yayılım.....</b>	<b>100</b>
<b>10.3. Sınır Aşan Erişim ve Uluslararası Temas Göstergeleri.....</b>	<b>102</b>
<b>10.4. Ara Değerlendirme .....</b>	<b>102</b>
11. Kapsam ve Yöntemsel Notlar .....	103
12. İzleme ve Politika Açısından Değerlendirme .....	104
Tablo 21a. Açık Kaynak İzleme ve Analiz İçin Önceliklendirme Matrisi: Düşük ve Orta Öncelikler.....	106
Tablo 21b. Açık Kaynak İzleme ve Analiz İçin Önceliklendirme Matrisi: Orta-Yüksek ve Yüksek Öncelikler .....	107
<b>12.1. Politika Önerileri .....</b>	<b>108</b>
Tablo 22a. Dijital Selefî Tebliğ Ağlarına Yönelik Önleyici Politika Alanları ve Müdahale Araçları.....	110
Tablo 22b. Dijital Selefî Tebliğ Ağlarına Yönelik Önleyici Politika Alanları ve Müdahale Araçları.....	111
<b>12.2. Karşılaştırmalı Politika Deneyimleri ve Türkiye İçin Çıkarımlar.....</b>	<b>112</b>
<b>12.3. İzleme İçin Önerilen Gösterge Seti.....</b>	<b>114</b>
Tablo 23. Dijital Selefî Tebliğ Ağlarının İzlenmesi İçin Önerilen Gösterge Seti .....	115
13. Sonuç ve Genel Değerlendirme.....	116
Kaynakça .....	121

## 1. Giriş

Dijital platformlar, dini söylemlerin üretilmesi, dolaşıma sokulması ve farklı izleyici gruplarına ulaştırılması açısından giderek daha görünür bir alan haline gelmiştir. Dijital din literatürü, çevrim içi dini faaliyetlerin yalnızca geleneksel pratiklerin internete taşınması olarak görülemeyeceğini; bu alanların dini ifade, örgütlenme, otorite ve cemaat ilişkilerini de dönüştürebildiğini göstermektedir.<sup>1</sup> Bu bağlamda YouTube, Telegram, X, Instagram ve bağımsız web siteleri, yalnızca içerik paylaşım mecraları olarak değil; dini söylemin dolaşıma girdiği, takipçi ilişkilerinin kurulduğu ve dini otoritenin yeniden üretildiği dijital alanlar olarak da değerlendirilmelidir.

Dijitalleşme, dini bilginin üretim ve dolaşım biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Cami, medrese, geleneksel âlimler ve kurumsal dini yapıların dini bilgi üzerindeki etkileri sürerken dijital platformlar, bu bilgiye erişimi daha bireysel, etkileşimli, hızlı ve platform mantığına uyumlu hale getirmiştir. Gary R. Bunt’un “Cyber Islamic Environments” (*Siber İslami Çevreler*) kavramı, çevrim içi İslami alanların yalnızca bilgi aktaran mecralar olmadığını; dini otoriteyle temas, dini soru sorma, fetva ve yorum arama, kimlik inşası ve cemaat aidiyeti açısından da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.<sup>2</sup> Bu çerçevede dijital ortam, dini içeriğin yayıldığı teknik bir alan olmanın ötesinde dini otoritenin kimin tarafından, hangi araçlarla ve hangi takipçi ilişkileri içinde üretildiğinin de yeniden tartışıldığı bir alandır.

YouTube gibi video merkezli platformlar, dini söylemlerin yalnızca metin üzerinden değil; ses, yüz, hitabet, görsel tasarım, yorum alanı, canlı yayın, kısa video, soru-cevap ve platformlar arası yönlendirme gibi çoklu biçimler aracılığıyla dolaşıma girmesini sağlamaktadır. Susanne Stadlbauer’ın YouTube’daki Selefî içerikleri “*hibrit üçüncü alanlar*” üzerinden değerlendiren yaklaşımı, bu platformların fiziksel dini kurumlar ile bireysel dini pratik arasındaki sınırları aşan yeni dini etkileşim alanları oluşturduğuna işaret etmektedir.<sup>3</sup> Bu alanlarda kullanıcılar, geleneksel kurumlarla sınırlı kalmadan hoca figürleri, çevrim içi cemaatler, yorum alanları, Telegram ve WhatsApp yönlendirmeleri, web siteleri, kitap ve dergi ağları üzerinden dini bilgi ve aidiyet ilişkilerine dahil olabilmektedir.

---

<sup>1</sup> Heidi A. Campbell and Ruth Tsuria, eds., *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, 2nd ed. (New York and London: Routledge, 2022).

<sup>2</sup> Gary R. Bunt, *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments* (London: Pluto Press, 2003); Gary R. Bunt, *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse* (London: Bloomsbury Academic, 2024).

<sup>3</sup> Susanne Stadlbauer, “‘Rewriting the Script’: Hybridic Third Spaces of Salafism on YouTube,” book chapter submission to *Third Spaces of Digital Religion*, Center for Media, Religion, and Culture, April 13, 2015.

Türkiye bağlamında Selefi dijital ağlar, çevrim içi dini içerik üretiminin teknik boyutunun ötesinde, Selefililiğin toplumsal görünürlüğü, dini aidiyet biçimleri, gençlik profili ve alternatif dini otorite arayışlarıyla birlikte incelenmelidir. TEPAV tarafından 2016 ve 2020 yıllarında yürütülen geniş ölçekli saha araştırması<sup>4</sup>, Türkiye’de kendisini Selefi olarak tanımlayanların oranının genel nüfus içinde sınırlı olduğunu, ancak 2016’da yüzde 1,1 olan bu oranın 2020’de yüzde 3,6’ya yükseldiğini göstermektedir. 2016 yılındaki Selefi örnekleminin sınırlılığı nedeniyle bu değişim temkinli yorumlanmalıdır. Bununla birlikte bulgu, Selefililiğin Türkiye’de küçük fakat görünürlüğü artan bir dini aidiyet kategorisi olarak izlenmesi gerektiğine dikkat çekmektedir.

Aynı araştırmada, kendisini Selefi olarak tanımlayan katılımcıların özellikle genç yaş gruplarında yoğunlaşması ve 2020 verilerinde Güneydoğu Anadolu ile Akdeniz bölgelerinin öne çıkması, Selefililiğin yalnızca teolojik bir tartışma konusu olarak değil, gençlik, bölgesel aidiyet, dini bilgi arayışı ve dijitalleşme bağlamında da değerlendirilmesi gerektiğini düşündürmektedir. Buradan hareketle bu çalışma, YouTube üzerinden faaliyet gösteren Selefi dijital tebliğ aktörlerini yalnızca platform metrikleri üzerinden değil, Türkiye’deki dini aidiyet ve toplumsal algı verileriyle birlikte düşünmeyi amaçlamaktadır. Böylece açık kaynak YouTube verileri, Türkiye’de Selefililiğin toplumsal profilini ölçen saha araştırmalarıyla doğrudan eşitlenmeden; dijital görünürlük, genç kitlelerle temas, otorite üretimi ve mekânsal yayılım açısından karşılaştırmalı bir okuma imkânı sunmaktadır.

Bu dönüşüm, özellikle genç kullanıcılar açısından önemlidir. Modern toplumların belirsizlikleri, kimlik arayışları, aile ve okul gerilimleri, sosyal medya kullanımı, mahremiyet, arkadaş çevresi, oyun, tüketim ve gündelik davranışlara ilişkin sorular, dijital dini rehberlik içeriklerinin önemli başlıkları olarak öne çıkmaktadır. Çevrim içi Selefi ekosistemlere ilişkin çalışmalar, bu içeriklerin yalnızca şiddet veya güvenlik başlığı altında değil; dini kimlik, pratik rehberlik, soru-cevap mekanizmaları, gündelik ahlak ve aidiyet üretimi üzerinden de analiz edilmesi gerektiğini göstermektedir.<sup>5</sup> Bu nedenle genç kitlelerle temas, radikalleşme tartışmasının ötesinde değerlendirilmeli; dijital dini otoritenin gençlerin anlam, kesinlik, rehberlik ve aidiyet arayışlarına nasıl karşılık verdiği de bu çerçevede incelenmelidir.

Bununla birlikte dijital platformlar, dini rehberlik ve tebliğin yanı sıra radikal ve şiddet yanlısı söylemlerin yayılımının incelendiği önemli bir araştırma alanı hâline gelmiştir.

---

<sup>4</sup> Hilmi Demir, Feride İnan, Berat Yücel ve Ömer Faruk Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor: TEPAV Müslüman Çoğunluklu Bir Ülkede Din ve Radikal Tutumlar Araştırması* (Ankara: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, 2024), 93 ve 96, Şekil 89, 93 ve 94.

<sup>5</sup> Jakob Guhl and Milo Comerford, *Understanding the Salafi Online Ecosystem: A Digital Snapshot* (London: Institute for Strategic Dialogue, 2021).

Özellikle DEAŞ veya El-Kaide yanlısı çevrim içi aktörlerin, platformların içerik denetleme sistemlerinden kaçmak için farklı taktikler geliştirdiği görülmektedir. Son dönemde TikTok üzerine yapılan çalışmalar, şiddet yanlısı cihadi propaganda içeriklerinde sesin değiştirilmesi veya başlığın maskelenmesi yoluyla yapılan *ses kamuflajı / sesin ve başlığın maskelenmesi*, popüler kültür ve oyun estetiği içine yerleştirilen “meme infiltration” (*mim kültürü üzerinden sızma / internet mizahı yoluyla nüfuz etme*), yasaklı figür ve sembollerin görsel olarak bulanıklaştırılması anlamına gelen “blurred intent” (*bulanıklaştırılmış niyet / niyetin görsel olarak belirsizleştirilmesi*), şifreli emoji ve sembol kullanımı ile zararsız başlayan bir içeriğin daha sonra radikal mesaja dönüşmesi anlamına gelen “bait-and-switch” (*yemleme ve yönlendirme / zararsız girişten radikal mesaja geçiş*) gibi tekniklere dikkat çekmektedir.<sup>6</sup> Bu teknikler, radikal mesajların platform estetiği, mizah, oyun kültürü, kısa video dili ve gündelik dijital tüketim alışkanlıkları içine gizlenerek dolaşıma sokulabildiğini göstermektedir.

Bu noktada analitik ayrım önemlidir. Her Selefi içerik, her dini tebliğ videosu veya her ahlaki rehberlik söylemi doğrudan radikalleşme göstergesi olarak okunamaz. Buna karşılık dijital platformlar, dini otoriteye erişim, gündelik sorunlara dini cevap arama, cemaat hissi kurma, genç kullanıcılarla temas geliştirme ve bazı durumlarda daha kapalı çevrim içi veya çevrim dışı ağlara yönlendirme açısından önemli temas alanları üretebilir. Selefilüğün şiddetin nedeni olduğunu söyleyemesek bile şiddet ve radikalleşme ile Selefi söylem arasında bir ilişki olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Bu bağlamda bu çalışma, incelenen aktörleri doğrudan suç, şiddet veya radikalleşme ile özdeşleştirmemekte; açık kaynak YouTube verileri üzerinden dijital görünürlük, söylem dolaşımı, otorite üretimi ve genç kitlelerle temas kapasitesini analiz etmektedir.

Bu rapor, YouTube üzerinden faaliyet gösteren Selefi dijital tebliğ aktörlerini daha geniş bir dijital din ve platform ekolojisi içinde incelemektedir. Söz konusu aktörler yalnızca içerik üreticileri olarak değil; dijital platformlar, çevrim dışı kurumlar, dini otorite biçimleri, platformlar arası yönlendirmeler ve genç kullanıcılarla kurulan aidiyet ilişkileri üzerinden değerlendirilmektedir. Dolayısıyla analiz, abone sayısı ve izlenme gibi teknik göstergeleri aşarak dijital tebliğin nasıl bir ekosistem, otorite alanı ve söylemsel adaptasyon biçimi ürettiğine odaklanmaktadır.

---

<sup>6</sup> Gilad Karo, Tom Divon, and Blake Hallinan, “The TikTok Caliphate: How Jihadist Supporters Exploit Algorithmic Recommendations and Evade Content Moderation,” *Social Media + Society* 12, no. 1 (2026); Marco Lombardi, Miron Lakomy, Alessandro Bolpagni, and Silvano Lucini, “Under the Radar: Exploring the Salafi-Jihadi Terrorist Information Ecosystem on TikTok,” *Studies in Conflict & Terrorism* (2026).

Çalışma, açık kaynak YouTube verileri üzerinden bu aktörlerin görünürlük kapasitesini, içerik temalarını, genç kitlelere temas biçimlerini, otorite tiplerini, platformlar arası ağ yapılarını ve coğrafi yayılım göstergelerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmanın analiz çerçevesi, radikalleşmeyi kimlik, aidiyet, öfke, anlam arayışı, sosyal ağ ve ideolojik meşrulaştırma unsurlarının birlikte işlediği çok katmanlı bir süreç olarak ele alan yaklaşıma dayanmaktadır.<sup>7</sup> Bu çerçevede YouTube verileri, doğrudan etki ya da radikalleşmenin kanıtı olarak değil; dijital görünürlük, söylem dolaşımı ve potansiyel temas kapasitesine ilişkin açık kaynak göstergeleri olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda çalışma, analizini açık kaynak verileri ile dijital görünürlük göstergelerine dayandırmaktadır.

### 2. Çalışmanın Bağlamı ve Kavramsal Arka Planı

Bu bölümde, çalışmanın toplumsal, akademik ve dijital bağlamı ortaya konulacaktır. İlk olarak Selefilik kavramı ve farklı Selefi eğilimler özetlenecek, ardından Türkiye’de Selefiliğe ilişkin toplumsal algı ile TEPAV araştırma bulguları incelenecektir. Son olarak dijitalleşmenin dini otorite, aidiyet ve gençlerle temas süreçlerini nasıl dönüştürdüğü ele alınacak; çalışmanın dijital Selefi ağlara neden odaklandığı açıklanacaktır.

Selefiliğin Türkiye’de yoğun olarak görülmeye başlanması ve tartışılması 2014 yılından sonra olmuştur. YÖK tez kataloğuna bakıldığında, 1993-2006 yılları arasında İlahiyat fakültelerinde bu konuda altı tez, 2013 yılından sonra ise farklı disiplinlerde olmak üzere toplam 16 tez hazırlandığı görülmektedir. Benzer bir durum İSAM İlahiyat Makaleleri Veri Tabanı için de geçerlidir. Bu konuda 2014 yılına kadar tüm dergilerde 24 makale yayımlanmışken 2015-2026 yılları arasında yapılan çalışma sayısı 1048’dir.<sup>8</sup> Bu veriler, Selefiliğin akademik çevrelerin ilgisini 2014 yılından itibaren giderek daha fazla çekmeye başladığını göstermektedir. Selefiliğin Türkiye’de dini bir kimlik olarak araştırma konusu hâline gelmesi ise ilk kez 2016 yılında TEPAV’ın yürüttüğü araştırmayla mümkün olmuştur.<sup>9</sup>

Mevcut saha araştırmaları ve konuya ilişkin çalışmalar, Selefiliğin Türkiye’de kendi sosyal tabanını oluşturmaya başladığını, yerleştiğini ve cemaatleştiğini ortaya koymaktadır. Elinizdeki araştırma da bu çalışmaların bir devamı olarak dijital Selefi dünyayı anlamayı ve

---

<sup>7</sup> Hilmi Demir, “Radikalleşme: Teröre Giden Yol,” TEPAV, 25 Nisan 2017, <https://tepav.org.tr/tr/blog/s/5868>; Hilmi Demir ve Oğuz Demir, *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme: Çeteler Çocuklarımızı Nasıl Çalıyor?* (Ankara: Anadolu Ay Yayınları, 2026).

<sup>8</sup>İSAM, “İlahiyat Makaleleri Veri Tabanı, ‘Selefilik’ arama sonucu,” erişim tarihi 23 Haziran 2026, <https://makale.isam.org.tr/search?f.isPartOf=%C4%B0ilahiyat%20Makaleleri%20Veri%20Taban%C4%B1,equils&spc.page=1&query=selefilik&f.dateIssued.min=2014>.

<sup>9</sup>TEPAV, “Türkiye’de radikal dini tutumlar azalma eğiliminde,” yayın tarihi 12 Şubat 2024, erişim tarihi 23 Haziran 2026, <https://tepav.org.tr/tr/haberler/s/10714>.

açıklamayı amaçlamaktadır. İnternet, Selefi ağların fiziki mekânlarla sınırlı kalmadan sanal ve dijital dünyaya taşınmasını kolaylaştırmış; bu ağların dijital ortamda kendi iletişim alanlarını ve habitatlarını oluşturmalarına imkân sağlamıştır. Araştırmanın ayrıntılarına geçmeden önce, Selefilik derken neyin kastedildiğini kısaca açıklamak yerinde olacaktır.

### 2.1. Selefilik Kavramı

2014’ten sonra DEAŞ’ın ortaya çıkışıyla birlikte akademisyenler ve uzmanlar kendilerini yoğun bir Selefilik tartışmasının içinde bulmuştur. Bu süreçte farklı kaynaklarda Selefilğe ilişkin çok sayıda tarihsel ve kavramsal değerlendirme yapılmış; ancak kavramın neyi ifade ettiği konusunda önemli bir belirsizlik de ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Selefilğin ne olduğu sorusu, bu çalışmanın kavramsal zemini açısından açıklığa kavuşturulması gereken temel meselelerden biridir.<sup>10</sup>

Selefilik denildiğinde neyin kastedildiği; bunun bir örgütü, bir ideolojiyi, bir mezhebi ya da sosyal ve dinî bir hareketi ifade edip etmediği öncelikle açıklığa kavuşturulmalıdır. Bu nedenle kavramın tarihsel ve teolojik arka planının kısaca ele alınması gerekmektedir.

Genel bir kabul olarak “selef” kavramı, İslam ümmetinin öncüleri sayılan ve bizzat Hz. Peygamber tarafından “nesillerin en hayırlısı” olarak nitelendirilen sahabe, tâbiîn ve tebe-i tâbiîn dönemindeki ilk üç nesli ifade etmektedir. Ancak günümüzde “Selefilik” dendiğinde kastedilen yapının, bu ilk üç neslin saf ve bozulmamış inanç sisteminin basit bir devamı mı, yoksa çok daha sonra ortaya çıkan modern, radikal ve ideolojik bir hareket mi olduğu sorusu, araştırmacıların en fazla tartıştığı alanlardan biridir.<sup>11</sup>

Çağdaş Selefi metinler, “selef” kavramının sözlüksel ve tarihsel çağrışımlarını kullanarak Selefilği erken dönem İslam’a uzanan kesintisiz bir dini anlayış olarak sunma eğilimindedir. Bununla birlikte 19. yüzyılın başlarından itibaren Hicaz yarımadasında ortaya çıkan Vehhâbîlikle birlikte daha sık duyulan Selefilik, zamanla dini tecrübenin neredeyse bütün alanlarını kuşatan kapsamlı ve ideolojik bir İslam yorumuna dönüşmüştür. Bu yönüyle Selefilik, ilk asırlarda şekillenen gelenekselci ehl-i hadîs geleneğinin ve 19. yüzyıla kadar İslam fıkıh ekolleri içinde en az takipçiye sahip lafızcı Hanbelî teolojisinin sınırlarını genişletmekle kalmamış, zamanla bu sınırların ötesine de geçmiştir. Bu yönüyle Selefilik, ilk asırlarda ortaya çıkan gelenekselci ehl-i hadîs geleneğinin ve 19. yüzyıla kadar İslam fıkıh ekolleri içinde en

---

<sup>10</sup> Demir, Hilmi, “Nedir bu Selefilik?,” TEPAV, erişim tarihi 23 Haziran 2026, <https://tepav.org.tr/tr/blog/s/6281>.

<sup>11</sup> Demir, Hilmi. "19. Yüzyıl Sonrasında Selefilğin Tarif ve Tasnifi Sorunu". *Güncel Dinî Meseleler İstişare Toplantısı-XIX Selefilik ve Tarihî Arka Planı* içinde, editörler: Mustafa Mehmetoğlu ve Muhammed Sait Yiğit, 80. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2025.

az takipçiye sahip olan lafızcı Hanbelî teolojisinin sınırlarını genişletmekle kalmamış, zamanla bu sınırların ötesine geçmiştir.

Selefilğin ehl-i hadîs ve Hanbelî gelenekten hangi yönleriyle ayrıştığını anlayabilmek için temel kavramlarının ele alınması gerekmektedir. Klasik ehl-i hadîs düşüncesinin merkezinde daha çok Allah’ın gökte olup olmadığı gibi haberî sıfatlar meselesi yer alırken modern Selefilğin teolojik ve itikadi merkezinde tevhid kavramı bulunmaktadır.

Selefi öğretisi, tevhidi yalnızca her Müslümanın kabul etmesi gereken temel bir inanç ilkesi olarak görmez. Onu aynı zamanda Allah ile toplum, hukuk, siyaset ve birey arasındaki bütün ilişkileri belirleyen kurucu bir kavram olarak konumlandırır. Bu nedenle 19. yüzyıldan itibaren ortaya çıkan püriten, siyasi ya da cihadist bütün Selefi akımlarda en merkezi kavramın tevhid olduğu söylenebilir. Klasik tartışmalarda daha çok Allah’ın birliği ve evrenin yaratılışı gibi teolojik meselelerle ilişkili olan tevhid kavramı, Selefi söylem içinde zamanla siyasal ve toplumsal düzeni belirleyen bir iktidar kavramına dönüşmüştür.

Selefilikler, kendi itikadi iddialarını temellendirmek için tevhidi üç ana kategoriye ayırırlar: rubûbiyyet tevhidi, ulûhiyyet ya da ibadet tevhidi ve esmâ ve sıfat tevhidi. Bu üçlü tasnif, özellikle Vehhâbîliğin kurucusu Muhammed b. Abdülvehhâb ve takipçilerinin eserlerinde daha keskin bir öğretiye dönüştürülmüştür.

Rubûbiyyet tevhidi, Allah’ın evrenin tek yaratıcısı, rızık vereni ve Rabbi olduğuna inanmak anlamına gelir. Ancak Selefi anlayışa göre bu kabul, kişiyi tek başına gerçek anlamda tevhid ehli yapmaya yetmez. Çünkü bu yoruma göre Hz. Muhammed dönemindeki Mekkeli müşrikler de Allah’ın yaratıcı ve rab olduğuna inanıyorlardı.

Ulûhiyyet ya da ibadet tevhidi ise ibadetin yalnızca Allah’a yöneltilmesi gerektiği ilkesine dayanır. Selefilere göre tevhid ehli ile müşrik arasındaki asıl ayrım burada ortaya çıkar. Allah’ın dışında bir meleğe, peygambere veya sâlih bir kişiye dua etmek, onlardan şefaat ya da aracılık beklemek, tevessül ve istiğase gibi uygulamalar ulûhiyyet tevhidini bozan fiiller olarak görülür. Bu nedenle bu tür eylemler, Selefi yorumda kişiyi şirke düşüren davranışlar arasında değerlendirilir.

Esmâ ve sıfat tevhidi ise Allah’ın Kur’an ve sünnette geçen isim ve sıfatlarını tevil etmeden, işlevsiz kılmadan, değiştirmeden ve yaratılmışlara benzetmeden kabul etmek anlamına gelir. Bu anlayışta Allah’ın sıfatları naslarda geçtiği biçimiyle kabul edilir ve akli yorumla yeniden açıklanmaya çalışılmaz.

Selefiliklerin üçlü tevhid tasnifi, basit bir teolojik sınıflandırma olarak görülemez. Bu tasnif, özellikle “müşrik” kavramının sınırlarını genişletmek ve muhalif Müslümanları din dışı ilan etmek için kullanılan ideolojik bir araca dönüşmüştür. Selefi teze göre müşrikler

rubûbiyyet tevhidini kabul etmiş, fakat ulûhiyyet tevhidini reddetmişlerdir. Bu nedenle günümüzde türbe ziyaret eden, şefaata dileyen veya tevessül ve istiğase gibi uygulamalara başvuran Müslümanlar da aynı şekilde müşrik sayılabilmektedir.

Oysa bu iddia klasik kelimelerin geleneğinde doğrulanamaz. İmam Mâtürîdî gibi Ehl-i Sünnet’in kurucu isimlerinde rubûbiyyet ve ulûhiyyet kavramları geçmekle birlikte, Selefilere iddia ettiği gibi bu iki kavram arasında birbirini dışlayan keskin ve doktriner bir ayrım yapılmamıştır. Mâtürîdî’ye göre bu iki sıfat, Allah’ın zatında birbirinden koparılamayacak niteliklerdir. Eğer müşrikler rubûbiyyeti gerçekten kabul etmiş olsalardı, Kur’an onları rubûbiyyet alanında şirk düşmekten menetmezdi. Nitekim Kur’an, müşriklerin Allah’a kızlar, eşler ve ortaklar isnat ettiğini, ahirete inanmadıklarını açıkça belirtir. Bu da onların yaratıcı, mutlak kudret sahibi ve tek rab olan Allah inancına gerçek anlamda sahip olmadıklarını gösterir. Dolayısıyla İbn Teymiyye ve İbn Abdülvehhâb çizgisinde şekillenen bu ayrım, erken dönem İslam teolojisinde bulunmayan, sonradan inşa edilmiş bir yaklaşımdır. Selefilere dillerinden düşürmediği “tevhid” kavramına yükledikleri anlamların önemli bir kısmı, doğrudan selef denilen erken dönem ulemanın kavramsal dünyasına ait değildir.

Selefilere gelenekten kopuşunu gösteren en önemli noktalardan biri de “ibadet” kavramının anlamının genişletilmesidir. İbn Abdülvehhâb sonrasında Selefilik, ibadeti klasik anlamıyla sınırlı bırakmamış; onu hâkimiyet, yasa koyma ve siyasal otorite alanına kadar genişletmiştir. Bu anlayışa göre, yalnızca Allah’a dua etmek yeterli değildir. Allah’tan başka bir varlığın hükümünü kabul etmek, seküler yasalara uymak veya beşeri kanunlara itaat etmek de bir tür şirk olarak değerlendirilmiştir.

Bu yorumda, Tevbe Suresi’nin “Onlar, Allah’ı bırakıp bilginlerini ve rahiplerini rabler edindiler” ayeti merkeze alınmıştır. Selefiler bu ayeti yöneticilere, âlimlere veya beşeri hukuk düzenlerine itaati doğrudan şirk ve ibadet ihlali sayacak şekilde yorumlamışlardır. Böylece ibadeti Allah’a has kılma ilkesi, yasa koyma ve devleti yönetme ilkelerini de içine alacak biçimde genişletilmiştir. Bu yaklaşım, Osmanlı dönemindeki örf-i sultanî gibi hukuki ve idari uygulamaların bile Allah’ın dışında hüküm koyma iddiası taşıdığı gerekçesiyle küfür ve şirk sayılmasına zemin hazırlamıştır.

Geleneksel Sünnet fıkhında ise itaat ile ibadet arasında böyle doğrudan ve kopmaz bir bağ kurulmamıştır. İmam Ebû Hanîfe, el-Âlim ve’l-Müteallim adlı eserinde, şeytana veya nefse uyarak günah işleyen bir müminin sırf günah işlediği için şeytana ibadet etmiş sayılmayacağını belirtir. Çünkü ibadet, sadece itaatten ibaret değildir. İbadetin içinde yönelme, taat, rağbet, sevap umma, korku ve bilinçli kulluk gibi manevi unsurlar bulunur. Eğer her itaat ibadet sayılsaydı, günah işleyen herkesin dinden çıkması gerekirdi. Bu nedenle itaati

doğrudan ibadet sayarak günah işleyenleri veya beşeri yasalara uyanları din dışı ilan etmek, Ehl-i Sünnet çizgisinden çok Hâricî mantığına yakındır.

Bu açıdan Selefiliğin tevhid ve ibadet konusunda geliştirdiği yeni formülasyon, İslam geleneğindeki Hâricî eğilimin modern dönemde yeniden üretilmiş bir biçimi olarak okunabilir. Burada mesele yalnızca tekfir değildir. Asıl tehlike, Müslümanların “müşrik” ilan edilmesidir. Çünkü bir Müslümanı kâfir ilan etmek ile müşrik ilan etmek arasında ciddi bir statü farkı vardır. Çağdaş Selefî söylemin en ağır iddiası, günümüz Müslümanlarının Arap müşriklerinden bile daha ileri bir şirk içinde olduklarıdır.

Oysa Kur’an’da ve klasik kelimelerinde şirk kavramı daha çok putperest Arap müşrikleri veya diğer din mensupları için kullanılmıştır. Namaz kılan, Allah’a yönelen ve kible ehli olan Müslüman toplumların müşriklikle itham edilmesi, klasik İslam kelam geleneğinde yerleşik bir yaklaşım değildir. Selefiler ise Kur’an’da dinle alay eden, ahireti inkâr eden ve Allah’a ortak koşan müşrikler hakkında inen ayetleri; türbe ziyaret eden, şefaata dileyen veya modern devlet düzenlerinde yaşayan Müslümanlara teşmil etmişlerdir. Bu usul hatası, Müslüman toplumların kanını ve malını helal sayan radikal ve şiddet yanlısı akımların teolojik zeminini oluşturmuştur.

Selefilerin sıkça kullandığı “menhec” kavramı da bu bağlamda yeniden değerlendirilmelidir. Selefiler çoğu zaman “bizim mezhebimiz yok, menhecimiz var” diyerek kendilerini mezhepler üstü bir konuma yerleştirmeye çalışırlar. Ancak Selefî literatürde menhec, çoğu zaman akademik bir yöntem veya hadisleri anlama usulü anlamında kullanılmaz. Daha çok inanılması gereken dogmatik ilkeler bütünü, yani bir akide sistemi anlamına gelir. Mezhep kurucusu bir imama bağlılığı reddettikleri için “mezhep” demekten kaçınırlar; fakat “menhecimiz” diyerek kendi katı inanç esaslarını sıralarlar. Bu alanda yoruma, esnekliğe ve yöntemsel çeşitliliğe yer bırakmazlar.

Sonuç olarak 19. yüzyıl sonrası Selefilik, klasik ehl-i hadîsin, Hanbelî fihhının veya selef-i sâlihînin basit bir devamı olarak görülemez. Tevhid kavramına getirdiği üçlü tasnif, ibadet kavramını hâkimiyetle ilişkilendirerek genişletmesi ve kible ehli Müslümanları müşriklikle itham etmesi, bu hareketin gelenekten ciddi bir kopuş yaşadığını göstermektedir.

Bu nedenle çağdaş Selefiliği klasik Ehl-i Sünnet şemsiyesi içinde masum bir ehl-i hadîs temsili olarak sunmak hem bilimsel hem de teolojik açıdan sorunludur. Selefilik, İslam’ın tarihsel birikimini, geleneksel hukuku, kelamı ve tasavvufu büyük ölçüde tasfiye edilmesi gereken bidatler olarak görmektedir. Bu yönüyle çağdaş Selefilik, ehl-i hadîs geleneğinin doğal devamı olmaktan çok, onun içinden çıkmış fakat zamanla geçmişten kopmuş modern bir hareket olarak değerlendirilmelidir. Selefî vaizlerin Kur’an ve sünnete yaptığı vurgu bu

çerçeve de dikkatle değerlendirilmelidir. Çünkü bu söylem içinde Kur’an ayetleri çoğu zaman klasik bağlamlarından kopararak yeni anlamlar kazanmakta; bu anlamların önemli bir kısmı da iç düşman üretimi, Müslümanlar arası tekfir ve dışlayıcı sınır çizme için kullanılabilir.

Bununla birlikte Selefilik tek tip, homojen ve zorunlu olarak şiddet yanlısı bir yapı olarak değerlendirilemez. Farklı bağlamlarda ilmi, daveti, siyasal veya cihadi eğilimler taşıyan farklı Selefî yönelimlerden söz edilebilir. Bu nedenle Selefilik ile radikalleşme arasında otomatik ve doğrusal bir ilişki kurulması analitik olarak sorundur. Daha doğru yaklaşım, Selefî söylemin hangi bağlamlarda dini rehberlik, hangi bağlamlarda dışlayıcı sınır çizme, toplumsal kopuş veya daha kapalı ağlara yönlendirme kapasitesi ürettiğini ayrıştırarak incelemektir.

Bu çalışmada “Selefî dijital tebliğ aktörü” ifadesi, aktörlere dışarıdan genelleyici bir etiket atfetmek amacıyla değil, açık kaynak verilerde görülen dini söylem, öz-tanımlama, kurumsal bağlantı, içerik temaları ve platform pratiklerini analitik olarak sınıflandırmak amacıyla kullanılmaktadır. Bu sınıflandırma yalnızca bir kanalın belirli bir dini kavramı kullanmasına dayanmamaktadır. İncelenen aktörlerin seçiminde ve sınıflandırılmasında aktörlerin kendi beyanları, kanal ve kurum adları, açık kaynaklarda yer alan tanımlamalar, tevhid, akide, şirk, bidat, sünnet, tağut, tasavvuf eleştirisi, Diyanet eleştirisi ve mezhebi/itikadi sınır çizme gibi tekrar eden söylem göstergeleri, medrese, dernek, yayınevi ve ders halkası bağlantıları ile YouTube dışındaki Telegram, WhatsApp, web sitesi, kitap ve dergi ağları birlikte değerlendirilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma, aktörleri doğrudan radikalleşme veya şiddetle ilişkilendirmemekte; onları açık kaynak dijital görünürlükleri ve Selefî tebliğ söylemiyle kurdukları ilişki üzerinden incelemektedir.

Bu sınıflandırma, çoklu gösterge mantığına dayanmaktadır. Bir aktörün veri setine dahil edilmesi için tek bir kelime, tek bir video başlığı veya tekil bir haber yeterli görülmemiştir. Bunun yerine öz-tanımlama, söylem repertuarı, kurumsal veya yayın bağlantısı, ders ve tebliğ formatı, platformlar arası yönlendirme ve açık kaynak görünürlük göstergelerinin birlikte bulunması esas alınmıştır. Bu yaklaşım, dini ifade alanını genelleyici biçimde riskli görmeden, belirli aktörlerin dijital tebliğ ekosistemi içindeki konumunu daha dikkatli ve ayrıştırıcı biçimde değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır. Selefî dijital tebliğ aktörlerinin veri setine dahil edilmesinde kullanılan temel sınıflandırma ölçütleri Tablo 1’de özetlenmektedir.

**Tablo 1. Selefi Dijital Tebliğ Aktörlerinin Sınıflandırılmasında Kullanılan Ölçütler**

Ölçüt	Açıklama	Veri kaynağı
Öz-tanımlama ve açık beyan	Aktörün kendisini tevhid, sünnet, selef, ehl-i sünnet, davet veya benzeri kavramlarla konumlandırması	Kanal açıklamaları, web siteleri, video içerikleri
Söylem göstergeleri	Tevhid, akide, şirk, bidat, sünnet, tağut, hâkimiyet, tasavvuf veya tarikat eleştirisi ve Diyanet eleştirisi gibi tekrar eden temalar	Video başlıkları, açıklamalar, içerik örnekleri
Kurumsal bağlantılar	Medrese, dernek, yayınevi, kitabevi, ilim halkası, ders ağı veya davet yapısıyla ilişki	Web sitesi, kanal bağlantıları, açık kaynak haberler
İçerik formatı	Ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal, akaid, fıkıh, tefsir ve hadis serileri	YouTube kanal arşivi
Platformlar arası ağ	YouTube’dan Telegram, WhatsApp, X, Instagram, web sitesi, kitap, dergi ve PDF arşivlerine yönlendirme	Kanal açıklamaları ve bağlantılar
Açık kaynak teyidi	Aktörün akademik, medya veya kamuya açık kaynaklarda Selefi çevrelerle ilişkilendirilmesi	Akademik çalışmalar, haber kaynakları, raporlar
Analitik sınır	Sınıflandırma, radikalleşme, şiddet veya yasa dışılık isnadı anlamına gelmez	Yöntemsel not

**Not:** Tablo 1, çalışmada incelenen aktörlerin “Selefi dijital tebliğ aktörü” olarak sınıflandırılmasında kullanılan açık kaynak göstergelerini özetlemektedir. Bu ölçütler, aktörleri radikalleşme veya şiddetle ilişkilendirmek için değil, dijital görünürlük, söylem repertuarı, dini otorite üretimi ve platformlar arası tebliğ ağı içindeki konumlarını analitik olarak değerlendirmek için kullanılmıştır.

## 2.2. Türkiye’de Selefilik ve Toplumsal Algı

Türkiye’de Selefilik’in toplumsallaşmasına ilişkin ilk kapsamlı bilimsel bulgulardan biri, TEPAV tarafından hazırlanan *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor: Müslüman Çoğunluklu Bir Ülkede Din ve Radikal Tutumlar Araştırması* adlı raporda ortaya

konmuştur. Bu araştırma, Türkiye’de dini kimlikler, dindarlık biçimleri, itikadi aidiyetler, çoğulculuk ve radikal dini tutumlar hakkında önemli bir karşılaştırmalı zemin sunmaktadır.<sup>12</sup>

Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’de inanç ya da itikatta mezhep tercihinde kendisini Selefi olarak tanımlayanların oranı 2016 ile 2020 yılları arasında artış göstermiştir. İlk kez 2016 yılında sorulan inanç-itikad konusunda izlenen mezhep sorusuna örneklem grubunun yüzde 1,1’i Selefi cevabını vermiştir. Bu oran, 2020 yılında yüzde 3,6’ya yükselmiştir. Söz konusu bulgu, Selefiliğin Türkiye genelinde sayısal olarak sınırlı bir dini aidiyet kategorisi olduğunu, ancak 2016-2020 döneminde görünürlüğünde dikkat çekici bir artış yaşandığını göstermektedir.<sup>13</sup>

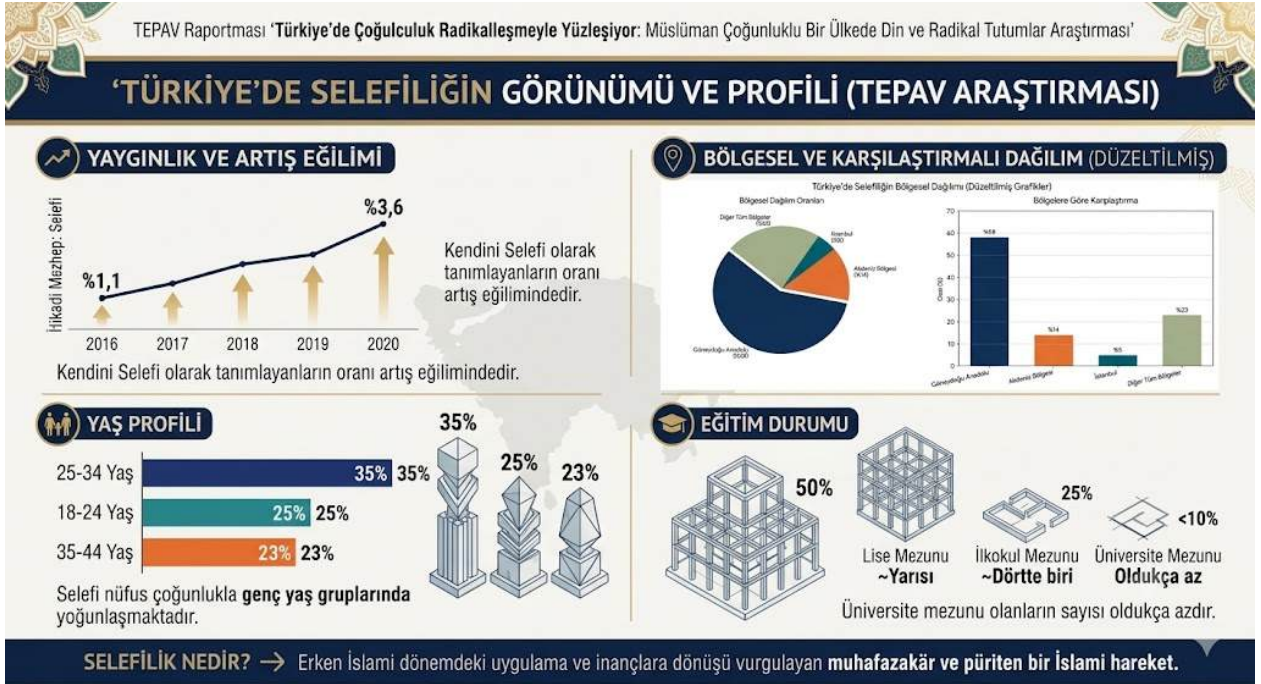
2020 yılı verileri, kendisini Selefi olarak tanımlayan katılımcıların yaş, bölge ve eğitim durumu bakımından belirli profillerde yoğunlaştığına da işaret etmektedir. Buna göre, Selefi olduğunu belirten katılımcıların yüzde 35’i 25-34 yaş, yüzde 25’i 18-24 yaş ve yüzde 23’ü 35-44 yaş grubundadır. Bu dağılım, Selefi olarak tanımlananların önemli bir bölümünün genç ve genç-yetişkin yaş gruplarında bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bölgesel dağılımda ise Güneydoğu Anadolu yüzde 58 ile belirgin biçimde öne çıkmakta, Akdeniz Bölgesi yüzde 14 ile ikinci sırada yer almaktadır. İstanbul’da bu oran yüzde 5’tir ve diğer bölgelerde yüzde 10’un altında kalmaktadır. Eğitim durumu bakımından ise Selefi olduğunu bildiren kişilerin yaklaşık yarısı lise mezunu, dörtte biri ilkokul mezunudur; üniversite mezunu olanların oranı ise oldukça sınırlıdır. TEPAV araştırmasının Selefi aidiyete ilişkin yaygınlık, yaş, bölge ve eğitim profili Şekil 1’de özetlenmektedir.

---

<sup>12</sup> Hilmi Demir, Feride İnan, Berat Yücel ve Ömer Faruk Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor: TEPAV Müslüman Çoğunluklu Bir Ülkede Din ve Radikal Tutumlar Araştırması* (Ankara: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, 2024).

<sup>13</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 93, Şekil 89.

Şekil 1. Türkiye’de Selefiliğin Görünümü ve Profili, TEPAV Araştırması<sup>14</sup>



**Not:** Şekil 1, TEPAV tarafından yürütülen *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor* araştırmasının 2016-2020 bulgularına dayanarak Türkiye’de Selefi aidiyetin yaygınlık, yaş profili, bölgesel dağılım ve eğitim durumu bakımından genel görünümünü özetlemektedir. Kaynak: Demir, İnan, Yücel ve Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 93 ve 96.

Aynı dönemde itikadi mezhebini bilmediğini belirten katılımcıların oranının yüzde 59,3’ten yüzde 70,5’e yükselmesi de önemlidir. Bu bulgu, Türkiye’de itikadi kimlik bilgisinin zayıfladığı ve dini aidiyetlerin daha belirsiz, parçalı ve arayışa açık biçimlerde şekillenebildiği bir zemine işaret etmektedir. Bu bağlamda dijital Selefi aktörlerin yalnızca yerleşik ve kapalı çevrelere değil, dini bilgi arayışındaki daha geniş ve kararsız kullanıcı gruplarına da hitap edebilme potansiyeli bulunmaktadır. Türkiye’de Selefi aidiyet ve itikadi kimlik bilgisine ilişkin 2016-2020 karşılaştırması Tablo 2’de özetlenmektedir.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 93, 96.

<sup>15</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 93, Şekil 89.

**Tablo 2. Türkiye’de Selefilik ve İtikadi Kimliklere İlişkin Bulgular, 2016-2020**

Gösterge	2016	2020	Değişim	Çalışma açısından anlamı
Kendini Selefi olarak tanımlayanlar	%1,1	%3,6	Artış	Selefi aidiyetin sınırlı fakat görünürlüğü artan bir kategori olduğunu göstermektedir.
İtikadi mezhebini bilmeyenler	%59,3	%70,5	Artış	İtikadi bilgi ve aidiyet düzeyindeki belirsizliğin güçlendiğini göstermektedir.
Kendini Maturidi olarak tanımlayanlar	%14,6	%8,6	Azalış	Geleneksel itikadi aidiyetlerde zayıflama eğilimine işaret etmektedir.
Kendini Eş’ari olarak tanımlayanlar	%8,2	%5,0	Azalış	Geleneksel itikadi aidiyetlerde zayıflama eğilimine işaret etmektedir.

**Kaynak:** Demir, İnan, Yücel ve Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 93, Şekil 89.

Şekil 1’de sunulan yaş, bölge ve eğitim profili, bu çalışmanın gençlik ve dijital ağlar odağı açısından ayrıca önem taşımaktadır. Selefi olarak tanımlananların yaklaşık yüzde 60’ının 18-34 yaş aralığında yer alması, genç kitlelerle temas meselesinin yalnızca güvenlik veya radikalleşme başlığı altında değil, dini rehberlik, aidiyet, dijital otorite ve gündelik hayat pratikleri üzerinden de ele alınması gerektiğini göstermektedir. Benzer şekilde Güneydoğu Anadolu ve Akdeniz bölgelerindeki yoğunlaşma, Selefilik Türkiye’de homojen bir toplumsal dağılım göstermediğini, belirli coğrafi yoğunlaşmalar üzerinden de analiz edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Selefi olarak tanımlanan katılımcıların yaş, eğitim ve bölgesel profiline ilişkin 2020 bulguları Tablo 3’te ayrıca özetlenmektedir.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 96, Şekil 93-94.

**Tablo 3. Selefi Olarak Tanımlanan Katılımcıların Demografik ve Bölgesel Profili, 2020**





Boyut	Bulgular	Çalışma açısından anlamı
Yaş dağılımı	18-24 yaş %25; 25-34 yaş %35; 35-44 yaş %23	Selefi kimliğin özellikle genç ve genç-yetişkin gruplarda yoğunlaştığını göstermektedir.
Genç nüfus yoğunluğu	18-34 yaş toplam yaklaşık %60	Çalışmanın genç kitlelere erişim ve dijital aidiyet odağını desteklemektedir.
Eğitim durumu	Yaklaşık yarısı lise mezunu; yaklaşık dörtte biri ilköğretim mezunu; üniversite mezunu oranı sınırlı	Selefi aidiyetin eğitim düzeyi bakımından da ayrıca analiz edilmesi gerektiğini göstermektedir.
Bölgesel dağılım	Güneydoğu Anadolu %58; Akdeniz %14; İstanbul %5	Selefi kimliğin belirli bölgelerde yoğunlaşan bir görünüm sergilediğini göstermektedir.
Yöntemsel not	2016 yılındaki Selefi örnekleme sonuç çıkarmak için sınırlıdır	Demografik ve bölgesel profil yorumları ağırlıklı olarak 2020 verileri üzerinden yapılmalıdır.

**Kaynak:** Demir, İnan, Yücel ve Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 96, Şekil 93 ve Şekil 94.

Resmi dini otoriteye ilişkin bulgular da dijital Selefi ağların anlamlandırılması açısından önemlidir. 2020 araştırmasında genel örnekleme katılımcıların yüzde 46’sı Diyanet’in dini konularda açıkladığı görüşlere ve fetvalara güvendiğini, yüzde 35’i kısmen güvendiğini, yüzde 16’sı ise güvenmediğini belirtmiştir.<sup>17</sup> Bu tablo, Diyanet’in toplumsal meşruiyetinin tamamen ortadan kalkmadığını, ancak resmi dini otoritenin yanında alternatif dini yorum ve otorite kaynaklarına açık bir alanın bulunduğunu göstermektedir. Bu nedenle YouTube merkezli Selefi içeriklerde Diyanet’e, laik sisteme veya diğer dini otoritelere yönelen eleştiriler yalnızca teolojik polemikler olarak değil, dijital ortamda alternatif dini otorite inşasının parçası olarak değerlendirilmelidir. Diyanet’in dini görüşlerine duyulan güvene ilişkin 2020 bulguları Tablo 4’te gösterilmektedir.

<sup>17</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 47, Şekil 43.

Tablo 4. Diyanet’in Dini Görüşlerine Duyulan Güven, 2020

Gösterge	Oran
 Güveniyorum	%46
 Kısmen güveniyorum	%35
 Güvenmiyorum	%16
 Cevap yok	%3

**Kaynak:** Demir, İnan, Yücel ve Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 47, Şekil 43.




Bu bulgular, Selefilik’in Türkiye’de hem sınırlı hem de görünürlüğü artan bir aidiyet kategorisi olarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. TEPAV araştırması 2020 sonrasında devam etmediği için bu eğilimin sonraki yıllarda hangi yönde ilerlediğine ilişkin doğrudan temsili saha verisi bulunmamaktadır. Bununla birlikte, aşağıda analiz edilen YouTube verileri, bazı Selefi dijital tebliğ aktörlerinin 2024-2026 döneminde dijital görünürlük ve abone artışı bakımından yükseliş eğilimi sergilediğini göstermektedir. Bu nedenle YouTube rakamları, toplumdaki Selefi aidiyet oranlarının doğrudan dijital karşılığı olarak değil, Selefi tebliğ aktörlerinin çevrim içi görünürlük kapasitesine ilişkin açık kaynak göstergeler olarak değerlendirilmelidir.

Bu noktada yöntemsel ayırım özellikle önemlidir. TEPAV araştırması, bireylerin dini kimlik, aidiyet ve toplumsal tutumlarına ilişkin temsili anket verileri sunarken bu çalışma, açık kaynak YouTube verileri üzerinden aktörlerin dijital görünürlüğünü, içerik üretim sürekliliğini, söylem repertuarını ve platformlar arası ağ yapılarını incelemektedir. Bu nedenle toplumda gözlenen eğilimlerin dijital ortama birebir yansıdığı ileri sürülmemekte; toplumsal aidiyet ve tutum verileri ile dijital görünürlük ve söylem verileri arasında temkinli bir karşılaştırmalı okuma yapılmaktadır.<sup>18</sup> Bu yaklaşım, Selefi aidiyetin toplum içindeki sınırlı fakat artan

<sup>18</sup> TEPAV araştırması ile bu çalışmada oluşturulan YouTube açık kaynak veri seti farklı veri türlerine dayanmaktadır. TEPAV araştırması temsili anket verisi sunarken, YouTube veri seti 2024-2026 döneminde açık kaynaklardan derlenen kanal görünürlüğü, içerik üretim sürekliliği, söylem repertuarı ve platformlar arası bağlantı göstergelerine dayanmaktadır.

görünürlüğü ile YouTube’daki Selefi tebliğ aktörlerinin dijital görünürlük kapasitesi arasındaki olası paralellikleri ve ayrışmaları birlikte değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır. Bu karşılaştırmanın temel boyutları Tablo 5a ve 5b’de özetlenmektedir.

**Tablo 5a. TEPAV Anket Verileri ile YouTube Veri Setinin Karşılaştırmalı Okunması**

Karşılaştırma boyutu	TEPAV anket verisi, 2016-2020	YouTube veri seti, 2024-2026	Analitik yorum	Yöntemsel sınırlılık
 <p><b>Selefi aidiyetin görünürlüğü</b></p>	Kendini Selefi olarak tanımlayanların oranı 2016’da %1,1 iken 2020’de %3,6’ya yükselmiştir.	Bazı Selefi dijital tebliğ aktörlerinin 2024-2026 döneminde abone ve görünürlük artışı sergilediği görülmektedir.	Toplumda sınırlı fakat artan Selefi aidiyet görünürlüğü ile dijital alanda artan görünürlük birlikte okunabilir.	Anket verisi bireylerin öz-tanımlamasını, YouTube verisi ise aktörlerin dijital görünürlüğünü ölçmektedir.
 <p><b>İtikadi aidiyet ve dini bilgi arayışı</b></p>	İtikadi mezhebini bilmediğini belirtenlerin oranı 2016’da %59,3 iken 2020’de %70,5’e yükselmiştir.	YouTube veri setinde akide, tevhid, şirk, bidat, sünnet, fıkıh ve soru-cevap içerikleri yoğun biçimde yer almaktadır.	İtikadi belirsizlik ve dini bilgi arayışı, dijital dini rehberlik içeriklerinin neden karşılık bulabileceğini anlamak için bağlam sağlar.	İtikadi mezhebini bilmeyen bireylerin doğrudan bu kanallara yöneldiği ileri sürülemez.
 <p><b>Genç yaş profili</b></p>	2020 verilerine göre kendisini Selefi olarak tanımlayanların yaklaşık %60’ı 18-34 yaş aralığındadır.	YouTube içeriklerinde çocuklara, genç yetişkinlere, öğrencilere, ailelere ve ilim talebelerine yönelik içerik formatları görülmektedir.	Genç yaş yoğunlaşması, YouTube verisindeki gençlik, okul, aile, mahremiyet ve kötü alışkanlıklar temalarının ayrıca incelenmesini destekler.	YouTube izleyicilerinin gerçek yaşı açık kaynak verilerle doğrulanamamaktadır.

**Tablo 5b. TEPAV Anket Verileri ile YouTube Veri Setinin Karşılaştırmalı Okunması**

Karşılaştırma boyutu	TEPAV anket verisi, 2016-2020	YouTube veri seti, 2024-2026	Analitik yorum	Yöntemsel sınırlılık
<b>Bölgesel görünürlük</b>	2020’de Selefi olduğunu belirten katılımcıların %58’i Güneydoğu Anadolu’da, %14’ü Akdeniz’de yoğunlaşmaktadır.	YouTube veri setinde aktörlerin ilişkilendirildiği şehirler ve kurumsal bağlantılar üzerinden farklı mekânsal görünürlükler tespit edilmektedir.	Anket verisi toplumsal bölgesel profili, YouTube verisi ise dijital ve kurumsal mekânsal görünürlüğü karşılaştırma imkânı sunar.	Anket bölgesi ile YouTube aktörünün şehir veya kurum bağlantısı birebir aynı şeyi ölçmez.
<b>Resmi dini otorite</b>	Diyanet’in dini görüşlerine güvenenlerin oranı %46, kısmen güvenenlerin oranı %35, güvenmeyenlerin oranı %16’dır.	YouTube veri setinde Diyanet eleştirisi, alternatif hoca otoritesi, ders ağı ve platformlar arası dini rehberlik biçimleri görülmektedir.	Resmi dini otoriteye güven sürmekle birlikte, dijital platformlarda alternatif dini otorite üretimi görünür hale gelmektedir.	Diyanet verisi genel örnekleme aittir, Selefi alt örneklem verisi değildir.
<b>Toplumsal çoğulculuk ve sınır çizme</b>	TEPAV verileri laiklik, demokrasi, farklı inançlar ve yaşam tarzları konusunda toplum içinde farklı eğilimlerin birlikte bulunduğunu göstermektedir.	YouTube içeriklerinde hak-batıl, sünnet-bidat, tevhid-şirk, iman-küfür ve ümmet-düşman karşıtlıkları öne çıkmaktadır.	Dijital Selefi söylem, genel toplumsal eğilimlerden daha keskin bir sınır çizme dili üretebilmektedir.	YouTube söylemi Türkiye toplumunun genel eğilimini temsil etmez.

**Kaynak:** Demir, İnan, Yücel ve Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 47-59, 93-96; yazarlar tarafından oluşturulan YouTube açık kaynak veri seti, 2024-2026.

### 2.3. Dindarlık, Çoğulculuk ve Radikal Tutumlar

Türkiye’de toplumun büyük çoğunluğu dini, hayatında önemli veya çok önemli bir unsur olarak görmektedir. Bununla birlikte TEPAV araştırma verileri, yüksek dindarlık düzeyinin toplum genelinde otomatik olarak radikal veya dışlayıcı dini tutumlara dönüştüğünü göstermemektedir. Aksine 2016-2020 karşılaştırması, farklı inanç ve yaşam tarzlarına yönelik

çoğulcu eğilimlerin güçlendiğini ve radikal dini tutumların sınırlı düzeyde kaldığını ortaya koymaktadır.<sup>19</sup>

Türkiye’de dine karşı görece esnek ve çoğulcu bir tutumun en önemli göstergelerinden biri, ahlak ve dindarlık arasındaki ilişkiye yönelik değerlendirmelerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, dindar olmayan bir kişinin de ahlaklı olabileceğini belirtmiştir. Bu oran 2016’da yüzde 71, 2020’de ise yüzde 68 düzeyindedir. Benzer biçimde kendi inanç ve uygulamalarının İslam’ı yaşamanın “en doğru yolu” olduğunu düşünenlerin oranı 2016’da yüzde 47 iken, 2020’de yüzde 36’ya gerilemiştir. Bu bulgular, Türkiye’de dini aidiyetin güçlü olmakla birlikte, toplumun genelinde mutlak dışlayıcılığa dayalı bir dini tutumun baskın hale gelmediğini göstermektedir.<sup>20</sup>

Dindarlık düzeyi yüksek olan katılımcılarda, kendi inançlarına uymayan kişilerden uzak durma veya namaz kılmayanları günahkâr görme eğilimi ortalamaya göre daha yüksek olabilmektedir. Ancak radikalizmin daha sert göstergelerinden biri olan tekfir tutumu oldukça sınırlı düzeydedir. Dindar katılımcılar arasında dini görevlerini ihmal edenleri “kâfir” olarak görenlerin oranı 2020’de yalnızca yüzde 3 seviyesinde kalmıştır. Genel nüfus içinde şeriat kurallarını dayatma, mevcut yasalar yerine İslami kuralları uygulama isteği veya tekfir gibi göstergelerle ölçülen ideolojik radikalizm endeksine göre radikal dini tutumlara sahip olanların oranı da 2016’da yüzde 4 iken, 2020’de yüzde 2’ye gerilemiştir.<sup>21</sup> Sosyal dışlanma ile radikal dini tutumlar arasındaki ilişki ise Şekil 2’de özetlenmektedir.

### **Şekil 2. Türkiye’de Sosyal Dışlanma ve Radikalleşme İlişkisi, 2016-2020<sup>22</sup>**

**Not:** Şekil 2, TEPAV araştırmasının 2016-2020 bulgularına dayanarak sosyal dışlanma ile radikal dini tutumlar arasındaki ilişkiyi özetlemektedir. Kaynak: Demir, İnan, Yücel ve Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 77, Şekil 73.

Şekil 2’de görüldüğü üzere, sosyal dışlanma deneyimi radikal dini tutumların anlaşılmasında önemli bir bağlamsal değişken olarak öne çıkmaktadır. Sosyal dışlanma bulguları, radikal tutumların anlaşılması açısından ayrıca önemlidir. TEPAV araştırması, kendisini toplumdan dışlanmış hisseden katılımcılar arasında radikal dini tutumların daha

---

<sup>19</sup> Hilmi Demir, Feride İnan, Berat Yücel ve Ömer Faruk Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor: TEPAV Müslüman Çoğunluklu Bir Ülkede Din ve Radikal Tutumlar Araştırması* (Ankara: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, 2024), 76-80.

<sup>20</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 55-59.

<sup>21</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 76, Şekil 72.

<sup>22</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 77, Şekil 73.

yüksek seyrettiğini göstermektedir. 2016 yılında dışlandığını belirten katılımcılar arasında radikal dini tutum oranı yüzde 19 iken, dışlanmadığını belirtenlerde bu oran yüzde 3’tür. 2020 yılında bu oranlar sırasıyla yüzde 12 ve yüzde 2 olarak ölçülmüştür. Bu bulgu, radikal dini tutumların yalnızca doktriner inanç farklılıklarıyla değil, sosyal dışlanma, aidiyet kaybı ve toplumsal kopuş deneyimleriyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, Türkiye’de dindarlık ve muhafazakârlığın genel olarak çoğulcu kültürel dindarlık formlarıyla birlikte var olabildiği görülmektedir. TEPAV araştırmasının 2016-2020 bulguları, toplum genelinde radikal dini tutumların sınırlı düzeyde kaldığını ve bu tutumlarda gerileme eğilimi bulunduğunu göstermektedir. Buna karşılık aynı dönemde Selefi aidiyetin sınırlı fakat artan bir görünürlük kazanması, Türkiye’de Selefiliğin toplum geneline yayılan baskın bir eğilimden ziyade belirli sosyal, bölgesel ve dijital alanlarda yoğunlaşan bir görünürlük biçimi olarak ele alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Bu çerçevede, Türkiye toplumunun genel olarak radikalleştiği yönünde doğrudan bir sonuç çıkarmak mümkün değildir. Daha temkinli bir değerlendirmeye, radikal dini tutumlar toplum genelinde düşük düzeyde kalırken Selefi söylem ve aktörlerin, belirli toplumsal ve dijital alanlarda daha görünür hale geldiği söylenebilir. Dijital platformlar, bu görünürlüğün artmasında önemli bir rol oynamakta; YouTube, Telegram, WhatsApp, web siteleri ve diğer sosyal medya mecraları aracılığıyla Selefi tebliğ aktörleri daha sınırlı fakat süreklilik arz eden takipçi topluluklarıyla temas kurabilmektedir.

Bu nedenle aşağıda sunulan YouTube merkezli analiz, TEPAV’ın 2016-2020 saha araştırmalarının doğrudan devamı ya da birebir dijital karşılığı olarak değil, Türkiye’de Selefi aidiyetin toplumsal görünürlüğü ile dijital mecralardaki Selefi tebliğ ağlarının birlikte anlaşılmasına katkı sunan tamamlayıcı bir açık kaynak incelemesi olarak değerlendirilmelidir.

### **2.4. Dijitalleşme, Gençlik ve Selefi Ağlar**

Dijitalleşme, dini bilginin üretim, dolaşım ve otorite kazanma biçimlerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Geleneksel olarak cami, medrese, vaaz halkası, hoca-talebe ilişkisi ve kurumsal dini yapılar üzerinden işleyen dini öğrenme ve rehberlik süreçleri; YouTube, Telegram, WhatsApp, Instagram, X ve bağımsız web siteleri aracılığıyla daha geniş, hızlı ve sürekli erişilebilir hale gelmiştir. Bu dönüşüm, dini otoritenin ortadan kalktığı anlamına gelmemekte; aksine dini otoritenin dijital platformlarda yeni biçimlerde üretildiğini ortaya koymaktadır. YouTube’daki ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal, kısa video ve canlı yayın

formatları, dini bilginin yalnızca aktarılmasını değil, aynı zamanda takipçilerle düzenli temas kurulmasını, aidiyet duygusunun güçlendirilmesini ve kullanıcıların başka dijital ya da çevrim dışı ağlara yönlendirilmesini mümkün kılmaktadır.<sup>23</sup>

Bu dönüşüm, özellikle genç kullanıcılar açısından önem taşımaktadır. TEPAV araştırmasında kendisini Selefi olarak tanımlayan katılımcıların önemli bir bölümünün 18-34 yaş aralığında yoğunlaşması, gençlik temasının Türkiye’de Selefilik tartışmaları açısından ayrıca dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.<sup>24</sup> Bununla birlikte bu çalışmada kullanılan açık kaynak YouTube verileri, izleyicilerin gerçek yaşını, bireysel etkilenme düzeyini veya çevrim dışı davranışlarını doğrudan tespit etmeye imkân vermemektedir. Bu nedenle genç kitlelerle temas, doğrudan demografik yaş verisi üzerinden değil; içerik formatları, hitap biçimleri, gündelik rehberlik başlıkları, soru-cevap mekanizmaları, çocuk ve gençlere yönelik içerikler, aile, okul, mahremiyet, kötü alışkanlıklar, ilim talebi ve dijital medya kullanımı gibi temalar üzerinden analiz edilmektedir.

İncelenen YouTube ekosisteminde genç kitlelerle temas yalnızca açık biçimde “gençlik” başlığı taşıyan videolarla sınırlı değildir. Çocuklara yönelik animasyon ve eğlence içerikleri, “temiz ve helal içerik” iddiası, çocukların sorularını merkeze alan soru-cevap formatları, genç yetişkinlere yönelik mahremiyet ve ahlak anlatıları, okul, aile, devlet eğitimi, günah, tevbe, evlilik, ilim talebi ve kötü alışkanlıklar gibi gündelik konular, dijital tebliğ dilinin gençlerin ve ailelerin pratik hayatına doğrudan temas ettiğini göstermektedir. Bu içerikler, doğrudan radikalleşme göstergesi olarak okunmamalıdır. Daha doğru bir ifadeyle, bu içerikler genç kullanıcıların anlam, rehberlik, kesinlik, ahlaki yönelim ve aidiyet arayışlarına cevap veren dijital dini otorite biçimleri olarak değerlendirilmelidir.<sup>25</sup>

Selefi dijital ağların bir diğer önemli özelliği, tek platformlu bir yapı göstermemeleridir. YouTube çoğu zaman uzun formatlı ders, vaaz, soru-cevap ve arşiv işlevi görürken; Telegram duyuru ve içerik dolaşımı, WhatsApp doğrudan iletişim, web siteleri kurumsal bilgi ve yayın arşivi, kitap ve dergi bağlantıları metin merkezli süreklilik, Instagram ve X ise hızlı görünürlük ve gündem dolaşımı sağlamaktadır. Bu nedenle dijital Selefi tebliğ ağları yalnızca YouTube

---

<sup>23</sup> Heidi A. Campbell ve Ruth Tsuria, ed., *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, 2. bs. (New York ve London: Routledge, 2022); Gary R. Bunt, *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse* (London: Bloomsbury Academic, 2024).

<sup>24</sup> Hilmi Demir, Feride İnan, Berat Yücel ve Ömer Faruk Can, *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor: TEPAV Müslüman Çoğunluklu Bir Ülkede Din ve Radikal Tutumlar Araştırması* (Ankara: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, 2024), 96, Şekil 94.

<sup>25</sup> Jakob Guhl ve Milo Comerford, *Understanding the Salafi Online Ecosystem: A Digital Snapshot* (London: Institute for Strategic Dialogue, 2021).

kanallarından ibaret değildir; çevrim içi ve çevrim dışı temasların birlikte işlediği, çok katmanlı bir dini iletişim ve aidiyet ekosistemi oluşturmaktadır.<sup>26</sup>

Bu çalışma açısından dijitalleşme ve gençlik ilişkisi üç nedenle önemlidir. Birincisi, genç kullanıcılar dijital platformlar üzerinden dini bilgiye daha hızlı, daha parçalı ve daha kişiselleştirilmiş biçimlerde erişebilmektedir. İkincisi, soru-cevap, hasbihal, yorum alanı ve platformlar arası yönlendirme mekanizmaları, kullanıcıların yalnızca içerik izleyen pasif takipçiler değil; soru soran, yönlendirilen ve aidiyet ilişkisi kuran katılımcılar haline gelmesine imkân tanımaktadır. Üçüncüsü, çocukluk ve gençlik dönemine yönelik içerikler, dini tebliğin yalnızca yetişkinlere yönelik vaaz veya ders formatı üzerinden değil; aile, okul, medya kullanımı, mahremiyet, oyun, kötü alışkanlıklar ve gündelik ahlak gibi alanlara uyarlanmış biçimlerde de üretildiğini göstermektedir. Buradan hareketle çalışmanın ilerleyen bölümlerinde genç kitlelere erişim, doğrudan yaş tespiti iddiasıyla değil, açık kaynak içerik göstergeleri ve dijital temas mekanizmaları üzerinden ele alınacaktır. Dijital dini otorite, genç kitlelerle temas ve platformlar arası yönlendirme arasındaki bu ilişki Tablo 6’da özetlenmektedir.

---

<sup>26</sup> Gary R. Bunt, *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments* (London: Pluto Press, 2003); Bunt, *Islamic Algorithms*.

**Tablo 6. Dijitalleşme, Gençlik ve Selefi Ağlar Arasındaki Analitik Bağlantı**

Analitik boyut	YouTube veri setindeki gösterge	Çalışma açısından anlamı
<b>Dijital dini otorite</b>	Ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal ve canlı yayın formatları	Hoca, ders halkası ve dini rehberlik ilişkisinin dijital ortamda yeniden üretildiğini gösterir.
<b>Genç kitlelerle temas</b>	Çocuk içerikleri, okul, aile, mahremiyet, kötü alışkanlıklar, ilim talebi ve evlilik temaları	Gençlik temasının yalnızca doğrudan gençlere hitap eden videolarla değil, gündelik rehberlik başlıklarıyla da kurulduğunu gösterir.
<b>Aidiyet üretimi</b>	Yorum alanları, soru sorma pratikleri, hasbihal meclisleri, ümmet ve kardeşlik vurguları	İzleyicinin yalnızca içerik tüketicisi değil, aidiyet ilişkisi kuran bir katılımcı olarak konumlandığını gösterir.
<b>Platformlar arası yönlendirme</b>	Telegram, WhatsApp, web sitesi, kitap, dergi, PDF ve sosyal medya bağlantıları	YouTube görünürlüğünün daha geniş bir dijital ve çevrim dışı tebliğ ağına bağlandığını gösterir.
<b>Yöntemsel sınırlılık</b>	İzleyicilerin gerçek yaşı ve bireysel etkilenme düzeyi doğrulanamamaktadır	Bulguların doğrudan etki veya radikalleşme kanıtı olarak değil, temas kapasitesi ve görünürlük göstergesi olarak yorumlanması gerekir.

**Not:** Tablo 6, dijitalleşme, gençlik ve Selefi tebliğ ağları arasındaki ilişkiyi açık kaynak YouTube verileri üzerinden analitik olarak özetlemektedir. Buradaki göstergeler doğrudan radikalleşme veya etki kanıtı olarak değil, dijital dini otorite, aidiyet üretimi, genç kitlelerle temas ve platformlar arası yönlendirme kapasitesini değerlendirmek için kullanılmaktadır.

### 3. Analitik Çerçeve

Bu çalışma, YouTube üzerinden faaliyet gösteren Selefi dijital tebliğ aktörlerini abone sayısı, izlenme ve beğeni gibi teknik performans göstergeleriyle sınırlı kalmadan incelemeyi amaçlamaktadır. Analizde dijital görünürlük, dini otorite, söylem dolaşımı, platformlar arası yönlendirme ve çevrim içi-çevrim dışı ağ ilişkileri birlikte ele alınmaktadır. Bu nedenle YouTube verileri, doğrudan ideolojik etkiyi veya radikalleşmeyi ölçen göstergeler olarak değil; aktörlerin dijital görünürlük kapasitesi, içerik üretim sürekliliği, temas alanları ve ağ yapısı hakkında fikir veren açık kaynak göstergeleri olarak kullanılmaktadır.

Türkiye bağlamında dijital alanın araştırma sahası olarak kullanılması, daha önce Twitter verileri üzerinden Türkiye’de Selefilik inceleyen çalışmalarla da uyumludur. Yusuf Emre Tapan’ın Türkiye’de Selefilik Twitter sosyal ağ analizi üzerinden inceleyen çalışması, dijital mecraların yalnızca iletişim alanı değil, aynı zamanda söylem dolaşımı, aktör ilişkileri

ve ağ yapılarının analiz edilebildiği bir araştırma sahası olduğunu göstermektedir.<sup>27</sup> Benzer biçimde Batı literatüründe çevrim içi radikalleşme, çevrim içi aşırıcılık, propaganda dolaşımı ve platformlar arası hareketlilik üzerine yapılan çalışmalar da dijital verilerin açık kaynak araştırmaları için önemli bir analiz alanı sunduğunu ortaya koymaktadır.<sup>28</sup>

Abone sayısı, izlenme, beğeni ve video yükleme sıklığı gibi metrikler, aktörlerin dijital alanda ne ölçüde görünür olduğunu ve takipçi kitlesiyle ne kadar düzenli temas kurduğunu anlamaya yardımcı olmaktadır. Ancak bu metrikler tek başına etki, aidiyet veya ideolojik dönüşüm göstergesi olarak okunamaz. Bir kanalın yüksek abone sayısına sahip olması, onun görünürlük kapasitesini gösterirken; izleyici bağlılığı, içerikle kurulan anlam ilişkisi veya çevrim dışı davranışlar hakkında doğrudan sonuç üretmez. Dolayısıyla çalışmanın amacı yalnızca hangi kanalın daha fazla aboneye sahip olduğunu ortaya koymak değil; bu görünürlüğün hangi aktör tipi, hangi platform yapısı, hangi içerik üretim düzeni ve hangi çevrim dışı bağlantılarla birlikte oluştuğunu değerlendirmektir.

Dijital din çalışmalarında çevrim içi ve çevrim dışı alanlar çoğu zaman birbirinden tamamen ayrı değil, birbirini etkileyen alanlar olarak ele alınmaktadır. Heidi A. Campbell ve Ruth Tsuria’nın dijital din yaklaşımı, çevrim içi dini pratiklerin çevrim dışı dini bağlamlarla birlikte düşünülmesi gerektiğini vurgulamaktadır.<sup>29</sup> İncelenen aktörlerin YouTube kanallarının yanında dernek, medrese, yayınevi, kitabevi, Telegram kanalı, WhatsApp hattı veya web sitesi gibi bağlantılara sahip olması, dijital görünürlüğün bazı durumlarda çevrim dışı kurumsal ve toplumsal ağlarla desteklendiğini düşündürmektedir.

İnternetin radikalleşme veya şiddete varan aşırıcılık süreçlerindeki rolü de tek başına ve doğrudan bir neden-sonuç ilişkisi içinde değerlendirilmemelidir. Maura Conway’in çalışmaları ile Paul Gill, Emily Corner, Amy Thornton ve Maura Conway’in ortak araştırması, internetin bu süreçlerde tek başına belirleyici bir neden olarak değil; çevrim dışı ilişkiler, sosyal bağlamlar ve bireysel motivasyonlarla birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir.<sup>30</sup> Emre Çeliksoy ve Steve Ouma ile Ece Özyurt’un çalışmaları da internetin propaganda yayma, çevrim

---

<sup>27</sup> Yusuf Emre Tapan, *Turkish Salafism on Twitter: Social Network Analysis* (Master’s thesis, Middle East Technical University, 2019).

<sup>28</sup> Maura Conway, “Determining the Role of the Internet in Violent Extremism and Terrorism: Six Suggestions for Progressing Research,” *Studies in Conflict & Terrorism* 40, no. 1 (2017): 77-98, <https://doi.org/10.1080/1057610X.2016.1157408>; Paul Gill, Emily Corner, Amy Thornton, and Maura Conway, “What Are the Roles of the Internet in Terrorism? Measuring Online Behaviours of Convicted UK Terrorists,” VOX-Pol Network of Excellence, 2015; Karo, Divon, and Hallinan, “The TikTok Caliphate”; Lombardi et al., “Under the Radar.”

<sup>29</sup> Campbell and Tsuria, *Digital Religion*.

<sup>30</sup> Conway, “Determining the Role of the Internet in Violent Extremism and Terrorism”; Gill et al., “What Are the Roles of the Internet in Terrorism?”

içi eğitim, üye kazanma, planlama ve finansman gibi farklı amaçlarla kullanılabilirdi; ancak bu kullanımın çoğu durumda çevrim dışı faaliyetlerin yerine geçmekten ziyade onları tamamlayan bir unsur olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir.<sup>31</sup> Bu nedenle çalışmada YouTube metrikleri, radikalleşmeyi doğrudan ölçen veriler olarak değil, dijital görünürlük, temas kapasitesi ve söylem dolaşımına ilişkin açık kaynak göstergeler olarak değerlendirilmektedir.

Bu temkinli yaklaşım, radikalleşmeyi tek bir nedenin otomatik sonucu olarak görmeyen *Küvet Modeli* ile de uyumludur. *Küvet Modeli*, radikalleşmeye yol açan ideolojik, psikolojik ve kişisel motivasyonların zaman içinde birikmesini suyla dolan bir küvet metaforu üzerinden açıklar. Bu modelde farklı motivasyon alanları, bireyi belirli bir eşik noktasına yaklaştıran ayrı “*musluklar*” gibi işler. Ancak dijital çağda, bu modelin çevrim içi ve çevrim dışı temasları birlikte dikkate alacak biçimde okunması gerekir. Çünkü bireyler çoğu zaman tamamen yalıtılmış değildir; dijital ağlar, çevrim içi topluluklar, platform yönlendirmeleri, yankı odaları, aile ve sosyal çevre gibi ilişki bağları bu birikim sürecini hızlandırabilir, yönlendirebilir veya pekiştirebilir.<sup>32</sup>

Bu noktada *Onlife* yaklaşımı, *Küvet Modeli*’nin dijital çağ açısından yorumlanmasına katkı sunmaktadır. *Onlife* perspektifi, çevrim içi ve çevrim dışı hayatı birbirinden kesin çizgilerle ayrılmış iki farklı alan olarak görmeyen yetersiz kaldığını; dijital etkileşimlerin fiziksel, sosyal ve kurumsal ilişkilerle iç içe geçtiğini vurgulamaktadır. Bu çalışma açısından *Onlife* perspektifi, YouTube videoları, Telegram ve WhatsApp yönlendirmeleri, web siteleri, dernekler, medreseler, yayınevleri, ders halkaları ve yüz yüze meclislerin aynı tebliğ ekosisteminin farklı temas noktaları olarak değerlendirilmesine imkân tanımaktadır.<sup>33</sup>

Analitik yaklaşım dört temel kavramsal eksene dayanmaktadır: dijital görünürlük, dijital karizmatik otorite, sanal medrese işlevi ve çevrim içi-çevrim dışı hibrit ağ yapısı. Dijital görünürlük; abone sayısı, abone artışı, izlenme düzeyi, beğeni ortalaması ve video üretim sıklığı üzerinden aktörlerin takipçi kitlesine ne ölçüde ulaşabildiğini değerlendirmek için kullanılmaktadır. Dijital karizmatik otorite, özellikle şahıs merkezli kanalların takipçilerle kurduğu doğrudan bağ, kişisel anlatı, hitabet tarzı, soru-cevap pratiği ve süreklilik üzerinden nasıl görünürlük kazandığını yorumlamak için kullanılmaktadır. Bu çerçevede, Weberyen

---

<sup>31</sup> Emre Çeliksoy and Steve Ouma, “Terrorist Use of the Internet,” *Bilişim Hukuku Dergisi* 1, no. 2 (2019): 243-267; Ece Özyurt, *How Terrorist Organizations Use the Internet* (Master’s thesis, İhsan Doğramacı Bilkent University, 2021).

<sup>32</sup> Hilmi Demir, *Türkiye’de DEAŞ Radikalleşmesi, Kadın ve Gençlik Yapılanmaları ve Stratejik Dönüşüm*, ed. Hatice Varol-Dağdelen ve Zeynep Yıldız (Ankara: TEPAV, URAD ve Kanada Büyükelçiliği, 2026), 11-12.

<sup>33</sup> Demir ve Demir, *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme*.

karizmatik otorite tartışmalarının dijital platformlara uyarlanmasına da imkân tanımaktadır.<sup>34</sup> Sanal medrese işlevi, YouTube’un akide, fıkıh, hadis, tefsir, soru-cevap ve ders serileri aracılığıyla sürekli dini eğitim, içerik arşivi ve otorite üretim alanı olarak kullanılmasını ifade etmektedir. Hibrit ağ yapısı ise YouTube görünürlüğünün medrese, dernek, yayınevi, kitabevi, ders halkası, Telegram, WhatsApp ve web sitesi gibi farklı yapılarla nasıl ilişkilendirildiğini incelemeye imkân tanımaktadır.

Bu dört analitik eksen, dijital din literatürü ile Selefilik, DEAŞ radikalleşmesi, gençlik radikalleşmesi ve dijital ağlara ilişkin kavramsal çerçeve birlikte değerlendirilerek oluşturulmuştur. Bu bağlamda "sanal medrese", "dijital televizyon kanalı", "sosyo-ideolojik paket", "Selefi habitat", "dijital avlanma" ve "Onlife tebliğ" gibi kavramlar, YouTube merkezli Selefi tebliğ ağlarının yalnızca içerik üretimi açısından değil; aidiyet, otorite, genç kitlelerle temas kapasitesi, platformlar arası yönlendirme ve çevrim içi-çevrim dışı temas biçimleri bakımından da analiz edilmesine imkân tanımaktadır.<sup>35</sup>

Bu yaklaşım, çevrim içi İslami alanların yalnızca içerik paylaşımı üzerinden değil; dini otorite, kimlik, cemaat ilişkileri, bilgiye erişim ve platformlar arası geçişler üzerinden değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda YouTube kanalları, web siteleri, Telegram grupları, WhatsApp hatları, fiziki yayın ağları, dernekler ve medreseler birlikte ele alındığında, aktörlerin tek bir platformla sınırlı kalmadığı; daha geniş bir dijital dini çevre içinde konumlandığı görülmektedir.<sup>36</sup>

Bu çerçeve, Selefi dijital tebliğ ağlarını sayısal bir YouTube listesi olmanın yanı sıra dijital dini otorite, platform ekolojisi, genç kitlelerle temas kapasitesi ve hibrit ağ yapısı üzerinden incelenebilecek çok katmanlı bir iletişim alanı olarak ele almayı mümkün kılmaktadır. Bu katmanlı işleyiş Şekil 3’te özetlenmektedir.

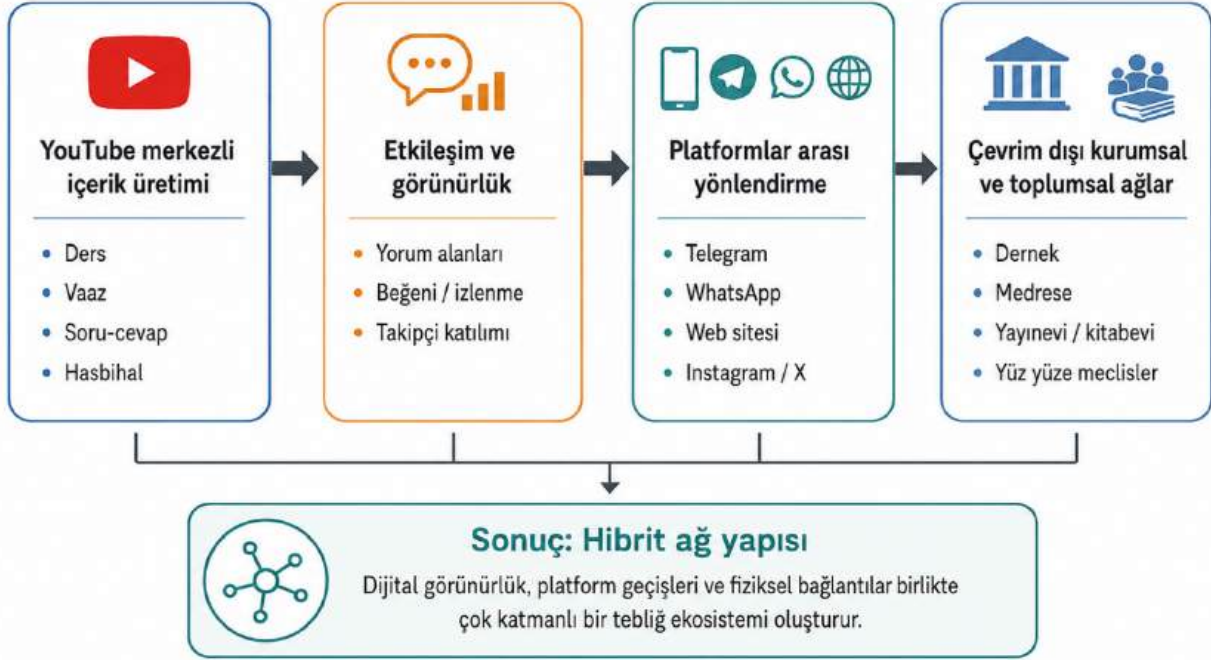
---

<sup>34</sup> Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, ed. Guenther Roth and Claus Wittich (Berkeley: University of California Press, 1978); Paul Joosse, “Max Weber’s Disciples: Theorizing the Charismatic Aristocracy,” *Sociological Theory* 35, no. 4 (2017): 334-358, <https://doi.org/10.1177/0735275117740402>.

<sup>35</sup> Hilmi Demir, “Selefi Radikalleşmesinde İdeolojinin Etkisi,” rapor metni, 2026; Demir ve Demir, *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme*.

<sup>36</sup> Bunt, *Islam in the Digital Age*; Bunt, *Islamic Algorithms*.

Şekil 3. Selefî Dijital Tebliğ Ekosisteminin Çok Katmanlı Yapısı



**Not:** Şekil 3, YouTube merkezli görünürlüğün içerik üretimi, kullanıcı etkileşimi, platform yönlendirmesi ve çevrim dışı bağlantılar aracılığıyla çok katmanlı bir dijital tebliğ ağına dönüştüğünü göstermektedir. Bu yapı, dijital tebliğin yalnızca video paylaşımından ibaret olmadığını; çevrim içi ve çevrim dışı temasların birlikte işlediği hibrit bir ağ içinde gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 3’te özetlenen katmanlı yapı, çalışmada kullanılan analiz boyutlarının belirlenmesine de temel oluşturmaktadır. Bu kapsamda dijital görünürlük, etkileşim kapasitesi, içerik üretim sürekliliği, otorite tipi, platform çeşitliliği, çevrim dışı bağlantılar, genç kitlelerle temas ve *Onlife* tebliğ gibi boyutlar birlikte değerlendirilmiştir. Analizde kullanılan temel boyutlar, göstergeler ve bu göstergelerin analitik anlamı Tablo 7’de sunulmaktadır.

Tablo 7. Selefi Dijital Tebliğ Ağlarının Analizinde Kullanılan Boyutlar ve Göstergeler

Analiz Boyutu	Kullanılan Gösterge	Analizdeki Anlamı
<b>Dijital görünürlük</b>	Abone sayısı, 2024 ve 2026 abone artış oranları	Kanalın erişim ve görünürlük kapasitesi
<b>Etkileşim kapasitesi</b>	Ortalama beğeni, izlenme ve yorum durumu	İzleyicinin içerikle kurduğu sınırlı ama ölçülebilir ilişki
<b>İçerik üretim sürekliliği</b>	Son 14 videoya göre video yükleme sıklığı	Kanalın aktiflik düzeyi ve izleyiciyle düzenli temas kapasitesi
<b>Otorite tipi</b>	Şahıs merkezli, kurumsal veya karma yapı	Dini otoritenin kişisel, kurumsal veya hibrit biçimde kurulması
<b>Platform çeşitliliği</b>	YouTube, Telegram, web sitesi, X, Instagram, WhatsApp	Ağın tek platforma bağımlı kalmayan esnek yapısı
<b>Çevrim dışı bağlantılar</b>	Medrese, dernek, yayınevi, kitabevi, dergi ağları	Dijital görünürlüğün fiziki zemin ve kurumsal bağlantılarla desteklenmesi
<b>Coğrafi yayılım</b>	Türkiye içi şehir merkezleri ve sınır dışı bağlantılar	Ağın yerel, ulusal veya ulusötesi niteliği
<b>Sanal medrese işlevi</b>	Akide, fıkıh, hadis, tefsir, soru cevap ve ders serileri	YouTube’un sürekli dini eğitim, içerik arşivi ve otorite üretim alanı olarak işlemesi
<b>Dijital televizyon kanalı işlevi</b>	Düzenli video yayını, seri içerikler, güncel konuşmalar ve yüksek izlenme kapasitesi	YouTube’un geleneksel medya benzeri sürekli yayın ve görünürlük mecrası olarak kullanılması
<b>Dijital aidiyet ekonomisi</b>	İhvan, kardeşler, ümmet, dava, sabır, fitne ve istikamet vurguları	Takipçilerde aidiyet, disiplin, ortak kimlik ve kolektif bağlılık hissi üretimi
<b>Gündelikleştirilmiş tebliğ dili</b>	Oyun, giyim, okul, aile, arkadaşlık, günah, tevbe ve gündelik davranışlara ilişkin başlıklar	Dini söylemin gençlerin gündelik hayat sorunlarına ve pratik kararlarına uyarlanması
<b>Genç kitlelerle temas kapasitesi</b>	Kısa formatlar, soru cevap içerikleri, gündelik başlıklar, sosyal medya yönlendirmeleri	Genç kullanıcılarla doğrudan, hızlı ve gündelik dil üzerinden temas kurma potansiyeli
<b>Onlife tebliğ</b>	YouTube, Telegram, WhatsApp, web sitesi, medrese, dernek, yayınevi ve ders halkası bağlantıları	Çevrim içi ve çevrim dışı dini temasların birbirinden ayrı değil, iç içe işlemesi
<b>Selefi habitat</b>	Medrese, dernek, yayınevi, kitabevi, mahalle, esnaf çevresi ve dijital platform bağlantıları	Dijital görünürlüğün fiziki, kurumsal ve sosyal çevreyle birlikte oluşması
<b>Platform geçişi</b>	YouTube’dan Telegram, WhatsApp, Instagram, X veya web sitesine yönlendirme	Açık platform görünürlüğünden daha kontrollü takipçi temasına geçiş kapasitesi

**Not:** Tablo 7, açık kaynak YouTube kanal verileri, kanal açıklamaları, bağlantılı sosyal medya hesapları, haber kaynakları ve aktörlere ilişkin kamuya açık bilgilerden hareketle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

## 4. Yöntem ve Veri Kaynakları

Bu çalışma, açık kaynaklardan elde edilen YouTube kanal verileri, kanal açıklamaları, bağlantılı sosyal medya hesapları, haber kaynakları ve aktörlere ilişkin kamuya açık bilgiler üzerinden hazırlanmıştır. Analizde 2024 ve 2026 yıllarına ait abone sayıları ve abone artış oranları dikkate alınmıştır. 2024 yılı verileri, Hilmi Demir’in önceki çalışması kapsamında oluşturulan veri setini başlangıç referansı olarak almakta; 2026 yılı verileri ise bu çalışma kapsamında açık kaynaklardan güncellenen mevcut görünürlük düzeylerini göstermektedir. Böylece çalışma, yalnızca anlık bir YouTube görünürlüğü fotoğrafı sunmakla kalmamakta, aktörlerin 2024-2026 dönemindeki dijital görünürlük değişimini de karşılaştırmalı olarak değerlendirmektedir. İçerik üretim sürekliliğini ve güncel performansı karşılaştırmalı biçimde inceleyebilmek için ise her kanalda son 14 video örneklem kesiti olarak alınmış; bu videolar üzerinden yükleme sıklığı, ortalama beğeni sayısı, izlenme verileri ve yorumların açık ya da kapalı olma durumu değerlendirilmiştir. Bu tercih, kanalların tüm arşivini temsil etme iddiası taşımamakta; aktörlerin son dönem görünürlük, etkileşim ve içerik üretim ritmine ilişkin karşılaştırılabilir açık kaynak göstergeler üretmeyi amaçlamaktadır. Dijital alanın araştırma sahası olarak seçilmesi, özellikle saha çalışmasının güvenlik, erişim ve süreklilik açısından zor olduğu konularda açık kaynak dijital verilerin tamamlayıcı bir araştırma imkânı sunmasıyla ilişkilidir. Türkiye bağlamında Tapan’ın Twitter verileri üzerinden Türkiye Selefiliğini sosyal ağ analiziyle incelemesi, dijital mecraların dini hareketler, söylem dolaşımı ve aktör ilişkileri açısından araştırma sahası olarak kullanılabileceğini göstermektedir.<sup>37</sup> Benzer biçimde Batı literatüründe Maura Conway’in çalışmaları, Paul Gill, Emily Corner, Amy Thornton ve Maura Conway’in ortak araştırması ile çevrim içi şiddet yanlısı politik aşırılık ve terörizm üzerine çalışan akademik bir araştırma ağı olan VOX-Pol Network of Excellence tarafından yayımlanan çalışmalar, internet verilerinin tek başına nedensel kanıt olarak değil; çevrim içi davranışlar, görünürlük, ağ yapıları ve propaganda dolaşımı hakkında açık kaynak göstergeler olarak kullanılabileceğini vurgulamaktadır.<sup>38</sup>

Bu yaklaşım, son dönemde TikTok, YouTube, X, Telegram ve benzeri platformlar üzerinde yapılan çevrim içi aşırılık ve propaganda çalışmalarında da görülmektedir. TikTok üzerine yapılan çalışmalar, kısa video formatlarının, algoritmik öneri sistemlerinin, platform estetiğinin ve kullanıcı etkileşimlerinin radikal veya şiddet yanlısı içeriklerin dolaşımında nasıl

---

<sup>37</sup> Tapan, *Turkish Salafism on Twitter*.

<sup>38</sup> Conway, “Determining the Role of the Internet in Violent Extremism and Terrorism”; Gill et al., “What Are the Roles of the Internet in Terrorism?”; VOX-Pol Network of Excellence, *Violent Extremism Online: Research and Policy Perspectives* (2023).

rol oynayabildiğini incelemektedir.<sup>39</sup> YouTube üzerine yapılan dijital din ve Selefi içerik çalışmaları ise video platformlarının yalnızca içerik paylaşım alanı değil, dini otorite, cemaat aidiyeti, ders arşivi ve platformlar arası yönlendirme ilişkileri açısından da incelenmesi gerektiğini göstermektedir.<sup>40</sup> Bu literatür, mevcut çalışmanın YouTube kanal verilerini hem nicel hem de nitel açık kaynak göstergeler olarak ele almasını desteklemektedir.

Bu yöntem, nicel ve nitel açık kaynak verilerinin birlikte değerlendirilmesine dayanmaktadır. Nicel veriler; abone sayıları, 2024 ve 2026 abone artış oranları, izlenme sayıları, beğeni ortalamaları ve video yükleme sıklıkları üzerinden aktörlerin dijital görünürlük kapasitesini değerlendirmek için kullanılmıştır. Nitel veriler ise kanal açıklamaları, video başlıkları, video açıklama alanları, bağlantılı sosyal medya hesapları, haber kaynakları, web siteleri, yorum alanları ve aktörlerin çevrim dışı bağlantılarına ilişkin kamuya açık bilgilerden oluşmaktadır. Böylece çalışma, YouTube performansını tek başına değil, daha geniş dijital ve fiziki ağ yapısı içinde yorumlamaktadır.

Çalışmada kullanılan YouTube verileri doğrudan ideolojik etki, takipçi bağlılığı veya radikalleşme düzeyi ölçümü olarak değerlendirilmemektedir. Abone sayısı, izlenme, beğeni ve yorum gibi metrikler, bir kanalın görünürlüğü ve potansiyel erişim kapasitesi hakkında fikir verebilir; ancak izleyicinin gerçek motivasyonu, içerikten nasıl etkilendiği veya çevrim dışı davranışları hakkında kesin sonuçlar üretmez. Bu nedenle çalışma, dijital metrikleri nedensel etki göstergesi olarak değil, açık kaynak görünürlük ve temas kapasitesi göstergeleri olarak ele almaktadır.

Veri toplama sürecinde kanalların resmi YouTube sayfaları, kanal açıklamaları, video başlıkları, son 14 videoya ilişkin yükleme sıklığı, izlenme ve beğeni verileri, yorumların açık veya kapalı olma durumu ve açıklama alanlarında yer alan platform bağlantıları incelenmiştir. Buna ek olarak, aktörlerin web sitesi, Telegram, WhatsApp, X, Instagram, Facebook, yayınevi, dergi, kitabevi, medrese veya dernek bağlantılarına ilişkin kamuya açık bilgiler değerlendirilmiştir. Bu veriler, aktörlerin yalnızca YouTube içindeki performansını değil, YouTube dışındaki dijital ve çevrim dışı ağlarla kurduğu ilişkileri de analiz etmeye imkân tanımaktadır.

Çalışmada yorum alanları yalnızca sınırlı bir nitel gösterge olarak kullanılmıştır. Yorumlar, izleyici tepkileri, aidiyet ifadeleri, soru sorma pratikleri ve kişisel dönüşüm anlatıları hakkında ipuçları sunabilse de kullanıcıların yaşı, kimliği, samimiyeti veya çevrim dışı

---

<sup>39</sup> Karo, Divon, and Hallinan, “The TikTok Caliphate”; Lombardi et al., “Under the Radar.”

<sup>40</sup> Stadlbauer, ““Rewriting the Script””; Guhl and Comerford, *Understanding the Salafi Online Ecosystem*.

davranışları doğrulanmamaktadır. Bu nedenle yorumlar doğrudan etki kanıtı olarak değil, söylemsel alımlama ve etkileşim göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Bu yöntemsel yaklaşım, Selefi dijital tebliğ ağlarını yalnızca sayısal performans metrikleri üzerinden değil; içerik temaları, otorite biçimleri, platform çeşitliliği, çevrim dışı bağlantılar, genç kitlelerle temas kapasitesi ve coğrafi yayılım göstergeleriyle birlikte analiz etmeyi amaçlamaktadır. Böylece çalışma, YouTube merkezli açık kaynak verileri daha geniş bir dijital din, platform ekolojisi ve hibrit ağ analizi çerçevesi içinde değerlendirmektedir.

Bu çerçevede oluşturulan veri seti, yalnızca abone sayısı veya video sayısı gibi temel performans göstergeleriyle sınırlı değildir. Aktör kimliği, kanal bağlantıları, 2024-2026 abone değişimi, son dönem görünürlük performansı, içerik üretim sıklığı, yorum durumu, haber bağlantıları, platformlar arası yönlendirmeler, çevrim dışı bağlantı göstergeleri ve analitik kodlama değişkenleri birlikte değerlendirilmiştir. Veri setinde yer alan temel değişken grupları ve bu değişkenlerin analitik işlevleri Tablo 8’de gösterilmektedir.

**Tablo 8. Veri Setinin Kapsamı ve Kodlanan Temel Değişkenler**

 DEĞİŞKEN GRUBU	 KODLANAN DEĞİŞKENLER	 ANALİTİK İŞLEVI
 Aktör kimliği	Ad soyad, müstear ad, YouTube kanal adı, kanal bağlantısı	Aktörün dijital görünürlüğünün hangi kişi, kurum veya kanal adı üzerinden kurulduğunu gösterir.
 Dijital görünürlük	2024 abone sayısı, 2026 abone sayısı, abone artış oranı	Kanalın zaman içindeki erişim kapasitesini ve büyüme eğilimini değerlendirmeye imkân verir.
 Güncel performans	Son 14 gün görüntülenme sayısı, son 14 gün abone artışı, ortalama beğeni, ortalama yorum	Kanalın yalnızca toplam abone gücünü değil, güncel görünürlük ve etkileşim kapasitesini de gösterir.
 İçerik üretim sürekliliği	Son 14 videoya göre yükleme sıklığı, toplam video sayısı, kanal oluşturulma tarihi	Kanalın aktiflik düzeyini, arşiv kapasitesini ve takipçiyile düzenli temas kurma potansiyelini gösterir.
 Platform bağlantıları	Web sitesi, Telegram, WhatsApp, X (Twitter), Instagram, Facebook, kitap, dergi, yayın evi veya ders bağlantıları	YouTube kanalının daha geniş bir platformlar arası tebliğ ağına bağlanıp bağlanmadığını gösterir.
 Kurumsal ve mekânsal bağlantılar	Dernek, vakıf, medrese, kitabevi, yayın evi, şehir veya sınır dışı bağlantı göstergeleri	Dijital görünürlüğün çevrim dışı kurumsal veya mekânsal ağlarla ilişkisini değerlendirmeye imkân verir.
 Açık kaynak bağlamı	Hakkında haber, haber özeti, kamuya açık bağlantılar	Aktörlerin kamuya yansıyan tartışmalar, haberler veya güvenlik bağlantılarıyla ilişkisini sınırlı açık kaynak göstergesi olarak sunar.
 Analitik kodlama	Otorite tipi, sanal medrese işlevi, dijital televizyon işlevi, gençlik teması, platform geçişi	Sayısal YouTube verilerinin nitel ve kavramsal analizle birlikte yorumlanmasını sağlar.

**Not:** Tablo 8, çalışma kapsamında oluşturulan YouTube veri setindeki değişkenler esas alınarak hazırlanmıştır. Değişkenler, doğrudan etki veya radikalleşme kanıtı olarak değil, açık

kaynak görünürlük, temas kapasitesi, platform bağlantısı ve dijital otorite üretimi göstergeleri olarak değerlendirilmelidir.

### 5. Dijital Görünürlük ve İçerik Üretim Sürekliliği

İlk analiz boyutu olan dijital görünürlük, kanalların abone sayıları, 2024 ile 2026 yılları arasındaki abone değişimi, video yükleme sıklığı, izlenme düzeyi ve ortalama beğeni sayıları üzerinden değerlendirilmektedir. Abone sayısı, bir kanalın yerleşik takipçi tabanı ve potansiyel erişim kapasitesi hakkında fikir veren önemli bir göstergedir. Ancak abone sayısı tek başına güncel etki, izleyici bağlılığı veya ideolojik dönüşüm düzeyini açıklamak için yeterli değildir. Bu nedenle çalışmada abone sayıları, içerik üretim sürekliliği, izlenme performansı, beğeni ortalaması ve platform dışı ağ bağlantılarıyla birlikte ele alınmaktadır.

Veriler incelendiğinde, incelenen kanalların YouTube görünürlüğü bakımından homojen bir yapı oluşturmadığı görülmektedir. Halis Bayancuk, Vasat Kitabevi, İnfitar ve Tevhid Kuşağı gibi yüksek abone sayılarına sahip kanallar daha geniş bir görünürlük alanına sahipken bazı kanallar daha sınırlı fakat niş izleyici gruplarına hitap etmektedir. Bu farklılık, Selefî dijital tebliğ aktörlerinin tek tip bir dijital erişim kapasitesine sahip olmadığını; bazı aktörlerin geniş takipçi tabanına, bazılarının ise daha dar ancak düzenli takipçi topluluklarına yöneldiğini göstermektedir. Bu nedenle video yükleme sıklığı, ortalama beğeni sayısı, izlenme performansı ve platformlar arası yönlendirme ağları, abone sayısını tamamlayan açık kaynak göstergeler olarak değerlendirilmiştir.

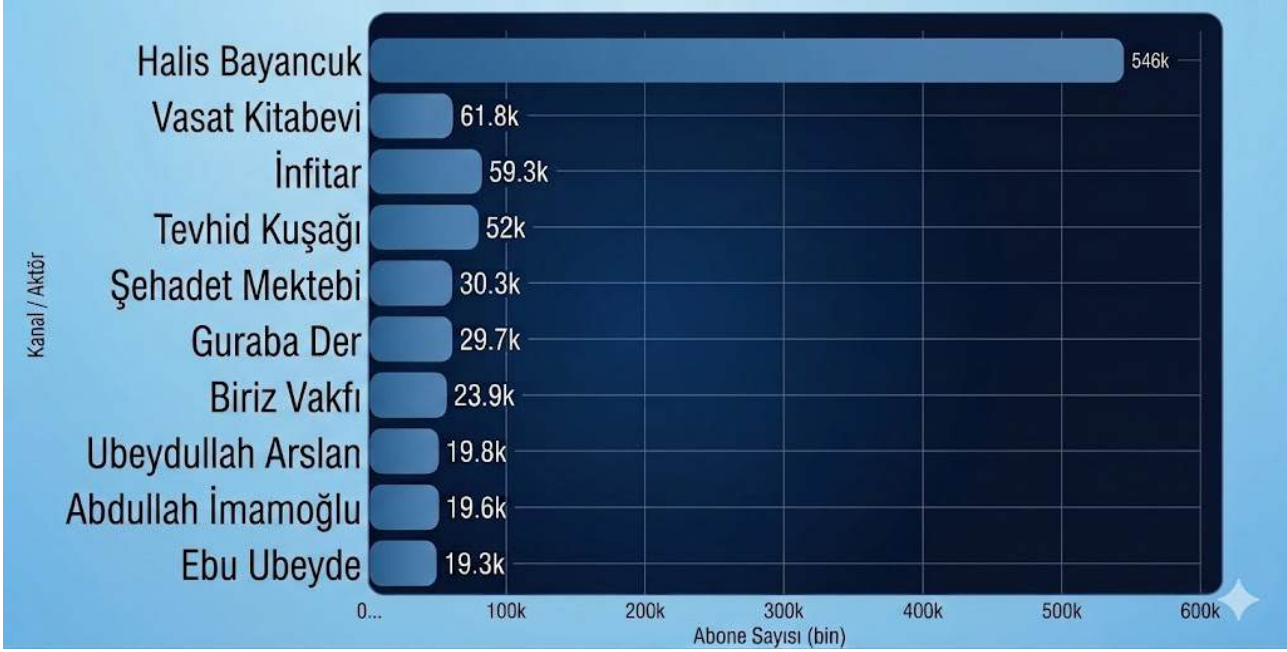
Kamuya açık YouTube verileri, düzenli içerik üretimi ile dijital görünürlük arasında bir ilişki olabileceğini düşündürmektedir. Örneğin Halis Bayancuk kanalının günlük içerik üretimine yakın bir yükleme sıklığına sahip olması ve son dönemde yüksek izlenme düzeyine ulaşması, kanalın incelenen ağ içinde yüksek görünürlük elde eden aktörlerden biri olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte bu görünürlüğün yalnızca video sıklığıyla açıklanamayacağı; abone tabanı, takipçi sadakati, gündemle ilişki kurma biçimi ve platform dışı bağlantılarla birlikte değerlendirilmesi gerektiği açıktır.

Abone artış oranları incelendiğinde, kanallar arasında büyüme hızlarının ve içerik üretim ritimlerinin önemli ölçüde farklılaştığı görülmektedir. Bazı kanallar yüksek abone tabanına sahip olduğu halde büyümesini sürdürürken bazı daha küçük veya orta ölçekli kanallar daha yüksek büyüme oranları göstermektedir. Buna karşılık bazı kanallarda sınırlı düşüş veya durağanlaşma eğilimi görülmektedir. Bu durum, günlük veya haftalık içerik üreten aktif kanallar ile daha uzun aralıklarla içerik üreten durağan kanalların aynı görünürlük kapasitesi

içinde değerlendirilmemesi gerektiğini göstermektedir. Dolayısıyla içerik üretim sürekliliği, dijital görünürlükle ilişkili önemli bir değişken olarak ele alınmalıdır.

Dijital görünürlük bakımından ilk dikkat çeken unsur, incelenen kanallar arasında abone sayılarının oldukça eşitsiz dağılmasıdır. Bazı kanallar çok yüksek takipçi tabanına sahipken bazıları daha sınırlı fakat büyüme eğilimi gösteren niş izleyici gruplarına hitap etmektedir. 2026 yılı itibarıyla en görünür kanallar Şekil 4’te gösterilmektedir.

**Şekil 4. 2026 Abone Sayısına Göre En Görünür Kanallar**



**Not:** Şekil 4, veri setinde yer alan seçili kanalların 2026 yılı itibarıyla abone sayılarına göre dijital görünürlük düzeylerini göstermektedir. Abone sayısı, doğrudan etki veya izleyici bağlılığı göstergesi olarak değil, kanalın açık kaynak dijital görünürlük ve potansiyel erişim kapasitesine ilişkin sınırlı bir gösterge olarak değerlendirilmelidir.

Şekil 4, incelenen kanallar arasında Halis Bayancuk kanalının açık biçimde en yüksek abone sayısına sahip olduğunu, buna karşılık diğer kanalların daha düşük fakat farklılaşan görünürlük düzeyleri sergilediğini göstermektedir. Ancak dijital görünürlüğü yalnızca abone sayısı üzerinden değerlendirmek yeterli değildir. Abone değişim oranı, video yükleme sıklığı, izlenme performansı, ortalama beğeni ve yorum durumu gibi göstergeler de kanalın güncel aktiflik düzeyini anlamak açısından önemlidir. Aktör bazlı abone sayıları, büyüme oranları ve son dönem performans göstergeleri Tablo 9’da sunulmaktadır.

Tablo 9. Aktör Bazlı Abone Sayıları, Büyüme Oranları ve Performans Metrikleri, 2024-

Aktör / YouTube kanal adı	2024 abone, bin	2026 abone, bin	Oransal değişim	Son 14 video yükleme sıklığı / performans	Trend ve performans durumu
 Halis Bayancuk, Halis Bayancuk Hoca	434	546	%25,81	Günlük, yaklaşık 1 video / Son 14 gün 4,4 milyon izlenme	 Yüksek görünürlük / Düzenli içerik üretimi
 Ramazan Oral, Vasat Kitabevi	63,9	61,8	%-3,28	Yaklaşık 35 günde 1 video / Ortalama beğeni: 2.355	 Gerileme / Durağan görünüm
 Recep Baltacı, Sahih İslam Tevhidi Hareket	NA	56,4	NA	Yaklaşık 44 günde 1 video / Yorumlar kapalı	 Sınır dışı bağlantılı görünür aktör
 Mehmet Emin Akın, Medarik	NA	5,7	%222,60	Yaklaşık 6,4 günde 1 video / Ortalama beğeni: 59	 Yüksek artış / Düzenli içerik üretimi
 Hüseyin Cinsli, Tevhidler ve Sünnet	5,07	9,49	%87,17	Yaklaşık günlük düzenli yükleme / Ortalama beğeni: 53	 Yüksek artış / Aktif profil
 İlyas Aydın, Ebu Ubeyde Hoca	14,5	19,3	%33,10	Yaklaşık 30,5 günde 1 video / Ortalama beğeni: 274	 İstikrarlı artış / Geniş periyot
 Murat Gezenler, Şehadet Mektebi	25,2	30,3	%20,24	Yaklaşık 11 günde 1 video / Ortalama beğeni: 193	 Düzenli takip / Orta büyüme
 Musab Köylüoğlu, Rahmet TV	7,58	7,57	%0,13	Yaklaşık 56 günde 1 video / Ortalama beğeni: 72	 Durağanlaşma
 Taceddin Bayburdi, Tacuddin el Bayburdi	NA	0,557	NA	Yaklaşık 7,9 günde 1 video / Ortalama beğeni: 9	 Mikro kanal / Sınırlı erişim

**Not:** Veriler, 2024 ile 2026 yılları arasındaki açık kaynak YouTube metrikleri ve ilgili kanalların veri tabloları üzerinden derlenmiş ve hesaplanmıştır. NA, ilgili yıl için karşılaştırılabilir verinin bulunmadığını ifade etmektedir.

Tablo 9’da yer alan göstergeler, seçili aktörlerin abone büyüklüğü, büyüme oranı ve içerik üretim performansı bakımından farklılaştığını göstermektedir. Bununla birlikte daha geniş veri seti, kanalların yalnızca mevcut abone büyüklükleriyle değil, zaman içindeki büyüme eğilimleriyle de ayrıştığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle 2024-2026 dönemindeki abone değişimi ayrıca gruplandırılmıştır. Büyüme eğilimlerine göre kanal grupları Tablo 10’da gösterilmektedir.

Tablo 10. 2024-2026 Döneminde Abone Büyüme Eğilimlerine Göre Kanal Grupları

Büyüme segmenti	Aktör / Kanal	2024-2026 Değişim	Analitik değerlendirme
 Yüksek büyüme gösteren kanallar	Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği	<b>+%87,17</b>	Kurumsal ve ders merkezli yapıların, düşük/orta ölçekli abone tabanından hızlı büyüme gösterebildiğini göstermektedir.
 Yüksek büyüme gösteren kanallar	Ebu Übeyde Hoca	<b>+%33,10</b>	Şahıs merkezli otoritenin daha geniş aralıklarla içerik üretse dahi istikrarlı büyüme sağlayabildiğini göstermektedir.
 Yüksek görünürlük ve büyüme birlikte	Halis Bayancuk Hoca	<b>+%25,81</b>	Veri setindeki en yüksek abone tabanına sahip kanal olmasına rağmen büyümesini sürdürmesi, güçlü yerleşik takipçi ağı ve düzenli içerik üretimiyle ilişkilendirilebilir.
 Yüksek büyüme gösteren kanallar	Şehadet Mektebi	<b>+%20,24</b>	Ders-medrese merkezli kurumsal görünürlüğün orta ölçekli fakat büyüyen bir dijital takipçi alanı oluşturduğunu göstermektedir.
 Orta düzey büyüme gösteren kanallar	Abdullah İmamoğlu	<b>+%12,64</b>	Gençlik, sistem eleştirisi ve toplumsal ahlak temaları üzerinden görünürlük kazanan aktörler arasında orta düzey büyüme görülmektedir.
 Orta düzey büyüme gösteren kanallar	Yarpuz İslami İlimler Araştırma Merkezi	<b>+%12,30</b>	Kurumsal dini eğitim ve ilim halkası temelli yapıların sınırlı fakat istikrarlı büyüme gösterebildiğini düşündürmektedir.
 Orta düzey büyüme gösteren kanallar	Davet Minberi	<b>+%7,58</b>	Dijital yayın ve platform bağlantıları üzerinden orta düzey görünürlük artışı gösteren örneklerden biridir.
 Orta düzey büyüme gösteren kanallar	Mehmet Emin Akın	<b>+%7,58</b>	Şahıs merkezli dini anlatımın küçük/orta ölçekli takipçi tabanında büyüme üretebildiğini göstermektedir.
 Orta düzey büyüme gösteren kanallar	Zerka Medresesi	<b>+%6,52</b>	Medrese/ders merkezi görünürlüğünün istikrarlı fakat sınırlı büyüme eğilimi taşıdığını göstermektedir.
 Orta düzey büyüme gösteren kanallar	Guraba Der	<b>+%6,45</b>	Dernek kimliği ve ders arşivi üzerinden kurumsal görünürlüğün sürdüğünü göstermektedir.
 Orta düzey büyüme gösteren kanallar	İnfitar	<b>+%5,14</b>	Yüksek abone tabanına yakın bir kanalın sınırlı fakat pozitif büyüme eğilimini koruduğunu göstermektedir.
 Sınırlı büyüme gösteren kanallar	ULUDER - Uludağ İslami Eğitim ve Araştırma Derneği	<b>+%2,67</b>	Daha dar ölçekli kurumsal yapılarda sınırlı büyüme eğilimi görülmektedir.
 Sınırlı büyüme gösteren kanallar	İslam Davetçisi Ubeydullah Arslan	<b>+%1,02</b>	Takipçi tabanını büyük ölçüde koruyan, sınırlı büyüme gösteren aktörlerden biridir.
 Sınırlı büyüme gösteren kanallar	Feyzullah Bınşık	<b>+%0,77</b>	Takipçi tabanı bakımından durağana yakın bir görünüm sergilemektedir.
 Durağan veya gerileyen kanallar	Rahmet TV	<b>%-0,13</b>	Abone sayısı bakımından neredeyse durağan bir görünüm sergilemektedir.
 Durağan veya gerileyen kanallar	Vasat Kitabevi	<b>%-3,28</b>	Geniş takipçi tabanına rağmen gerileme eğilimi, içerik üretim sürekliliği ve güncel görünürlük açısından ayrıca değerlendirilmelidir.

**Not** Büyüme oranları, veri setinde yer alan 2024 ve 2026 abone sayıları üzerinden hesaplanan değişim oranlarına dayanmaktadır. Bu oranlar, doğrudan etki veya izleyici bağlılığı göstergesi olarak değil, açık kaynak dijital görünürlük ve takipçi tabanı değişimi göstergesi olarak değerlendirilmelidir.

Tablo 10, incelenen kanalların dijital görünürlüğünün toplam abone sayısı ile açıklanmasının yeterli olmadığını göstermektedir. Halis Bayancuk kanalı gibi yüksek abone tabanına sahip aktörler görünürlük bakımından baskın konumda olmakla birlikte, Tevhid ve Sunnet İlimlerini Yayma Derneği, Ebu Ubeyde Hoca ve Şehadet Mektebi gibi daha düşük veya orta ölçekli kanalların daha yüksek büyüme oranları sergilemesi dikkat çekmektedir. Bu durum, dijital tebliğ ağlarında hem yerleşik büyük aktörlerin hem de daha sınırlı takipçi tabanına sahip fakat büyüme eğilimi gösteren aktörlerin birlikte izlenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu bölümdeki bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, Selefi dijital tebliğ aktörlerinin YouTube üzerindeki görünürlüğünün takipçi sayısının yanı sıra aktiflik düzeyi, içerik üretim düzeni, izleyici etkileşimi, büyüme eğilimi ve platform mantığına uyum kapasitesine bağlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle dijital görünürlük, tek başına nicel büyüklük üzerinden değil; abone tabanı, büyüme hızı, içerik sürekliliği ve platformlar arası bağlantılarla birlikte değerlendirilmelidir. Bununla birlikte, 2024-2026 döneminde YouTube verilerinde görülen dijital büyüme eğilimleri, toplumdaki Selefi aidiyet oranındaki değişimin doğrudan dijital karşılığı olarak yorumlanmamalıdır. TEPAV araştırmasında 2016-2020 döneminde kendisini Selefi olarak tanımlayanların oranındaki sınırlı fakat dikkat çekici artış, Türkiye’de Selefi aidiyetin toplumsal görünürlüğüne ilişkin bir bağlam sunmaktadır.<sup>41</sup> Buna karşılık bu çalışmadaki 2024-2026 YouTube verileri, aktörlerin dijital görünürlüğünü, abone tabanı değişimini ve içerik üretim sürekliliğini göstermektedir. Dolayısıyla iki veri seti arasında doğrudan nedensel bir ilişki kurulamaz; ancak toplumsal aidiyet görünürlüğü ile dijital görünürlük kapasitesi arasındaki olası paralellikler ve ayrışmalar karşılaştırmalı olarak değerlendirilebilir.

### **6. İçerik ve Söylem Temaları**

Bu bölümde incelenen içerik ve söylem temaları, yalnızca kanal içi dini anlatılar olarak değil, Türkiye’deki genel dini otorite, çoğulculuk, tarikat algısı ve laik-demokratik düzene

---

<sup>41</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 93, Şekil 89.

ilişkin toplumsal eğilimlerle karşılaştırmalı olarak da ele alınabilir. TEPAV araştırması, Türkiye toplumunda resmi dini otoriteye güvenin tamamen ortadan kalkmadığını, laik ve demokratik düzene yönelik memnuniyetin yüksek düzeyde seyrettiğini göstermektedir.<sup>42</sup> Bununla birlikte araştırma, farklı inanç ve yaşam tarzlarına yönelik sosyal mesafe eğilimlerinin de varlığını koruduğuna işaret etmektedir.<sup>43</sup> Bu bağlam, YouTube veri setinde görülen Diyanet eleştirisi, laik sistem eleştirisi, tarikat ve tasavvuf karşıtlığı, hak-batıl, sünnet-bidat, tevhid-şirk ve ümmet-düşman karşıtlıklarının toplumun genel eğilimleriyle doğrudan özdeşleştirilmeden, belirli dijital dini çevrelerde dolaşıma giren daha keskin bir sınır çizme dili olarak analiz edilmesini mümkün kılmaktadır.

İncelenen kanalların önemli bir kısmı, yalnızca tekil vaaz veya gündem yorumları üretmemekte; akide, tevhid, fıkıh, hadis, tefsir ve soru-cevap içerikleriyle süreklilik arz eden bir dini eğitim alanı oluşturmaktadır. Bu nedenle YouTube, bazı aktörler açısından bir “sanal medrese” işlevi görmektedir. Bu yapı içinde video içerikleri yalnızca izlenen medya ürünleri değil, aynı zamanda arşivlenen, tekrar tekrar erişilebilen ve takipçiyle düzenli temas kuran dijital ders materyalleri olarak değerlendirilebilir.<sup>44</sup>

Kanal performans verilerinin yanında, video başlıkları ve içerik temaları da aktörlerin hangi söylem stratejileriyle izleyici kitlesine ulaştığını anlamak açısından önemlidir. İncelenen kanallarda “tevhid”, “akide”, “şirk”, “tağut”, “hâkimiyet”, “hadis inkarcılığı”, “Diyanet eleştirisi”, “tasavvuf karşıtlığı”, “güncel krizlere tepki”, “ümmet vurgusu”, “dini eğitim”, “günah”, “tevbe”, “aile”, “arkadaş çevresi” ve “gençlik” gibi temaların öne çıktığı görülmektedir. Bu temalar, kanalların yalnızca dini bilgi aktarımıyla sınırlı kalmadığını; belirli bir dünya görüşü, aidiyet vurgusu, sınır çizme dili, şeytanlaştırma, karşıtlık ve ötekileştirme çerçevesi etrafında şekillenen söylemler de içerdiğini düşündürmektedir.

Çevrim içi Selefi ekosistem üzerine yapılan çalışmalar, bu içeriklerin önemli bir bölümünün kimlik oluşumu, genel dini kavramlar ve pratik dini rehberlik etrafında şekillendiğini; buna karşılık bazı içeriklerde dışlayıcı, düşmanlaştırıcı veya toplumsal kopuşu besleyen söylem örüntülerinin de görülebildiğini göstermektedir.<sup>45</sup> Bu nedenle içerik ve söylem temaları, doğrudan etki iddiası kurmadan, dijital görünürlüğün hangi anlatılar, kimlik

---

<sup>42</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 47-50, Şekil 43-49.

<sup>43</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 55-59, Şekil 54-58.

<sup>44</sup> Hilmi Demir, “Selefi Radikalleşmesinde İdeolojinin Etkisi,” rapor metni 2026; Demir ve Demir, *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme*.

<sup>45</sup> Guhl and Comerford, *Understanding the Salafi Online Ecosystem*.

sınırları ve gündelik rehberlik biçimleri üzerinden kurulduğunu anlamak için analiz edilmelidir.

Bu çerçevede incelenen video başlıklarında öne çıkan temel içerik ve söylem temaları ile bu temaların analitik anlamı Tablo 11’de gösterilmektedir.

**Tablo 11. İçerik ve Anlam Temalarının Analitik Anlamı**

TEMA	ANALİZDEKİ ANLAMI
Tevhid, akide, şirk, tağut, hâkimiyet	Temel doktriner çerçeveyi, sınır çizme dilini ve dini otorite iddiasını gösterir.
Diyanet, tasavvuf, Şia, hadis inkârcılığı eleştirileri	“Biz’ ve ‘onlar’ ayrımını, karşı otorite üretimini ve polemikçi söylem alanını gösterir.
Gazze, İsrail, okul saldırıları, güncel krizler	Güncel olayların dini ve siyasi yorum çerçevesi içinde nasıl anlamlandırıldığını gösterir.
Tefsir, hadis, fıkıh ve soru-cevap dersleri	Sanal medrese işlevini, sürekli dini eğitim ve takipçi bağlılığı üretimini gösterir.
Ümmet, zulüm, sabır, şehadet, dava	Duygusal mobilizasyonu, kolektif aidiyet dilini ve ortak kimlik üretimini gösterir.
Gençlik, günah, tevbe, aile, arkadaş çevresi ve gündelik hayat	Gündelikleştirilmiş tebliğ dilini ve genç kitlelerle temas kapasitesini gösterir.

**Not:** Tablo 11, incelenen video başlıkları ve kanal içeriklerinde öne çıkan temalardan hareketle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 11, incelenen içeriklerin yalnızca doktriner dini başlıklar üzerinden değil, aynı zamanda güncel krizler, aidiyet dili, aile, gençlik, günah, tevbe ve gündelik hayat gibi daha geniş alanlar üzerinden de şekillendiğini göstermektedir. Bu nedenle içerik ve söylem analizi, ne söylendiğinin yanında bu söylemin hangi kullanıcı ihtiyaçlarına, hangi aidiyet biçimlerine ve hangi gündelik rehberlik arayışlarına cevap verdiğine odaklanmalıdır. Aşağıdaki alt bölümlerde bu temalar, kesinlik söylemi, aidiyet üretimi, duygusal mobilizasyon ve gündelikleştirilmiş tebliğ dili üzerinden daha ayrıntılı biçimde ele alınmaktadır.

### 6.1. Siyah-Beyaz Dikotomi ve Kesinlik Söylemi

İncelenen içeriklerde öne çıkan söylem biçimlerinden biri, dini ve toplumsal meselelerin çoğu zaman keskin karşıtlıklar üzerinden kurulmasıdır. “Tevhid-şirk”, “hak-batıl”, “helal-haram”, “iman-küfür”, “sünnet-bidat” ve “ümmet-düşman” ayrımları, yalnızca doktriner bir sınıflandırma değil, aynı zamanda takipçiye dünyayı anlamlandırabileceği net bir

ahlaki harita sunmaktadır. Bu tür ikili karşıtlıklar, belirsizlik ve karmaşıklık içeren modern gündelik hayat içinde kesin cevap arayan kullanıcılar açısından güçlü bir rehberlik işlevi görebilmektedir.

Gençlerin bu tür kesinlik söylemlerine yönelmesinin arkasında, modern toplumların karmaşık, belirsiz ve parçalanmış yapısı içinde güçlü bir kimlik ve aidiyet bulma ihtiyacı bulunmaktadır. Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemi, kimlik arayışının ve aidiyet ihtiyacının yoğunlaştığı bir dönemdir. Bu dönemde helal-haram, temiz-kirli, doğru-yanlış gibi net ayrımlar, bazı gençler için karmaşık bir dünyada nasıl yaşanması gerektiğine dair düzenleyici bir çerçeve sunabilmektedir.

Çevrim içi Selefi ekosisteme ilişkin karşılaştırmalı çalışmalar da bu kesinlik arayışının özellikle genç kullanıcılar açısından önemli olduğunu göstermektedir. Bazı çevrim içi vaizlerin Fortnite oyunu, süpermarkette çalışma, kaş alma, havuza gitme veya gündelik tüketim alışkanlıkları gibi konuları dini hüküm çerçevesinde yorumlaması, dini rehberliğin yalnızca büyük teolojik meselelerle sınırlı kalmadığını; gündelik hayatın çok sıradan görünen alanlarına kadar genişleyebildiğini göstermektedir.<sup>46</sup>

Bu çalışmada incelenen YouTube kanallarında da benzer biçimde okul, aile, telefon oyunları, arkadaş çevresi, mahremiyet, kadın erkek ilişkileri, günah, tevbe, ilim talebi ve evlilik gibi gündelik konuların dini rehberlik başlıkları haline geldiği görülmektedir. Bu durum, dijital tebliğ dilinin genç kullanıcıların gündelik kararlarına, aile içi sorunlarına, okul deneyimlerine ve sosyal medya pratiklerine doğrudan temas ettiğini göstermektedir. Ancak bu temas, tek başına radikalleşme göstergesi olarak okunmamalıdır. Daha doğru bir ifadeyle bu içerikler, gençlerin kesinlik, aidiyet ve rehberlik arayışına cevap veren normatif bir dini çerçeve üretmektedir.

Siyah-beyaz dikotomi aynı zamanda güçlü bir sınır çizme dilidir. Bu dil, bir yandan takipçiye neyin doğru, temiz, helal veya sahih olduğunu gösterirken diğer yandan neyin sapma, bidat, şirk, tağut veya yozlaşma olarak görüldüğünü de belirler. Böylece dini söylem yalnızca bilgi aktarma işlevi görmez; aynı zamanda takipçiye hangi gruba ait olduğunu, hangi otoritelerden uzak durması gerektiğini ve hangi toplumsal pratiklere mesafe koyması gerektiğini söyleyen bir aidiyet haritası üretir.

Bu noktada bireysel radikalleşme örnekleri temkinli biçimde değerlendirilmelidir. İzmir’de 16 yaşındaki DEAŞ bağlantılı saldırganın bazı Selefi vaizlerin videolarını izlediğinin

---

<sup>46</sup> Guhl and Comerford, *Understanding the Salafi Online Ecosystem*; Anja Zalta, “Online Salafism: The Tension to (Co)Exist in Religious and Ideological Plurality,” *Poligrafi* 30, no. 119-120 (2025): 219-239.

ve bu içeriklerden etkilendiğini ifade ettiğinin haberleştirilmesi, dijital dini içeriklerin bazı genç kullanıcılar açısından referans noktası haline gelebildiğine işaret etmektedir. Ancak bu tür örnekler, tek başına doğrudan nedensellik kurmak için yeterli değildir. Bu nedenle açık kaynak göstergeler, ancak bireysel bağlam, sosyal çevre, ideolojik süreç ve çevrim dışı ilişkilerle birlikte değerlendirilmelidir.

### 6.2. Al Ghuraba, Aidiyet ve Karşı-Kültür Çekiciliği

Siyah-beyaz kesinlik söylemi, bazı içeriklerde “yabancı”, “dışlanmış” veya ana akım toplumdaki ayrılmış olma hissiyle birlikte işlemektedir. İslami gelenekteki “Al Ghuraba” kavramı, modern dünyanın yozlaşmışlığı karşısında hakikate bağlı kalan azınlık veya yabancılaşmış grup fikriyle ilişkilendirilmektedir. Bu çerçevede dışlanmışlık hissi, yalnızca bir mağduriyet deneyimi değil, aynı zamanda seçilmişlik, saflık ve hakikat yolunda olma iddiasıyla olumlu bir aidiyet duygusuna dönüştürülebilmektedir.<sup>47</sup>

Bu söylem, gençlere yalnızca dini bir inanç değil, ana akım topluma ve yerleşik kültürel normlara karşı mesafe alabilecekleri bir karşı-kültür kimliği de sunabilmektedir. Kendilerini dışlanmış, anlaşılmamış veya ana akım kültürle uyumsuz hisseden gençler açısından bu tür söylemler, zayıflık değil, “hak yolda olma” iddiasıyla anlamlandırılan bir farklılık kaynağına dönüşebilmektedir. Bu bağlamda “iyiler” ve “kötüler”, “hak ehli” ve “batıl ehli”, “ümme” ve “düşmanlar” gibi keskin ayrımlar grup aidiyetini güçlendirebilmektedir.

Endonezya örneği, bu karşı-kültür çekiciliğinin dijital medya, gençlik ve popüler kültürle nasıl birleştiğini göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Al Ghuroba adıyla bilinen bazı çevrelerin eski punk, indie ve yeraltı rock müzisyenleriyle ilişkili biçimde ortaya çıktığı; bu kişilerin müziği bırakma, dış görünüşlerini değiştirme, niqab veya kısa paça pantolon gibi sembolik pratikler üzerinden yeni bir dini kimlik inşa etme ve sosyal medya ile görsel iletişim araçlarını kullanarak genç kitlelere ulaşma kapasitesi geliştirdiği belirtilmektedir.<sup>48</sup> Bu örnek, Selefi kimliğin her zaman geleneksel kurumlar üzerinden değil, modern medya, popüler kültür ve gençlik alt kültürleriyle gerilimli ama etkili bir ilişki içinde de üretilebildiğini göstermektedir.

Bu karşılaştırmalı örnek Türkiye bağlamına doğrudan aktarılmamalıdır. Ancak dijital Selefi tebliğ ağlarının genç kullanıcılar açısından nasıl bir aidiyet ve karşı-kültür dili

---

<sup>47</sup> Rholland Muary, Neila Susanti, and Puteri Atikah, “Salafis and Social Media: The Emergence of Islamic Populism in Indonesia,” *Jurnal Sosiologi Agama: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial* 18, no. 2 (2024): 151-170, <http://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-02>.

<sup>48</sup> Muary, Susanti, and Atikah, “Salafis and Social Media,” 151–170.

üretebileceğini anlamaya yardımcı olmaktadır. İncelenen YouTube içeriklerinde de “hak yolda olmak”, “ümme”, “dava”, “istikamet”, “fitneye direnmek”, “sabır” ve “kardeşlik” gibi kavramlar, takipçiye yalnızca bireysel dini bilgi değil, aynı zamanda kolektif bir kimlik ve dayanıklılık dili sunmaktadır. Bu tür söylemler, özellikle kendisini toplumsal olarak dışlanmış, belirsizlik içinde veya ana akım kültürle mesafeli hisseden kullanıcılar için güçlü bir aidiyet çerçevesi oluşturabilmektedir.

### **6.3. Duygusal Mobilizasyon ve Mağduriyet Dili**

İncelenen içeriklerde öne çıkan bir diğer söylem biçimi, duygusal mobilizasyon dilidir. Ümme, zulüm, sabır, şehadet, dava, fitne, kardeşlik, mağduriyet ve direniş gibi kavramlar, takipçilerin yalnızca bilişsel düzeyde değil, duygusal düzeyde de içerikle ilişki kurmasına imkân tanımaktadır. Bu dil, dini bilgi aktarımının ötesine geçerek ortak acı, ortak öfke, ortak sorumluluk ve ortak aidiyet hissi üretmektedir.

Küresel krizler, özellikle Filistin, Gazze, İsrail, Uygurlar, İslamofobi veya Müslüman toplumlara yönelik baskı iddiaları gibi başlıklar, dijital dini söylem içinde güçlü duygusal çerçeveler oluşturabilmektedir. Ancak küresel adaletsizliklere ilişkin dini veya siyasi duyarlılık tek başına radikalleşme göstergesi değildir. Riskli hale gelen nokta, mağduriyet dilinin düşmanlaştırıcı, insanlıktan çıkarıcı, toplumsal kopuşu teşvik eden veya şiddeti meşrulaştıran bir söyleme dönüşmesidir.

Duygusal mobilizasyon yalnızca öfke üzerinden işlemez; şefkat, merhamet, gözyaşı, huşu, çocukluk, aile, ümme kardeşliği ve dini dönüşüm anlatıları da takipçiyle duygusal bağ kurmanın araçlarıdır. Özellikle çocuklara yönelik içerikler, aile temalı videolar, tevbe ve kötü alışkanlıkları bırakma anlatıları, izleyicinin kendi hayatıyla ilişki kurabileceği duygusal bir zemin oluşturmaktadır. Bu nedenle duygusal mobilizasyon, doğrudan radikalleşme göstergesi olarak değil; aidiyet, mağduriyet, öfke, merhamet ve dönüşüm anlatılarının dijital tebliğ dili içinde nasıl kullanıldığını anlamaya yönelik analitik bir kategori olarak ele alınmalıdır.

### **6.4. Gündelleştirilmiş Tebliğ Dili**

İçerik ve söylem temalarının genel yapısı, incelenen YouTube kanallarında tebliğ dilinin yalnızca soyut dini kavramlar üzerinden değil, gündelik hayatın somut meseleleri üzerinden de kurulduğunu göstermektedir. Okul, aile, arkadaş çevresi, telefon kullanımı, sosyal medya, mahremiyet, oyun, kötü alışkanlıklar, evlilik, ilim talebi ve günah gibi başlıklar, dini söylemin gençlerin ve ailelerin pratik kararlarına doğrudan temas ettiği alanlardır.

Bu gündelikleştirilmiş tebliğ dili, dijital platformların yapısıyla da uyumludur. YouTube’da başlık, kapak görseli, yorum alanı, kısa video, soru-cevap ve açıklama bölümü gibi unsurlar, dini konuların daha erişilebilir, parçalı ve sürekli tüketilebilir biçimde sunulmasına imkân tanımaktadır. Bu durum, dijital tebliğ aktörlerinin dini bilgi aktarmakla kalmadığını, aynı zamanda izleyicinin gündelik hayatını düzenleyen, sorularına hızlı cevap veren ve onu daha geniş bir aidiyet ağına yönlendiren bir rehberlik formu ürettiğini göstermektedir.







Sonuç olarak, içerik ve söylem temaları incelendiğinde, YouTube merkezli Selefi dijital tebliğ ağlarının üç ana düzlemde işlediği görülmektedir. Birincisi, tevhid, akide, şirk ve tağut gibi kavramlar üzerinden doktriner sınır çizme dili kurulmaktadır. İkincisi, ümmet, zulüm, sabır, dava ve kardeşlik gibi kavramlarla duygusal mobilizasyon ve aidiyet dili üretilmektedir. Üçüncüsü, okul, aile, oyun, mahremiyet, günah, tevbe ve evlilik gibi gündelik başlıklarla genç kullanıcıların pratik hayatına temas eden bir rehberlik dili geliştirilmektedir. Bu üç düzlem birlikte değerlendirildiğinde, dijital görünürlüğün yalnızca teknik performansla değil, söylemin gündelik hayata uyarlanma kapasitesiyle de ilişkili olduğu görülmektedir.

Bu nedenle içerik ve söylem temalarının yalnızca dini rehberlik boyutuyla değil, hangi koşullarda daha dikkatli izlenmesi gereken söylem örüntülerine dönüşebileceğiyle birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Söylem temaları, dini rehberlik boyutları ve izlenmesi gereken risk göstergeleri Tablo 12a ve Tablo 12b’de gösterilmektedir.

Tablo 12a. Söylem Temaları, Dini Rehberlik Boyutu ve İzlenmesi Gereken Risk Göstergeleri

Söylem teması	Dini rehberlik / ifade boyutu	İzlenmesi gereken risk göstergesi	Analitik değerlendirme
 <b>Tevhid, akide, şirk, tağut, hâkimiyet</b>	Doktriner dini bilgi, inanç sınırları ve dini otorite üretimi	Tekfirci dil, toplumsal düzenle tüm bağları koparma çağrısı, şiddet veya suçun dini gerekçelerle meşrulaştırılması	Bu kavramlar tek başına risk göstergesi değildir; risk, bu kavramların düşmanlaştırıcı, dışlayıcı veya şiddeti meşrulaştırıcı bir çerçeveye bağlanması durumunda artar.
 <b>Diyamet, tasavvuf, Şia veya diğer dini otoritelere yönelik eleştiriler</b>	Alternatif dini otorite iddiası ve mezhebi/itikadi farklılaşma	Diğer dini grupların insanlıktan çıkarılması, hedef gösterilmesi veya düşman kategorisine yerleştirilmesi	Dini eleştiri ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilebilir; ancak dışlayıcı ve düşmanlaştırıcı söylem örüntüleri ayrıca izlenmelidir.
 <b>Aile, çocuk terbiyesi ve okul</b>	Aileye dini rehberlik, çocukların korunması, ahlaki eğitim	Okuldan, aile dışı sosyal çevreden veya kamusal hayattan tamamen kopuşu teşvik eden söylemler	Aile ve çocuk temalı içerikler çoğunlukla rehberlik işlevi görür; risk, gençlerin toplumsal bağlardan sistematik biçimde uzaklaştırılması çağrısıyla ortaya çıkabilir.
 <b>Mahremiyet, tesettür, beden ve kadın erkek ilişkileri</b>	Günlük hayatın dini ahlak çerçevesinde düzenlenmesi	Aşırı denetimci, utandırıcı, dışlayıcı veya sosyal izolasyonu artıran söylemler	Mahremiyet ve beden temaları genç yetişkinler açısından önemli rehberlik alanlarıdır; ancak bu söylemlerin bireysel özerkliği ve toplumsal katılımı tamamen baskılayan biçimleri dikkatle izlenmelidir.
 <b>Sosyal medya, telefon, internet ve dijital fitne</b>	Dijital davranışlara ilişkin dini uyarı ve ahlaki disiplin	Dijital alanın tümüyle şeytanlaştırılması, kapalı ve denetimsiz ağlara yönlendirmenin yoğunlaşması	Sosyal medya eleştirisi tek başına riskli değildir; ancak açık platformdan daha kapalı ve kontrollü iletişim alanlarına yönlendirme kalıpları ayrıca analiz edilmelidir.
 <b>Ümmet, zulüm, sabır, dava ve kardeşlik</b>	Kolektif dini aidiyet, dayanışma ve mağduriyet bilinci	Düşmanlaştırıcı grup kimliği, öfkenin şiddet çağrısına veya intikam söylemine dönüşmesi	Ümmet ve mağduriyet dili dini dayanışma üretebilir; risk, bu dilin insanlıktan çıkarıcı ve şiddeti meşrulaştırıcı bir anlatıya dönüşmesi halinde artar.
 <b>Al Ghuraba, yabancılaşma ve seçilmiş azınlık söylemi</b>	Modern toplum içinde farklı kalma, dini kimlik ve aidiyet üretimi	Ana akım toplumla tüm bağları koparma, yalnızlaşma, dış grupları düşmanlaştırma	Dışlanmışlık ve farklılık söylemi genç kullanıcılar için güçlü bir aidiyet sunabilir; ancak toplumsal kopuşu derinleştiren biçimleri ayrıca değerlendirilmelidir.

**Tablo 12b. Söylem Temaları, Dini Rehberlik Boyutu ve İzlenmesi Gereken Risk Göstergeleri**

Söylem teması	Dini rehberlik / ifade boyutu	İzlenmesi gereken risk göstergesi	Analitik değerlendirme
 <b>Günah, tevbe ve kötü alışkanlıklar</b>	Kişisel dönüşüm, ahlaki toparlanma ve dini rehberlik	Eski sosyal çevreden tamamen kopuş, tek otoriteye bağımlı hale gelme, kapalı grup aidiyetinin güçlenmesi	Kötü alışkanlıkları bırakma ve tevbe söylemi destekleyici bir işleyle sahip olabilir; risk, bu dönüşüm anlatısının dış dünya ile bağları kesen kapalı bir aidiyet modeline dönüşmesi durumunda ortaya çıkabilir.
 <b>İlim talebi, ders, medrese ve hoca otoritesi</b>	Dini öğrenme, bilgi arayışı ve sistematik eğitim	Tek bir otoriteye mutlak bağlılık, eleştirel düşünmenin bastırılması, alternatif bilgi kaynaklarının tümüyle reddedilmesi	Sanal medrese ve ders arşivi işlevi dini eğitim açısından önemlidir; ancak bilgi tekelleşmesi ve mutlak otorite ilişkileri ayrıca izlenmelidir.
 <b>Hasbihal, soru cevap ve kişisel rehberlik</b>	Kullanıcıların gündelik sorunlarını dini otoriteye yöneltebilmesi	Kişisel hayat kararlarının tamamen kapalı bir otorite ağına bağlanması	Soru cevap ve hasbihal formatları dijital aidiyet üretir; risk, kullanıcıların karmaşık kişisel sorunlarında tek ve kapalı bir otoriteye bağımlı hale gelmesiyle artabilir.
 <b>Gündem yorumları, okul saldırıları, gençlik krizi ve sistem eleştirisi</b>	Toplumsal olayların dini ve ahlaki çerçevede yorumlanması	Demokratik ve toplumsal düzenle tüm bağları koparmayı teşvik eden söylemler, suç veya şiddeti meşrulaştırıcı yorumlar	Gündem eleştirisi doğrudan risk göstergesi değildir; ancak kriz anlatıları gençlerde öfke, kopuş ve düşmanlaştırma duygusunu artıracak biçimde sunulduğunda ayrıca izlenmelidir.
 <b>Platformlar arası yönlendirme</b>	Kullanıcıya ek kaynak, ders, kitap, dergi ve iletişim kanalı sunma	Açık platformlardan kapalı Telegram, WhatsApp veya özel gruplara yoğun ve sistematik yönlendirme	Platformlar arası yönlendirme dijital tebliğ ağlarının doğal bir parçasıdır; ancak açık alandan kapalı ve denetimi zor alanlara geçiş örüntüleri izlenmeye değer göstergeler sunar.
 <b>Kısa video, kesit, alıntı ve hızlı tüketim formatları</b>	Dini mesajın sosyal medya mantığına uyarlanması	Bağlamdan kopuk, duygusal olarak yoğun, kutuplaştırıcı veya provokatif içerik dolaşımı	Kısa formatlar genç kullanıcılara erişim açısından etkilidir; risk, bu formatların karmaşık dini ve toplumsal meseleleri keskin, öfkeli veya düşmanlaştırıcı mesajlara indirilmesiyle ortaya çıkabilir.

**Not:** Tabloda yer alan göstergeler, dini ifade alanını doğrudan riskli veya kriminal bir alan olarak değerlendirmek için değil, dini rehberlik ile izlenmesi gereken söylem örüntüleri

arasındaki ayrımı netleştirmek için oluşturulmuştur. Her bir tema kendi bağlamı, kullanılan dil, platform yönlendirmesi, hedeflenen kullanıcı profili ve çevrim içi-çevrim dışı temas biçimleriyle birlikte değerlendirilmelidir.

Tablo 12a. ve 12b., incelenen dijital tebliğ içeriklerinin tek boyutlu biçimde yorumlanmaması gerektiğini göstermektedir. Tevhid, akide, aile, mahremiyet, ilim talebi veya tevbe gibi başlıklar, çoğu durumda dini rehberlik ve kimlik inşası alanları olarak işlemektedir. Bununla birlikte aynı temalar, dışlayıcı grup kimliği, toplumsal kopuş, kapalı ağlara yönlendirme, mutlak otoriteye bağlılık veya şiddet ve suçun meşrulaştırılması gibi örüntülerle birleştiğinde daha dikkatli izlenmesi gereken açık kaynak göstergelerine dönüşebilir. Bu nedenle analizde esas alınması gereken yaklaşım, dini ifade alanını genelleyici biçimde riskli görmek değil, söylem, ağ, platform geçişi ve genç kullanıcılarla kurulan temas biçimlerini ayrıştırıcı biçimde değerlendirmektir.

TEPAV araştırmasının bulguları, bu söylem temalarının Türkiye’deki genel toplumsal eğilimlerle karşılaştırmalı biçimde okunmasına imkân tanımaktadır. Örneğin, genel örnekleme Diyanet’in dini konularda açıkladığı görüşlere ve fetvalara güvenenlerin oranı yüzde 46, kısmen güvenenlerin oranı yüzde 35 ve güvenmeyenlerin oranı yüzde 16’dır.<sup>49</sup> Bu tablo, resmi dini otoritenin toplumsal meşruiyetinin devam ettiğini, ancak aynı zamanda alternatif dini otorite kaynaklarına açık bir alanın da bulunduğunu göstermektedir. YouTube veri setinde Diyanet’e yönelen eleştiriler bu nedenle yalnızca kurumsal polemik olarak değil, dijital ortamda alternatif dini otorite üretiminin bir parçası olarak değerlendirilmelidir.

Benzer biçimde, TEPAV araştırmasında laik ve demokratik düzene yönelik memnuniyetin yüksek düzeyde olması, YouTube içeriklerinde görülen laik sistem eleştirisinin Türkiye toplumunun genel eğilimini temsil eden bir söylem olarak değil, belirli Selefi dijital çevrelerde dolaşıma giren karşı-kültürel ve sınır çizici bir anlatı olarak okunması gerektiğini düşündürmektedir.<sup>50</sup> Bu ayrım önemlidir; çünkü dijital Selefi söylem çoğu zaman toplumsal çoğulculuğun genel eğilimlerinden daha keskin bir hak-batıl, sünnet-bidat, tevhid-şirk ve iman-küfür ayrımı üzerinden işlemektedir.

Tarikatlara ilişkin bulgular da içerik analizini güçlendirmektedir. TEPAV araştırmasında katılımcıların yaklaşık yarısının bir Müslümanın tarikatın parçası olmaması gerektiğini düşündüğünün belirtilmesi, Türkiye toplumunda tarikatlara yönelik mesafeli tutumların yalnızca Selefi çevrelere özgü olmadığını göstermektedir.<sup>51</sup> Bununla birlikte

---

<sup>49</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 47, Şekil 43.

<sup>50</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 47-50, Şekil 44-49.

<sup>51</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 94, Şekil 91.

YouTube veri setinde tasavvuf ve tarikat eleştirisi, daha genel bir toplumsal mesafeden farklı olarak bidat, şirk, sahih din ve tevhid eksenli daha doktriner bir sınır çizme diliyle kurulmaktadır. Bu nedenle tarikat eleştirisi, genel toplumdaki kurumsal mesafe veya güvensizlikten ayrıştırılmalı; Selefi dijital söylem içinde dini otorite ve meşruiyet mücadelesinin bir parçası olarak değerlendirilmelidir.

Bu karşılaştırma, YouTube içeriklerinin Türkiye toplumunun genel dini ve siyasal eğilimlerini temsil ettiği anlamına gelmez. Aksine, dijital Selefi söylemin genel toplumsal eğilimlerle hangi noktalarda örtüştüğünü, hangi noktalarda ise daha keskin bir sınır çizme ve alternatif otorite üretimi dili geliştirdiğini göstermeye imkan tanır. Bu nedenle içerik ve söylem temaları, yalnızca video başlıkları üzerinden değil, Türkiye’deki daha geniş dini otorite, çoğulculuk ve sosyal mesafe tartışmaları içinde konumlandırılmalıdır. Bu karşılaştırmanın temel boyutları Tablo 13’te özetlenmektedir.

**Tablo 13. TEPAV Bulguları ile YouTube Söylem Temalarının Karşılaştırılması**

TEPAV araştırmasındaki bulgu	YouTube veri setindeki söylem teması	Analitik karşılaştırma	Yöntemsel not
<b>Diyanet’in dini görüşlerine güvenenler %46, kısmen güvenenler %35, güvenmeyenler %16</b>	Diyanet eleştirisi, resmi dini otoriteye mesafe, alternatif hoca ve ders ağı	Resmi dini otoriteye güven tamamen ortadan kalkmamıştır; ancak YouTube ağlarında alternatif dini otorite üretimi görülmüştür.	Diyanet verisi genel örnekleme aittir, Selefi alt örnekleme verisi değildir.
<b>Laik bir ülkede yaşamaktan memnuniyetin yüksek düzeyde olması</b>	Laik sistem eleştirisi, tağut, hâkimiyet, hak-batıl karşıtlığı	Genel toplumda laik düzene yönelik memnuniyet yüksekken, bazı dijital Selefi içeriklerde laik sistem karşıtı daha keskin bir söylem görülmektedir.	YouTube söylemi genel toplum eğilimini temsil etmez.
<b>Demokratik bir ülkede yaşamaktan memnuniyetin yüksek düzeyde olması</b>	Demokrasi eleştirisi, hâkimiyet ve alternatif meşruiyet vurguları	Genel demokratik memnuniyet ile dijital Selefi söylemdeki alternatif siyasal meşruiyet dili arasında ayrışma görülebilir.	Bu ayrışma doğrudan radikalleşme göstergesi olarak okunmamalıdır.
<b>Katılımcıların yaklaşık yarısının Müslümanların tarikatların parçası olmaması gerektiğini düşünmesi</b>	Tarikat ve tasavvuf eleştirisi, bidat ve şirk vurgusu	Tarikatlara mesafe toplum genelinde de bulunabilir; ancak YouTube söyleminde bu mesafe daha doktriner ve sınır çizici bir dile dönüşmektedir.	Genel toplumsal mesafe ile Selefi doktriner eleştirisi ayrıştırılmalıdır.
<b>Farklı inanç ve yaşam tarzlarına yönelik sosyal mesafe eğilimlerinin varlığı</b>	Hak-batıl, iman-küfür, sünnet-bidat, tevhid-şirk ayrımları	Toplumsal mesafe eğilimleri ile dijital söylemdeki dini sınır çizme dili arasında karşılaştırmalı bir okuma yapılabilir.	Sosyal mesafe verisi genel örnekleme aittir.
<b>Açık tahammülsüzlük oranlarının sınırlı kalması</b>	Dışlayıcı grup kimliği, ahlaki yozlaşma ve toplumsal kopuş söylemi	Genel toplumda açık tahammülsüzlük sınırlı görünürken, bazı dijital içeriklerde daha keskin ahlaki sınır çizme dili görülebilir.	Dijital içerikler toplumun tamamını temsil etmez; belirli ağlardaki söylem örüntülerini gösterir.

**Kaynak:** Demir, İnan, Yücel ve Can, Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor, 47-59 ve 94, Şekil 43-49, 54-58 ve 91.

## 7. Genç Kitlelere Erişim, Dijital Aidiyet ve Söylemsel Adaptasyon

Bu bölümde genç kitlelerle temas, doğrudan yaş verisi üzerinden değil; içerik formatları, gündelik rehberlik başlıkları, aidiyet dili, etkileşim mekanizmaları ve platformlar arası yönlendirme göstergeleri üzerinden değerlendirilmektedir. Açık kaynak YouTube verileri, izleyicilerin gerçek yaşını, bireysel etkilenme düzeyini veya çevrim dışı davranışlarını doğrudan göstermediği için burada doğrudan etki ya da otomatik radikalleşme iddiası kurulmamaktadır.

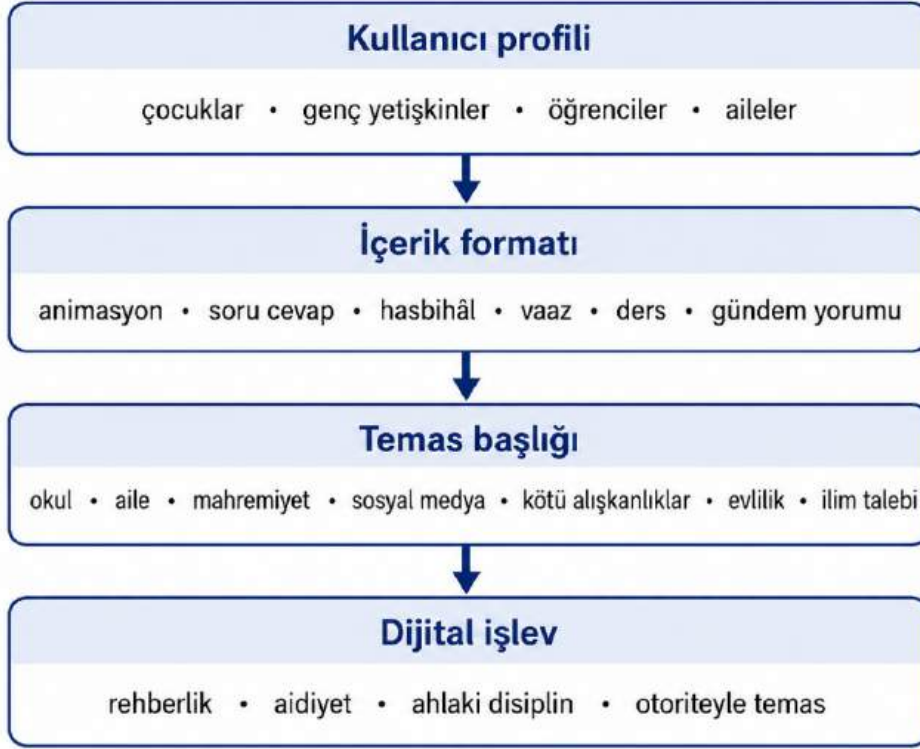
TEPAV araştırmasında kendisini Selefî olarak tanımlayan katılımcıların önemli bir bölümünün genç ve genç-yetişkin yaş gruplarında yoğunlaşması, bu bölümde genç kitlelerle temasın ayrıca ele alınmasını destekleyen toplumsal bir bağlam sunmaktadır. 2020 verilerine göre Selefî olduğunu belirten katılımcıların yüzde 25’i 18-24, yüzde 35’i 25-34 yaş grubundadır.<sup>52</sup> Buna göre kendisini Selefî olarak tanımlayanların yaklaşık yüzde 60’ı 18-34 yaş aralığında yer almaktadır. Ancak bu bulgu, YouTube veri setindeki izleyicilerin doğrudan bu yaş gruplarından oluştuğu anlamına gelmemektedir. Bu çalışma açısından söz konusu veri, gençlik temasının Türkiye’de Selefîlik tartışmaları içindeki önemini gösteren bir arka plan sunmakta; YouTube analizinde ise genç kitlelerle temas, çocuklara yönelik içerikler, genç yetişkinlere hitap eden mahremiyet ve ahlak söylemleri, okul, aile, kötü alışkanlıklar, ilim talebi, hasbihal formatı ve platformlar arası yönlendirme pratikleri üzerinden değerlendirilmektedir.

Bunun yerine, genç kullanıcılarla kurulan temasın hangi içerik türleri, hangi söylem biçimleri ve hangi dijital yönlendirme mekanizmaları üzerinden oluştuğu analiz edilmektedir. Genç kullanıcılarla kurulan temasın temel işleyişi Şekil 3’te özetlenmektedir.

---

<sup>52</sup> Demir vd., Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor, 96, Şekil 94.

Şekil 5. Genç Kitlelere Temas Mekanizması



**Not:** Şekil, genç kitlelerle temasın yalnızca yaş grubuna hitap eden içerik üretimiyle değil; gündelik rehberlik, aidiyet dili, etkileşim mekanizmaları ve platformlar arası yönlendirme aracılığıyla kurulduğunu göstermektedir.

Şekil 5’te gösterilen mekanizma, incelenen içeriklerde çocuklara, genç yetişkinlere, öğrencilere, ailelere ve dini rehberlik arayan kullanıcılara farklı formatlar aracılığıyla ulaşıldığını göstermektedir. Bu nedenle genç kitlelere erişim, yalnızca doğrudan gençlik temalı videolar üzerinden değil; soru-cevap, hasbihal, çocuk içerikleri, mahremiyet, okul, aile, dijital medya kullanımı ve gündelik dini rehberlik başlıkları üzerinden değerlendirilmelidir.

Uluslararası literatürde çevrim içi Selefi ekosistemlerin yalnızca radikalleşme veya güvenlik başlığı altında değil, aynı zamanda kimlik oluşumu, pratik dini rehberlik, platformlar arası dolaşım, soru-cevap formatları ve genç kullanıcılarla kurulan etkileşim biçimleri üzerinden de analiz edildiği görülmektedir. DEAS’ın çevrim içi Selefi ekosisteme ilişkin çalışması, Selefi içeriklerin önemli bir bölümünün genel dini kavramlar, kimlik oluşumu ve gündelik dini rehberlik etrafında şekillendiğini; vaaz, soru-cevap, kısa video, yorum alanı ve platformlar arası yönlendirmeler yoluyla takipçilere hayatın farklı alanlarına ilişkin cevaplar sunduğunu göstermektedir.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Guhl and Comerford, *Understanding the Salafi Online Ecosystem*.

Dijital medya ve gençlik literatürü de gençlerin medya deneyimlerinin yalnızca teknik beceri, platform kullanımı veya kuşak kategorileri üzerinden açıklanamayacağını vurgulamaktadır. Gençlerin dijital medya ile kurduğu ilişki; görünürlük, aidiyet, ifade, kültürel katılım ve gündelik ilişkiler içinde şekillenmektedir.<sup>54</sup> Bu nedenle genç kitlelere erişim meselesi, yalnızca izleyicinin yaşına veya demografik profiline indirgenmemeli; içerik formatı, yorum alanı, soru-cevap mekanizması, platformlar arası yönlendirme ve gündelik dini rehberlik dili üzerinden değerlendirilmelidir.

Dijital din literatürü de çevrim içi dini alanların yalnızca bilgi aktaran mecralar olmadığını; dini otoritenin, kimliğin, aidiyetin ve pratik rehberliğin yeniden üretildiği alanlar olarak işlediğine işaret etmektedir. Çevrim içi İslami içerikler dini bilgiye erişim, dini otoriteyle temas, yorum ve pratik arayışı açısından giderek daha önemli hale gelmektedir.<sup>55</sup> Bu çerçevede YouTube, yalnızca ders veya vaaz videolarının yayımlandığı teknik bir platform değil, dini bilgi arayan kullanıcıların hocalara, cemaatlara, yorum alanlarına ve bağlantılı dijital mecralara yöneldiği bir etkileşim alanı olarak değerlendirilebilir.

Bu bölümde dört temel bulgu öne çıkmaktadır. Birincisi, çocuklara ve erken gençlik dönemine yönelik içeriklerde “temiz ve helal içerik”, soru-cevap, animasyon ve çocuklara uygun dini rehberlik dili öne çıkmaktadır. İkincisi, genç yetişkinlere yönelik içeriklerde mahremiyet, kadın erkek ilişkileri, dijital fitne, tesettür, beden, kötü alışkanlıklar ve günah gibi gündelik ahlaki başlıklar merkezileşmektedir. Üçüncüsü, hasbihal formatı yüz yüze meclis, soru-cevap, karizmatik otorite ve YouTube üzerinden yeniden dolaşıma giren dijital aidiyet arasında hibrit bir alan oluşturmaktadır. Dördüncüsü, veri setinde yer alan farklı aktörlerin video başlıkları gençlik, okul, aile, devlet eğitimi, evlilik, ilim talebi ve ahlaki disiplin temalarının tek bir kanalla sınırlı olmadığını, farklı kanallarda tekrar eden daha geniş bir dijital rehberlik dili oluşturduğunu göstermektedir.

### **7.1. Çocuklara ve Erken Gençlik Dönemine Yönelik İçerikler: Bizim Dünyamız Örneği**

İncelenen YouTube örnekleri içinde Bizim Dünyamız kanalı, çocuklara ve erken gençlik dönemindeki kullanıcılara yönelik içerik üretimi açısından en belirgin örneklerden

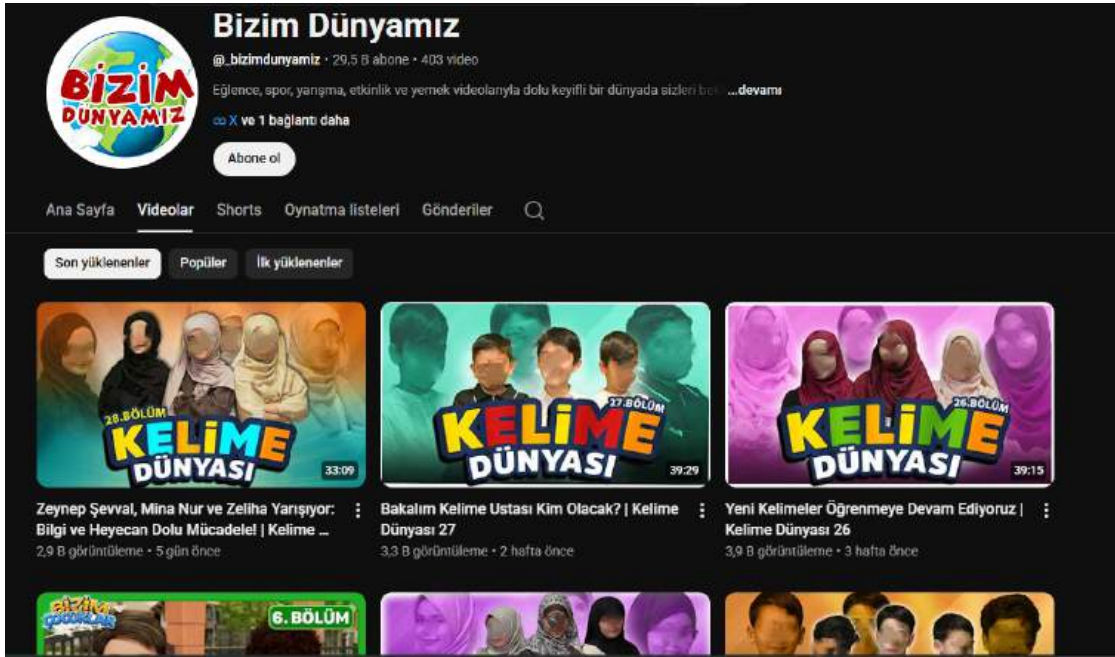
---

<sup>54</sup> Gülden Demir, “Ekranın Ötesindeki Gençlik: Dijital Medya ve Gençlik Söylemlerine Eleştirel Bir Yaklaşım,” *Journal of Communication Science Researches* 5, no. 3 (2025): 253-266, <https://doi.org/10.5281/zenodo.16786142>.

<sup>55</sup> Bunt, *Islam in the Digital Age*; Bunt, *Islamic Algorithms*.

biridir. Kanalın eğlence, spor, yarışma, etkinlik ve yemek videoları gibi çocukların gündelik ilgilerine hitap eden içerik türlerini dini hassasiyetlerle birleştirmesi, Selefi dijital tebliğ ağlarının yalnızca vaaz, ders veya fetva formatları üzerinden işlemediğini göstermektedir. Bu örnekte çocuklara yönelik dijital temas, doğrudan ideolojik bir anlatıdan ziyade “temiz ve helal içerik” üretme iddiası, güvenli medya alternatifi sunma çabası ve çocukların gündelik sorularını dini otoriteye yöneltebildiği bir rehberlik alanı üzerinden kurulmaktadır.<sup>56</sup>

## Görsel 1. Bizim Dünyamız Kanalında Çocuklara Yönelik Eğlence ve Yarışma İçerikleri



**Not:** Görsel, Bizim Dünyamız kanalında çocuklara yönelik kelime oyunu, yarışma ve eğlence formatlarının düzenli biçimde üretildiğini göstermektedir. Kanal açıklamasında eğlence, spor, yarışma, etkinlik ve yemek videolarına vurgu yapılması, çocuklara yönelik dijital temasın yalnızca vaaz veya ders formatıyla değil, gündelik ilgi alanlarına uyarlanmış içerikler aracılığıyla da kurulduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Kaynak: YouTube ekran görüntüsü, erişim tarihi: 10 Haziran 2026.

“Halis Bayancuk’a Bizim Dünyamız Kanalını Sorduk!” başlıklı videoda Bayancuk’un kanalı çocuklar ve aileler için “temiz ve helal içerik” üreten bir alan olarak tanımlaması, çocuklara yönelik dijital içerik üretiminin yalnızca eğlence değil, aynı zamanda dini hassasiyetlere uygun alternatif medya oluşturma amacı taşıdığını göstermektedir. Bu yaklaşımda YouTube, çocukların yalnızca pasif izleyici olarak konumlandığı bir platform

<sup>56</sup> Bizim Dünyamız, YouTube kanalı, seçili video başlıkları ve kanal açıklamaları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

değil; ailelerin çocukları için güvenli içerik aradığı, çocukların ise soru, yorum ve önerileriyle bu dijital alana dahil edildiği bir temas zemini olarak işlemektedir.<sup>57</sup>

Bu hattın en belirgin devamı “Çocukça Sorular” serisidir. Serinin farklı bölümlerinde Allah’ı kimin yarattığı, babası İslam’ı kabul etmeyen çocuklara ne tavsiye edileceği, kardeşle kavga, annenin verdiği işleri yapmak istememe, hafızlıkta zorlanma, Kur’an öğrenmenin kolay yolu, devlet okulunda okumanın ahiret açısından durumu, telefon oyunları, aile ilişkileri, tesettür, namaz, meslek hayali, medya tüketimi ve kişisel gelişim gibi başlıklar ele alınmaktadır. Bu çeşitlilik, çocuklara yönelik tebliğ dilinin yalnızca ibadet veya temel dini bilgiyle sınırlı olmadığını; aile, okul, dijital hayat, ahlak, beden, gelecek beklentisi ve gündelik davranış alanlarına yayıldığını göstermektedir. Seride çocukların sorularını videoların altına yazmaya teşvik edilmesi, yorum alanının yalnızca izleyici tepkilerinin toplandığı pasif bir alan değil, sonraki içeriklerin üretimine kaynak sağlayan aktif bir soru toplama mekanizması olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır.<sup>58</sup>

Bu yapı, çocukların ve ailelerin dini otoriteyle düzenli temas kurmasını sağlayan sosyo-dijital bir mekanizma olarak değerlendirilebilir. Çocukça Sorular serisinde çocuklar yalnızca dini bilgiye erişmemekte; aynı zamanda hangi soruların meşru olduğu, hangi gündelik davranışların dini olarak nasıl yorumlanacağı ve hangi otorite figürüne başvurulacağı konusunda belirli bir rehberlik ağına dahil edilmektedir. Bu nedenle soru-cevap formatı, bilgilendirici bir içerik türü olmakla birlikte, çocukların ve ailelerin dini otoriteyle bağ kurmasını sağlayan bir dijital temas biçimi olarak önem kazanmaktadır.

Bizim Dünyamız kanalındaki “Bizim Çocuklar” animasyon serisi ise çocuklara yönelik alternatif medya üretiminin başka bir boyutunu göstermektedir. “Bizim Çocuklar 2. Bölüm, Kutunun Sırrı” başlıklı çizgi filmde emanet, güvenilirlik, sorumluluk ve Müslüman kimliği gibi temalar çocuklara yönelik macera anlatısı içine yerleştirilmektedir. Videonun açıklamasında Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali ve WhatsApp iletişim hattı gibi bağlantılara yer verilmesi, çocuklara yönelik eğlence içeriğinin daha geniş bir dini yayın, eğitim ve iletişim ağıyla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu yönüyle animasyon içeriği, yalnızca çocuklara uygun bir çizgi film örneği değil, çocuk izleyiciyi ve ebeveyni daha geniş bir dijital tebliğ ekosistemine yönlendiren bir geçiş noktası olarak işlev görmektedir.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Bizim Dünyamız, “Halis Bayancuk Hoca’ya Bizim Dünyamız Kanalını Sorduk!” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>58</sup> Bizim Dünyamız, “Çocukça Sorular” video serisi, YouTube, seçili bölümler, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>59</sup> Bizim Dünyamız, “Bizim Çocuklar 2. Bölüm, Kutunun Sırrı,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

Bu örnekler birlikte değerlendirildiğinde, Bizim Dünyamız kanalının çocuklara ve erken gençlik dönemine yönelik içerikleri üç açıdan önem kazanmaktadır. Birincisi, kanal çocuklara yönelik alternatif ve dini hassasiyetli medya üretimi iddiası taşımaktadır. İkincisi, soru-cevap formatı aracılığıyla çocukların gündelik hayat soruları dini otoriteye yönlendirilmektedir. Üçüncüsü, animasyon ve eğlence formatları daha geniş bir platformlar arası tebliğ ağıyla ilişkilendirilmektedir. Bu nedenle Bizim Dünyamız örneği, genç kitlelere erişimin yalnızca doğrudan vaaz veya ders içerikleriyle değil, çocuklara uygunlaştırılmış medya, aile katılımı, soru-cevap ve platform yönlendirmeleri üzerinden de kurulduğunu göstermektedir.

### 7.2. Genç Yetişkinler, Mahremiyet ve Gündelik Ahlaki Rehberlik

Çocuklara ve erken gençlik dönemine yönelik içeriklerin yanında, incelenen YouTube örneklerinde genç yetişkinlere yönelik mahremiyet, ahlak, beden, kadın erkek ilişkileri ve dijital hayat temalarının da öne çıktığı görülmektedir. Bu içerikler, doğrudan gençlik başlığı taşımayan videolarda dahi genç kullanıcıların gündelik hayatında karşılaşılabileceği ilişki, görünürlük, sosyal medya kullanımı, tesettür, şehvet, günah ve kişisel disiplin gibi alanlara yönelik dini bir rehberlik dili üretmektedir. Bu nedenle genç kitlelere erişim, yalnızca çocuklara yönelik soru-cevap formatlarıyla sınırlı değildir; genç yetişkinlerin gündelik kararlarını, beden algısını, ilişki biçimlerini ve dijital davranışlarını düzenleyen ahlaki söylemler üzerinden de kurulmaktadır.

Bu bağlamda Halis Bayancuk’un “Kadın ve Erkek Fitnessi” başlıklı videosu, dijital hayat, mahremiyet ve cinsiyet ilişkileri arasındaki bağlantıyı görünür kılmaya bakımından dikkat çekicidir. Videoda kadın erkek ilişkileri, şehvet, internet, sosyal medya üzerinden özel mesajlaşma, dini tebliğ iddiasıyla kurulan mahrem iletişim ve gizli nikâh arayışları eleştirilmektedir. Bayancuk’un “herkes kendi fitnessini kendi cebinde taşıyor” ifadesi, cep telefonu ve internetin yalnızca iletişim aracı olarak değil, dini ve ahlaki açıdan riskli görülen bir temas alanı olarak çerçevelendiğini göstermektedir. Bu söylemde dijital teknoloji, genç bireyin mahremiyetini, arzularını ve dini disiplinini sınavan bir ortam olarak konumlandırılmaktadır.<sup>60</sup>

“Ey Kadın” başlıklı video ise genç kadınlara yönelik beden, görünürlük, haya ve tesettür söyleminin yoğunlaştığı örneklerden biridir. Videoda kadının kamusal alandaki görünürlüğü, ses, yürüyüş, koku kullanımı, bedenin teşhiri ve modern toplumda kadının

---

<sup>60</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Kadın ve Erkek Fitnessi,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

değerinin bedeni üzerinden kurulması eleştirilmektedir. Bu çerçevede kadın bedeni, yalnızca bireysel bir tercih alanı olarak değil, dini kimliğin, ahlaki sınırların ve toplumsal düzenin görünürleştiği bir alan olarak ele alınmaktadır. Videonun yüksek izlenme oranı ve yorum alanındaki kişisel dönüşüm anlatıları, bu tür içeriklerin yalnızca teorik bir vaaz olarak değil, izleyicilerin kendi hayat pratikleriyle ilişkilendirdiği bir rehberlik formu olarak işlediğini göstermektedir.<sup>61</sup>

Bu içerikler, dijital Selefî tebliğ ağlarında genç yetişkinlere yönelik rehberliğin çoğu zaman gündelik hayatın somut alanları üzerinden kurulduğunu göstermektedir. Telefon kullanımı, gece mesajlaşmaları, sosyal medya etkileşimleri, karşı cinsle iletişim, tesettür, bedenin görünürlüğü, günah ve mahremiyet gibi konular, genç bireyin gündelik kararlarını dini bir ahlaki disiplin çerçevesinde yeniden yorumlayan başlıklar haline gelmektedir. Bu nedenle bu videolar, yalnızca kadın erkek ilişkileri hakkında verilen dini öğütler olarak değil, genç yetişkinlerin dijital ve toplumsal hayat içinde kendilerini nasıl konumlandırmaları gerektiğine ilişkin daha geniş bir normatif rehberlik alanı olarak değerlendirilmelidir.

Bu bölüm açısından önemli olan nokta, söz konusu içeriklerin doğrudan radikalleşme göstergesi olarak okunmamasıdır. Ancak bu videolar, genç kullanıcıların gündelik hayatında mahremiyet, kimlik, cinsiyet, beden ve dijital iletişim gibi hassas alanları dini otoriteye danıştığı veya dini otoritenin bu alanları düzenlediği bir temas zemini oluşturmaktadır. Bu nedenle “Kadın ve Erkek Fitnessi” ve “Ey Kadın” örnekleri, genç yetişkinlere erişimin ahlaki disiplin, mahremiyet ve dijital hayat söylemi üzerinden nasıl kurulduğunu göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

### **7.3. Hasbihal Formatı: Yüz Yüze Meclis, Soru-Cevap ve Dijital Aidiyet**

“Halis Hoca ile Hasbihal” serisi, dijital Selefî tebliğ ağlarında çevrim içi içerik ile çevrim dışı cemaat pratiği arasındaki sürekliliği göstermesi bakımından önemli bir örnektir. Bu formatta yüz yüze gerçekleşen pazar dersleri ve hasbihal meclisleri, daha sonra YouTube üzerinden geniş bir izleyici kitlesine ulaştırılmakta; böylece fiziksel meclis, dijital dolaşıma giren bir aidiyet ve rehberlik içeriğine dönüşmektedir. Bu yönüyle hasbihal formatı, yalnızca soru-cevap videosu değil, karizmatik otoriteyle doğrudan temasın görünür kılındığı ve çevrim dışı cemaat deneyiminin çevrim içi platformda yeniden üretildiği hibrit bir tebliğ alanıdır.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Ey Kadın,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>62</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Halis Hoca ile Hasbihal” video serisi, YouTube, seçili bölümler, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

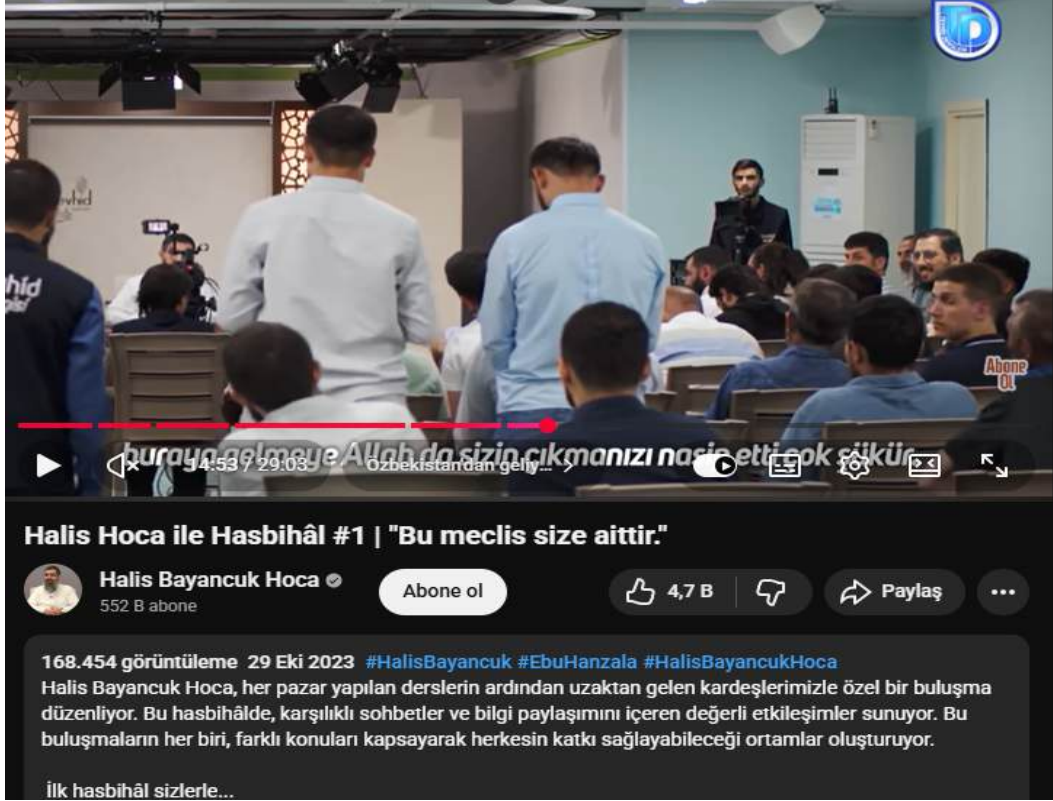
Serinin ilk bölümlerinde pazar derslerinin ardından farklı şehirlerden ve yurt dışından gelen takipçilerle yüz yüze buluşmalar düzenlendiği görülmektedir. Bu buluşmalarda Arapça bilen ailelerin evde Arapçayı sürdürmesi, Türk Cumhuriyetlerinde davet yapmanın zorlukları, kadın erkek ilişkilerinin bulunduğu iş ortamlarından uzaklaşma, işitme engelli takipçilerle iletişim, aileye tevhide anlatınca dışlanma, çocukların hareketliliği, ekonomi, evlilik, düğün ortamları ve yeni iman edenlerin davet konusunda nasıl hareket etmesi gerektiği gibi çok çeşitli başlıklar ele alınmaktadır. Bu çeşitlilik, hasbihal formatının yalnızca teolojik meselelerle sınırlı kalmadığını; aile, iş, ekonomi, evlilik, engellilik, göç, dil, çocuk yetiştirme ve toplumsal dışlanma gibi gündelik hayat alanlarına yayılan bir rehberlik dili ürettiğini göstermektedir.<sup>63</sup>

Hasbihal formatı, genç kitlelerle temas açısından özellikle önemlidir. Bu formatta takipçi yalnızca izleyici değil, soru soran, kendi deneyimini aktaran, tavsiye isteyen ve cemaat içindeki konumunu görünür kılan bir katılımcı olarak yer almaktadır. Böylece YouTube videosu, fiziksel mecliste kurulan karşılıklı temasın dijital arşivine dönüşmektedir. Hasbihal videolarında fiziksel cemaat, dijital izleyici, yorum alanı ve platformlar arası yönlendirmeler aynı otorite ve aidiyet ilişkisi içinde birleşmektedir.

---

<sup>63</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Halis Hoca ile Hasbihal” video serisi, YouTube, farklı şehirlerden ve yurt dışından gelen takipçilerle yapılan seçili hasbihal bölümleri, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

**Görsel 2. “Halis Hoca ile Hasbihal” Serisinde Yüz Yüze Meclisin YouTube Üzerinden Dolaşıma Girmesi**



**Not:** Görsel, yüz yüze gerçekleşen hasbihal meclisinin YouTube üzerinden daha geniş bir izleyici kitlesine ulaştırıldığını göstermektedir. Bu yapı, fiziksel cemaat deneyimi ile dijital görünürlük arasındaki hibrit ilişkiyi örneklemektedir.

Serinin 2025 tarihli “Kötü Alışkanlıklar Nasıl Bırakılabilir?” başlıklı bölümü, gençlik ve gündelik rehberlik temasını daha açık biçimde göstermektedir. Bu bölümde 18 yaşındaki bir katılımcının kötü alışkanlıkları bırakmakta zorlananlar için soru sorması, 22 yaşındaki bir üniversite öğrencisinin fen ilimleri ile dini ilimleri birlikte okuma meselesini gündeme getirmesi ve çocuk katılımcıların Kur’an okuma alışkanlığı ile faydalı içerikler hakkında konuşması, hasbihal formatının farklı yaş gruplarını aynı meclis içinde görünür kıldığını göstermektedir. Kötü alışkanlıklar, içki, uyuşturucu, günah, eski çevre, tarikat tecrübesi, üniversite, fen ilimleri, dini ilimler, çocuk eğitimi ve Kur’an okuma gibi başlıkların aynı bölüm içinde ele alınması, bu formatın genç kullanıcıların eğitim, alışkanlık, çevre, dini öğrenme ve kişisel dönüşüm sorunlarına yönelik pratik bir rehberlik dili ürettiğini ortaya koymaktadır.<sup>64</sup>

<sup>64</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Kötü Alışkanlıklar Nasıl Bırakılabilir? | Halis Hoca ile Hasbihal,” YouTube video, 2025, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

**Görsel 3. “Kötü Alışkanlıklar Nasıl Bırakılabilir?” Videosunda Hasbihal Formatı ve Gündelik Rehberlik Teması**



**Not:** Görsel, hasbihal formatında kötü alışkanlıklar, kişisel dönüşüm ve gündelik dini rehberlik gibi başlıkların ele alındığını göstermektedir. Bu tür içerikler, genç kullanıcıların eğitim, alışkanlık, çevre ve dini yönelim sorunlarına ilişkin pratik rehberlik arayışlarının dijital platformda görünür hale geldiğini göstermesi bakımından önemlidir.

Bu bölümde dikkat çeken bir diğer unsur, hasbihal formatının yalnızca bireysel sorulara cevap üretmemesi, aynı zamanda takipçilerin dönüşüm ve mücadele anlatılarını görünür kılmasıdır. Yorum alanlarında kötü alışkanlıklarla mücadele, eski arkadaş çevresiyle bağları koparma, dini hayata yönelme ve geçmiş hayatla mesafe koyma gibi kişisel deneyimlerin paylaşılması, videonun yalnızca bir ders veya sohbet kaydı olarak değil, izleyicilerin kendi hikâyelerini cemaat diline eklediği bir dijital aidiyet alanı olarak da işlediğini göstermektedir.

Bu nedenle “Halis Hoca ile Hasbihal” serisi, genç kitlelere erişim açısından yalnızca bir sohbet veya soru-cevap formatı olarak görülmemelidir. Seri, farklı yaş gruplarının sorularını, kaygılarını ve gündelik hayat problemlerini karizmatik otoriteye yönelttiği; fiziksel cemaat deneyiminin YouTube aracılığıyla genişlediği ve yorum alanı ile platformlar arası

bağlantılar üzerinden daha geniş bir dijital tebliğ ağına bağlandığı hibrit bir aidiyet mekanizması olarak değerlendirilmelidir.

### 7.4. Okul, Aile, Günah ve İlim Talebi

Bizim Dünyamız, “Çocukça Sorular”, “Kadın ve Erkek Fitnessi”, “Ey Kadın” ve “Hasbihal” örnekleri, genç kitlelere erişimin farklı biçimlerini ayrıntılı olarak göstermektedir. Bununla birlikte veri setinde yer alan diğer kanal ve video örnekleri, gençlik, okul, aile, ahlak, günah, ilim talebi ve evlilik gibi temaların tekil örneklerle sınırlı olmadığını; farklı aktörler arasında tekrar eden daha geniş bir dijital rehberlik dili oluşturduğunu göstermektedir.

Abdullah İmamoğlu’nun “Suçlu Kim? Gençler mi? Laik Sistem mi?” başlıklı videosu, gençlik meselesini yalnızca bireysel ahlak veya aile terbiyesi üzerinden değil, laik sistem, toplumsal düzen ve ahlaki bozulma tartışması içinde ele almaktadır. Benzer şekilde Biriz Vakfı’nın “Okul Katliamı: Boş Verilmiş Gençliğin Ağır Faturası” ve Halis Bayancuk’un “Türkiye’deki Okul Katliamları” başlıklı videoları, okul, gençlik şiddeti, toplumsal ihmal ve ahlaki kriz temalarını gündeme taşımaktadır. Bu örneklerde okul, yalnızca eğitim kurumu olarak değil, gençliğin yön kaybettiği, aile ve toplum denetiminin zayıfladığı ve ahlaki krizin görünür hale geldiği bir alan olarak ele alınmaktadır.<sup>65</sup>

Devlet okulu meselesi de genç kitlelere yönelik dijital rehberlik açısından dikkat çeken başlıklardan biridir. Abdullah Yolcu’nun Guraba Der kanalında yayımlanan “Çocuklarımızı Devlet Okullarına Göndermemizde Bir Sakınca Var Mıdır?” başlıklı videosu, devlet eğitimi, ebeveyn sorumluluğu, dini eğitim sınırları ve çocukların okul ortamında karşılaşılabileceği değer aktarımı sorunları etrafında şekillenen bir tartışma alanı sunmaktadır. Bu tür içerikler, ebeveynlere yönelik görünse de doğrudan çocukların eğitim ortamı, kimlik gelişimi ve dini sosyalleşme süreçleriyle ilgilidir. Dolayısıyla genç kitlelere erişim yalnızca çocuklara veya gençlere hitap eden videolarla değil, ebeveynlere çocukların eğitimi ve korunması konusunda rehberlik sunan içerikler aracılığıyla da kurulmaktadır.<sup>66</sup>

Biriz Vakfı’nın “İlahi Terbiye: Çocukluk Yılları ve Nübüvete Hazırlık” başlıklı videosu ile “Müslüman’ın Kalesi: Aile” serisi, çocukluk, aile içi dini terbiye ve ailenin koruyucu bir dini alan olarak konumlandırılması açısından önem taşımaktadır. Bu içeriklerde

---

<sup>65</sup> Abdullah İmamoğlu, “Suçlu Kim? Gençler mi? Laik Sistem mi?,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Biriz Vakfı, “Okul Katliamı: Boş Verilmiş Gençliğin Ağır Faturası,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Halis Bayancuk Hoca, “Türkiye’deki Okul Katliamları,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>66</sup> Guraba Der, Abdullah Yolcu, “Çocuklarımızı Devlet Okullarına Göndermemizde Bir Sakınca Var Mıdır?,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

aile, yalnızca sosyal bir kurum olarak değil, çocuğun dini kimliğini, ahlaki yönelimini ve gündelik davranışlarını şekillendiren temel koruma alanı olarak ele alınmaktadır. Bu yönüyle aile teması, çocuk ve gençlere yönelik dijital tebliğ dilinde okul, sokak, sosyal medya ve akran çevresine karşı koruyucu bir çerçeve olarak işlev görmektedir.<sup>67</sup>

Veri setindeki diğer örnekler, genç kullanıcıların gündelik hayatında karşılaşılabileceği günah, kişisel disiplin, ilim talebi ve evlilik gibi başlıkların da farklı kanallarda tekrar ettiğini göstermektedir. Abdullah Yolcu’nun “Günahın Giriş Yolları: Kalbin Korunması”, Halis Bayancuk’un “İlim Talebesini Bozan Unsurlar”, Murat Gezenler’in “İlim Talebesi Haddini Bilmelidir!”, Mehmet Balcıoğlu’nun “Tüm Rasullerin Ortak Sünneti Evlilik” ve İLİM-DER’in “Evlilik İşleriyle Meşgul Olduğu İçin Dört Gün Namazı Terk Eden Adam!” başlıklı videoları, genç yetişkinlerin gündelik hayatında önemli yer tutan kişisel yönelim, dini disiplin, evlilik, namaz, ilim ve günah temalarını ele almaktadır. Bu başlıklar, genç kullanıcıların yalnızca inanç veya ibadet konusunda değil, eğitim, ilişki, evlilik, zaman yönetimi ve gündelik kararlar konusunda da dini otoriteye yönlendirildiğini göstermektedir.<sup>68</sup>

Bu destekleyici örnekler birlikte değerlendirildiğinde, incelenen Selefî dijital tebliğ ağlarında gençlik meselesinin doğrudan “gençler” başlıklı videolarla sınırlı kalmadığı görülmektedir. Gençlik; okul, aile, devlet eğitimi, toplumsal şiddet, mahremiyet, günah, ilim talebi, evlilik, namaz ve gündelik disiplin gibi farklı başlıklar içinde dolaylı olarak sürekli yeniden üretilmektedir. Bu durum, genç kitlelere erişimin yalnızca hedeflenmiş çocuk veya gençlik içerikleriyle değil, ailelere, öğrencilere, ilim talebelerine, evlilik çağındaki gençlere ve gündelik hayatında dini rehberlik arayan kullanıcılara seslenen çok katmanlı bir içerik ağı üzerinden kurulduğunu göstermektedir.

Bu çok katmanlı temas biçimlerini daha sistematik biçimde göstermek için, incelenen içerik formatları, temas edilen kullanıcı profilleri ve dijital işlevler Tablo 14a ve 14b’de özetlenmektedir.

---

<sup>67</sup> Biriz Vakfı, “İlahi Terbiye: Çocukluk Yılları ve Nübüvveteye Hazırlık,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Biriz Vakfı, “Müslüman’ın Kalesi: Aile” video serisi, YouTube, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>68</sup> Abdullah Yolcu, “Günahın Giriş Yolları: Kalbin Korunması,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Halis Bayancuk Hoca, “İlim Talebesini Bozan Unsurlar,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Murat Gezenler, “İlim Talebesi Haddini Bilmelidir!,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Mehmet Balcıoğlu, “Tüm Rasullerin Ortak Sünneti Evlilik,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; İLİM-DER, “Evlilik İşleriyle Meşgul Olduğu İçin Dört Gün Namazı Terk Eden Adam!,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

**Tablo 14a. İçerik Formatları, Temas Edilen Kullanıcı Profilleri ve Dijital İşlevler**

İçerik formatı	Örnek kanal / aktör	Temas edilen kullanıcı profili	Örnek tema veya başlık	Dijital işlev	Analitik değerlendirme
 <b>1</b> Sistematik ders serileri	Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, Zerka Medresesi, Şehadet Mektebi	İlim talebeleri, dini öğrenme arayışındaki kullanıcılar, düzenli takipçiler	Akide, fıkıh, hadis, tefsir, namaz, ahiret	Sanal medrese ve ders arşivi oluşturma	YouTube, bu formatta yalnızca video platformu değil, düzenli dini eğitimin arşivlendiği ve takip edilebildiği bir öğrenme alanı olarak işlemektedir.
 <b>2</b> Vaaz ve sohbet içerikleri	Halis Bayancuk Hoca, Abdullah İmamoglu, Murat Gezenler	Genel izleyici, genç yetişkinler, dini rehberlik arayan kullanıcılar	Tevhid, günah, tevbe, toplum, sistem eleştirisi, ahlak	Normatif dini çerçeve ve otorite üretimi	Vaaz ve sohbet formatı, izleyiciye yalnızca bilgi değil, gündelik hayatı yorumlayabileceği ahlaki ve dini bir çerçeve sunmaktadır.
 <b>3</b> Soru cevap içerikleri	Halis Bayancuk Hoca, Bizim Dünyamız, Guraba Der / Abdullah Yolcu	Çocuklar, gençler, aileler, bireysel dini soru arayışındaki kullanıcılar	Devlet okulu, aile, namaz, telefon oyunları, mahremiyet, günah	Bireysel sorunların dini otoriteye yönlendirilmesi	Soru cevap formatı, kullanıcıyı pasif izleyici olmaktan çıkararak kendi gündelik sorununu dini otoriteye taşıyan bir katılımcı konumuna yerleştirmektedir.
 Hasbihal ve yüz yüze meclis kayıtları	Halis Bayancuk Hoca	Gençler, üniversite öğrencileri, aileler, farklı şehirlerden gelen takipçiler	Kötü alışkanlıklar, üniversite, ilim talebi, aile, eski çevre, dini dönüşüm	Çevrim dışı cemaat deneyiminin dijital dolaşıma sokulması	Hasbihal formatı, fiziksel meclis ile dijital izleyici arasında köprü kurarak hibrit bir aidiyet ve rehberlik alanı oluşturmaktadır.
 Çocuklara yönelik animasyon ve eğlence içerikleri	Bizim Dünyamız	Çocuklar, erken gençlik dönemi, ebeveynler	Temiz ve helal içerik, emanet, sorumluluk, Müslüman kimliği	Alternatif dini medya ve erken yaş dini sosyalleşme	Çocuklara yönelik eğlence içerikleri, doğrudan vaaz formatı dışında, ailelerin güvenli içerik arayışına cevap veren bir dijital temas alanı oluşturmaktadır.

Tablo 14b. İçerik Formatları, Temas Edilen Kullanıcı Profilleri ve Dijital İşlevler

İçerik formatı	Örnek kanal / aktör	Temas edilen kullanıcı profili	Örnek tema veya başlık	Dijital işlev	Analitik değerlendirme
6 Genç yetişkinlere yönelik mahremiyet ve ahlak içerikleri	Halis Bayancuk Hoca	Genç kadınlar, genç erkekler, sosyal medya kullanan genç yetişkinler	Kadın ve erkek fitnessi, tesettür, beden, gece mesajlaşmaları, sosyal medya, gizli nikâh	Günlük hayatın dini ahlaki disiplin içinde düzenlenmesi	Mahremiyet ve beden temalı içerikler, genç yetişkinlerin dijital ve toplumsal hayatını dini otorite çerçevesinde yeniden yorumlamaktadır.
7 Aile ve okul temalı içerikler	Biriz Vakfı, Guraba Der, Abdullah Yolcu	Ebeveynler, okul çağındaki çocuklar, gençler	Devlet okulu, okul katliamı, aile, çocuk terbiyesi, ilahi terbiye	Aileyi koruyucu dini çerçeve olarak konumlandırma	Bu içerikler gençlere doğrudan hitap etmese bile ebeveynler üzerinden çocukların eğitim ve sosyalleşme alanını dini rehberlik konusu haline getirmektedir.
8 Gündem ve kriz yorumları	Abdullah İmamoğlu, Halis Bayancuk Hoca, Biriz Vakfı	Gençler, aileler, politik ve toplumsal gündemi dini çerçevede izleyen kullanıcılar	Gençlik krizi, laik sistem, okul saldırıları, toplumsal bozulma	Güncel olayların dini ve ahlaki kriz çerçevesinde yorumlanması	Gündem yorumları, toplumsal olayları dini kimlik, ahlaki bozulma ve sistem eleştirisi ekseninde anlamlandırılan bir söylem alanı oluşturmaktadır.
9 Kısa video, kesit ve sosyal medya uyumlu içerikler	Halis Bayancuk Hoca, farklı şahıs ve kurum kanalları	Hızlı tüketim yapan genç kullanıcılar, sosyal medya takipçileri	Kısa öğütler, alıntılar, gündelik dini uyarılar	Platform mantığına uyum ve hızlı dolaşım	Kısa formatlar, uzun ders veya vaaz içeriklerinin genç kullanıcıların hızlı tüketim alışkanlıklarına uyarlanmasını mümkün kılmaktadır.
10 Kitap, dergi ve web sitesi yönlendirmeleri	Halis Bayancuk Hoca, Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Kitap, Vasat Kitabevi	Daha derin dini bilgi arayan kullanıcılar, düzenli takipçiler	Kitap, dergi, meal, makale, ders arşivi	Video içeriğini metin merkezli bilgi ağına bağlama	YouTube içeriği, kitap, dergi, web sitesi ve ders arşivi bağlantılarıyla daha sürekli ve kurumsal bir dini öğrenme hattına dönüşmektedir.

**Not:** Tablolar, incelenen YouTube kanalları, video başlıkları, kanal açıklamaları ve platform bağlantıları üzerinden oluşturulmuştur. Kullanıcı profilleri kesin demografik veriye değil, içerik başlıkları, hitap biçimleri, video formatları ve açık kaynak göstergelere dayalı analitik çıkarımlara dayanmaktadır. Bu nedenle tablo doğrudan etki veya radikalleşme kanıtı sunmaz; genç kitlelerle, ailelerle ve dini rehberlik arayan kullanıcılarla kurulan temas biçimlerini göstermeyi amaçlar.

Tablo 14a. ve 14b.’de özetlenen içerik formatları, Küvet Modeli açısından değerlendirildiğinde, incelenen YouTube ağlarının genç kullanıcılarla yalnızca tekil bir ideolojik temas kurmadığı; farklı motivasyon alanlarını aynı anda besleyebilen çok katmanlı bir temas zemini oluşturduğu görülmektedir. Modeldeki ideolojik “musluk”, tevhid, akide, şirk, tağut, hâkimiyet, günah ve dini disiplin gibi temalar üzerinden işlemektedir. Psikolojik ve aidiyetle ilişkili “musluk” ise hasbihal meclisleri, soru-cevap formatları, yorum alanları, hoca-takipçi yakınlığı, cemaat hissi ve dışlanma/aidiyet anlatıları aracılığıyla görünür hale gelmektedir. Kişisel ve gündelik hayatla ilişkili “musluk” ise okul, aile, mahremiyet, kötü alışkanlıklar, ilim talebi, evlilik, namaz ve gündelik kararlar gibi konular üzerinden çalışmaktadır. Bu nedenle veri setindeki içerikler, doğrudan radikalleşme kanıtı olarak değil, genç kullanıcıların farklı motivasyon alanlarıyla temas edebildiği dijital rehberlik ve aidiyet kanalları olarak değerlendirilmelidir.

Bu çerçevede YouTube, Küvet Modeli içinde tek başına radikalleşmeye neden olan bir araç olarak değil, farklı motivasyonların birikebildiği, pekiştirilebildiği ve başka dijital veya çevrim dışı ağlara yönlendirilebildiği bir temas alanı olarak işlev görmektedir. Özellikle düzenli ders serileri, çocuklara ve gençlere yönelik soru-cevap içerikleri, mahremiyet ve ahlak videoları, hasbihal kayıtları, aile-okul temalı içerikler ve platformlar arası yönlendirme bağlantıları, bireyin ideolojik, psikolojik ve kişisel motivasyon alanlarını aynı anda besleyebilen bir dijital ekosistem oluşturmaktadır. Daha sınırlı ve temkinli biçimde ifade etmek gerekirse, veri seti, genç kullanıcıların kimlik, aidiyet, disiplin ve gündelik rehberlik arayışlarının dijital platformlar üzerinden nasıl karşılandığını ve bu temasların hangi koşullarda daha kapalı ağlara, daha yoğun otorite ilişkilerine veya çevrim dışı temaslara bağlanabileceğini göstermektedir.<sup>69</sup>

### 7.5. Ara Değerlendirme

Bu bölümde incelenen örnekler, Selefi dijital tebliğ ağlarında genç kitlelere erişimin tek bir içerik türü veya platform pratiği üzerinden kurulmadığını göstermektedir. Çocuklara yönelik animasyon ve soru-cevap içerikleri, genç yetişkinlere yönelik mahremiyet ve ahlak söylemleri, hasbihal meclisleri, okul-aile tartışmaları, kötü alışkanlıklar, ilim talebi, evlilik ve gündelik dini rehberlik başlıkları birlikte değerlendirildiğinde, YouTube’un çocukların, gençlerin, ebeveynlerin ve dini rehberlik arayan kullanıcıların farklı hayat alanlarına ilişkin sorularını dini otoriteye yönelttiği çok katmanlı bir dijital temas alanı olarak işlediği

---

<sup>69</sup> Hilmi Demir, *Türkiye’de DEAŞ Radikalleşmesi, Kadın ve Gençlik Yapılanmaları ve Stratejik Dönüşüm*, ed. Hatice Varol-Dağdelen ve Zeynep Yıldız (Ankara: TEPAV, URAD ve Kanada Büyükelçiliği, 2026), 11–12.

görülmektedir. Ancak bu temas alanı doğrudan ve otomatik bir radikalleşme etkisi olarak okunmamalıdır; açık kaynak YouTube verileri izleyici kitlesinin yaş profili, bireysel etkilenme düzeyi veya çevrim dışı davranışları hakkında kesin sonuçlar üretmeye imkân vermemektedir. Bu nedenle genç kitlelere erişim, güvenlik merkezli bir radikalleşme tartışmasına indirgenmeden; dijital dini otorite, kimlik, aidiyet, rehberlik, aile, okul, mahremiyet, beden, sosyal medya ve gündelik ahlak alanlarıyla birlikte değerlendirilmelidir.

### 8. Otorite Tipi ve Yapısal Tipoloji Analizi

İncelenen YouTube veri seti, Selefi dijital tebliğ aktörlerinin tek tip bir örgütlenme veya yayım modeli içinde değerlendirilemeyeceğini ortaya koymaktadır. Kanalların bir bölümü belirli bir hoca veya vaiz figürü etrafında şekillenen şahıs merkezli yapılara dayanırken bazıları dernek, vakıf, medrese, yayınevi veya ders halkası gibi daha kurumsal yapılara bağlıdır. Bunun yanında bazı kanallar, YouTube’u yalnızca video paylaşım alanı olarak değil; web sitesi, Telegram, WhatsApp, kitap, dergi, PDF arşivi, ders serisi ve yüz yüze meclislerle birlikte işleyen daha geniş bir dijital tebliğ ağının görünür vitrini olarak kullanmaktadır. Bu nedenle aktörlerin yalnızca abone sayısı veya video sayısı üzerinden değil, ürettikleri otorite tipi ve bağlı oldukları yapısal ağ üzerinden de değerlendirilmesi gerekmektedir.

Türkiye’de resmi dini otorite ile dijital dini otorite arasındaki ilişki, incelenen Selefi dijital tebliğ ağlarının anlaşılması açısından önemlidir. TEPAV araştırmasında genel örnekleme katılımcıların yüzde 46’sının Diyanet’in dini konularda açıkladığı görüşlere ve fetvalara güvendiğini, yüzde 35’inin kısmen güvendiğini, yüzde 16’sının ise güvenmediğini belirtmesi, resmi dini otoritenin toplumsal meşruiyetinin tamamen ortadan kalkmadığını göstermektedir.<sup>70</sup> Bununla birlikte “kısmen güven” ve “güvenmeme” kategorilerinin birlikte oluşturduğu alan, resmi dini otoritenin yanında alternatif dini yorum, rehberlik ve otorite kaynaklarına yönelik bir açıklık bulunduğunu düşündürmektedir.

Bu bağlamda YouTube merkezli Selefi tebliğ aktörleri, yalnızca dini içerik üreten kanallar olarak değil, aynı zamanda alternatif dini otorite biçimleri üreten dijital yapılar olarak değerlendirilebilir. Şahıs merkezli hoca figürleri, kurumsal dernek ve medrese bağlantıları, sanal ders arşivleri, soru-cevap ve hasbihal formatları, Telegram ve WhatsApp yönlendirmeleri, web siteleri, kitap ve dergi ağları birlikte ele alındığında, dini otoritenin yalnızca kurumsal yapılarda değil, dijital platformlar ve platformlar arası ağlar içinde de

---

<sup>70</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 47, Şekil 43.

üretildiği görülmektedir. Dolayısıyla incelenen aktörlerin otorite tipi, yalnızca bireysel karizma veya kurumsal kimlik üzerinden değil; dijital erişilebilirlik, süreklilik, takipçiyle temas, dini rehberlik kapasitesi ve platformlar arası yönlendirme gücü üzerinden de değerlendirilmelidir.

Bu bölümde incelenen kanallar dört ana otorite tipi üzerinden ele alınmaktadır. Birinci kategori, şahıs merkezli karizmatik otorite modelidir. Weberyen anlamda karizmatik otorite, belirli bir kişinin olağanüstü niteliklere, rehberlik kapasitesine veya takipçileri üzerinde kurduğu kişisel bağlılık ilişkisine dayanır. Dijital tebliğ bağlamında bu otorite, hoca figürünün hitabeti, kişisel anlatısı, soru-cevap pratiği, takipçilerle kurduğu yakınlık hissi ve gündelik meselelere doğrudan cevap verme kapasitesi üzerinden yeniden üretilmektedir.<sup>71</sup>

İkinci kategori, kurumsal veya dernek merkezli otorite modelidir. Bu modelde kanal, bireysel bir vaizden ziyade bir dernek, vakıf, medrese, ilim halkası veya yayın ağı etrafında kurumsal bir görünürlük üretmektedir. Üçüncü kategori, sanal medrese veya ders arşivi modelidir. Bu modelde YouTube, akide, fıkıh, tefsir, hadis, namaz, ilim talebi ve ahlak gibi başlıklarda düzenli derslerin arşivlendiği, takip edilebildiği ve platformlar arası bağlantılarla desteklendiği bir dijital eğitim alanı olarak işlemektedir. Dördüncü kategori ise hibrit ağ otoritesi modelidir. Bu yapıda YouTube, çevrim içi ve çevrim dışı temasların, dernek faaliyetlerinin, medrese bağlantılarının, kitap ve dergi yayınlarının, WhatsApp ve Telegram yönlendirmelerinin birlikte işlediği daha geniş bir Onlife tebliğ ekosisteminin parçası haline gelmektedir.<sup>72</sup>

Bu tipoloji, kanallar arasında kesin ve geçirimsiz sınırlar bulunduğu anlamına gelmemektedir. Aksine birçok kanal aynı anda birden fazla otorite tipini bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin şahıs merkezli bir kanal, aynı zamanda dernek veya medrese bağlantılarıyla kurumsal bir ağın parçası olabilir; sistematik ders arşivi sunan bir kanal, belirli bir hoca figürünün karizmatik otoritesinden de beslenebilir; hasbihal veya soru-cevap formatları ise fiziksel cemaat ilişkileriyle dijital görünürlüğü birleştiren hibrit bir yapı oluşturabilir. Bu nedenle aşağıdaki analiz, kanalları katı kategorilere ayırmaktan ziyade, her bir aktörün hangi otorite biçimlerini öne çıkardığını ve bu otoritenin dijital platformlarda nasıl üretildiğini göstermeyi amaçlamaktadır.

---

<sup>71</sup> Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, ed. Guenther Roth and Claus Wittich (Berkeley: University of California Press, 1978); Paul Joosse, “Max Weber’s Disciples: Theorizing the Charismatic Aristocracy,” *Sociological Theory* 35, no. 4 (2017): 334-358.

<sup>72</sup> Hilmi Demir ve Oğuz Demir, *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme: Çeteler Çocuklarımızı Nasıl Çalıyor?* (Ankara: Anadolu Ay Yayınları, 2026); Heidi A. Campbell and Ruth Tsuria, eds., *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, 2nd ed. (New York and London: Routledge, 2022).

Bu çerçevede otorite tipi analizi; kanalın görünürlüğünün ağırlıklı olarak bir şahıs figürü, kurumsal yapı, ders arşivi veya platformlar arası ağ üzerinden mi inşa edildiği; dinî bilgi ve rehberliğin vaaz, ders, soru-cevap, hasbihal, kısa video, animasyon, canlı yayın ya da arşiv gibi hangi formatlarla sunulduğu; ayrıca YouTube kanalının daha geniş bir çevrim dışı cemaat, dernek, medrese, yayıncılık veya iletişim ağıyla nasıl ilişkilendiği üzerinden değerlendirilmektedir. Bu da, incelenen Selefi dijital tebliğ ağlarında otoritenin yalnızca dini bilgi üretimiyle değil, görünürlük, süreklilik, erişilebilirlik, platformlar arası dolaşım ve takipçiyle kurulan temas biçimleriyle de inşa edildiğini göstermektedir. Dijital din literatüründe çevrim içi İslami alanların dini otorite, bilgiye erişim ve pratik rehberlik ilişkilerini yeniden yapılandığı vurgusu da bu analitik yaklaşımı desteklemektedir.<sup>73</sup>

Veriler, kurumsal yapıların sayıca daha fazla olmasına rağmen, toplam abone ve görünürlük kapasitesi açısından bazı şahıs merkezli kanalların daha öne çıktığını düşündürmektedir. Bu durum, dijital dini otoritenin yalnızca kurumsal çatıların gücüyle değil, aynı zamanda belirli şahısların platform üzerindeki görünürlüğü, hitabet tarzı, sürekliliği ve takipçilerle kurduğu ilişki üzerinden de şekillenebildiğine işaret etmektedir. Bu dağılım, şahıs merkezli ve kurum merkezli yapıların kanal sayısı, toplam abone gücü ve otorite üretme biçimleri açısından karşılaştırıldığı Tablo 15’te gösterilmektedir.

---

<sup>73</sup> Gary R. Bunt, *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments* (London: Pluto Press, 2003); Gary R. Bunt, *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse* (London: Bloomsbury Academic, 2024).

**Tablo 15. Yapısal Tipolojilerin Niceliksel Sayısı, Toplam Abone Dağılımı ve Otorite Niteliği, 2026**

Yapı türü	Kanal sayısı	Toplam abone sayısı, bin	Örnek aktörler ve yapılar	Analitik Değerlendirme
Şahıs merkezli, karizmatik lider odaklı	7	619.8	Halis Bayancuk, İlyas Aydın, Ubeydullah Arslan, Abdullah İmamoğlu, Mehmet Emin Akın, Feyzullah Birisik, Musab Köylüoğlu	Karizmatik otorite, takipçilerle kurulan doğrudan, duygusal ve aidiyet odaklı bağlar üzerinden yorumlanabilir.
Kurum merkezli, dernek-kitabevi/medrese	13	304.6	Recep Baltacı, Ramazan Oral, Abdullah Yolcu, Murat Gezenler, Yılmaz Şahin, Musa Ebu Cafer, Hüseyin Cinsli, Cihan Elmas, Hizb ut Tahrir Türkiye, Mehmet Balcıoğlu, İLİM DER, Tevhid Kuşağı	Kurumsal kimlik üzerinden daha anonim, yapılandırılmış ve arşivlenebilir bir söylem üretme eğilimi görülmektedir.

**Not:** Sınıflandırma ve oranlar, YouTube kanallarının resmi isimleri ve öne çıkardıkları kurumsal veya bireysel kimlikler baz alınarak 2026 yılı güncel verileri üzerinden hesaplanmıştır.

Tablo 15, şahıs merkezli ve kurum merkezli yapıların niceliksel dağılımını göstermektedir. Ancak incelenen aktörler yalnızca şahıs veya kurum ayrımıyla açıklanamaz. Bazı kanallar sanal medrese işlevi görmekte, bazıları düzenli yayın akışı ve farklı program formatlarıyla dijital televizyon kanalı gibi çalışmakta, bazıları ise YouTube, web sitesi, Telegram, WhatsApp, dernek, medrese, yayınevi, kitap, dergi ve yüz yüze meclislerle birlikte işleyen hibrit bir ağ yapısı oluşturmaktadır. Bu nedenle aktörlerin dijital otorite üretim biçimleri, yalnızca kurumsal veya şahıs merkezli olmalarına göre değil, üstlendikleri işlevlere göre de değerlendirilmelidir. Sanal medrese, dijital televizyon kanalı ve hibrit ağ işlevlerine göre aktör tipolojisi Tablo 16a. ve 16b.’de gösterilmektedir.

**Tablo 16a. Sanal Medrese, Dijital Televizyon Kanalı ve Hibrit Ağ İşlevlerine Göre Aktör Tipolojisi**

Aktör / kanal	Sanal medrese işlevi	Dijital televizyon kanalı işlevi	Hibrit ağ işlevi	Baskın otorite biçimi	Analitik değerlendirme
Halis Bayancuk	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Şahıs merkezli karizmatik otorite + hibrit ağ	Dars, vaaz, soru cevap, hashihal, gündem değerlendirmesi, çocuk/gençlik rehberliği, kitap, dergi, web sitesi ve iletişim hatlarıyla çok katmanlı bir dijital tebliğ ekosistemi oluşturmaktadır.
Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği	Yüksek	Orta	Orta	Kurumsal ders ve sanal medrese otoritesi	Tefsir, hadis, fikh, akide, namaz ve ahiret gibi düzenli ders serileriyle YouTube’u sistematik dini eğitim ve arşiv alanı olarak kullanmaktadır.
Guraba Der / Abdullah Yoleu	Orta	Orta	Orta	Şahıs merkezli otorite + dernek merkezli yapı	Hoca figürü ile dernek kimliği birlikte işlemekte; devlet okulu, günah, alie, ilim ve gündelik dini rehberlik başlıkları üzerinden karma bir otorite yapısı üretmektedir.
Şehadet Mektebi / Murat Gezenler	Orta-yüksek	Orta	Orta	Medrese/ders merkezli otorite	İlim talekt, dini disiplin ve ders sürekliliği üzerinden sanal medrese modeline yaklaşan bir görünürlük üretmektedir.
Bizim Dünyamız	Düşük	Orta	Yüksek	Çocuk ve aile odaklı dijital rehberlik ağı	Klasik ders arşivinden ziyade çocuklara yönelik animasyon, soru cevap ve temiz içerik iddiası üzerinden aileleri ve çocukları daha geniş Tevhid yayınına yönlendiren bir geçiş alanı oluşturmaktadır.

**Tablo 16b. Sanal Medrese, Dijital Televizyon Kanalı ve Hibrit Ağ İşlevlerine Göre Aktör Tipolojisi**

<b>Biriz Vakfı</b>	Orta	Orta	Orta	Kurumsal aile, çocuk ve toplum rehberliği otoritesi	Aile, okul, gençlik, çocuk terbiyesi ve toplumsal kriz başlıklarını kurumsal bir rehberlik dili içinde ele almaktadır.
<b>Vasat Kitabevi</b>	Düşük-orta	Düşük	Orta	Kitabevi / yayın merkezli otorite	YouTube görünürlüğü kitabevi ve yaym faaliyetiyle desteklenmekte; dijital görünürlük yayıncılık ağıyla ilişkili biçimde işlemektedir.
<b>Davet Minberi / Musa Ebu Cafer</b>	Orta	Orta	Yüksek	Platformlar arası kurumsal yayın ağı	Web sitesi, Telegram ve sosyal medya bağlantılarıyla YouTube dışına taşan bir dijital yayın ve yönlendirme ağı oluşturmaktadır.
<b>Medarik / Mehmet Emin Akın</b>	Orta	Düşük-orta	Orta	Ders ve ilim merkezli şahıs/kurumsal karma yapı	Telegram ve WhatsApp bağlantılarıyla desteklenen, daha dar fakat doğrudan takipçi temasına açık bir ders ve ilim hattı sunmaktadır.
<b>Abdullah İmamoğlu</b>	Düşük-orta	Orta	Orta	Şahıs merkezli ideolojik/söylem sel otorite	Gençlik, sistem eleştirisi, laik düzen ve toplumsal ahlak temaları üzerinden gündemle ilişkili bir söylemsel görünürlük üretmektedir.
<b>İLİM-DER</b>	Orta	Düşük-orta	Orta	Dernek ve ilim halkası merkezli otorite	Evlilik, namaz, ilim, sohbet ve dini sorumluluklar üzerinden kurumsal ders ve rehberlik işlevi görmektedir.
<b>Rahmet TV / Musab Köylüoğlu</b>	Düşük-orta	Orta	Düşük-orta	Şahıs merkezli dijital yayın otoritesi	YouTube ve sosyal medya bağlantıları üzerinden şahıs merkezli görünürlük üretmekle birlikte, ağ derinliği daha sınırlı görünmektedir.
<b>Tevhid Kuşağı</b>	Orta	Orta	Düşük-orta	Gençlik ve tebliğ odaklı dijital yayın hattı	2026 itibarıyla görünür bir abone tabanına sahip olması nedeniyle gençlik ve tebliğ odaklı dijital görünürlük açısından ayrıca izlenmeye değer bir örnek sunmaktadır.

**Not:** “Sanal medrese işlevi”, düzenli ders serileri, akide, fıkıh, hadis, tefsir, namaz, ilim ve soru-cevap içeriklerinin arşivlenmesiyle ilişkilidir. “Dijital televizyon kanalı işlevi”, düzenli video akışı, gündem yorumları, seri içerikler, farklı program formatları ve yüksek görünürlük kapasitesiyle ilgilidir. “Hibrit ağ işlevi” ise YouTube’un web sitesi, Telegram, WhatsApp,

kitap, dergi, medrese, dernek, yayınevi veya yüz yüze meclislerle birlikte çalışmasını ifade etmektedir. Bu sınıflandırma, aktörleri risk kategorilerine ayırmak için değil, dijital otorite üretim biçimlerini analitik olarak göstermek için yapılmıştır.

Tablo 16a. ve 16b., incelenen aktörlerin tek tip bir dijital tebliğ modeli içinde değerlendirilemeyeceğini göstermektedir. Bazı kanallar YouTube’u daha çok sanal medrese ve ders arşivi olarak kullanırken bazıları düzenli yayın akışı ve farklı program formatlarıyla dijital televizyon kanalı işlevine yaklaşmaktadır. Bazı örneklerde ise YouTube, web sitesi, Telegram, WhatsApp, kitap, dergi, dernek, medrese ve yüz yüze meclislerle birlikte işleyen daha geniş bir hibrit ağın görünür yüzü haline gelmektedir. Bu nedenle Selefi dijital tebliğ ağları, yalnızca içerik üretimi üzerinden değil, otorite tipi, platform yapısı, ders sürekliliği ve çevrim içi-çevrim dışı temas ilişkileri üzerinden birlikte değerlendirilmelidir.

### 8.1. Şahıs Merkezli Karizmatik Otorite

İncelenen YouTube veri setinde öne çıkan otorite biçimlerinden ilki, şahıs merkezli karizmatik otorite modelidir. Bu modelde kanalın görünürlüğü, belirli bir hoca veya vaiz figürünün adı, hitabet tarzı, kişisel anlatısı, soru-cevap pratiği ve takipçilerle kurduğu doğrudan ilişki üzerinden şekillenmektedir. Bu tür kanallarda dini bilgi yalnızca metin, kurum veya ders arşivi aracılığıyla değil, belirli bir şahsın konuşma üslubu, gündelik meselelere verdiği cevaplar, kriz anlarında yaptığı yorumlar ve takipçilerin bireysel sorularına sunduğu rehberlik üzerinden aktarılmaktadır.

Halis Bayancuk kanalı, şahıs merkezli karizmatik otorite modelinin en belirgin örneklerinden biridir. Kanalda ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal, gündem değerlendirmesi ve gençlere/ailelere yönelik rehberlik içerikleri belirli bir hoca figürü etrafında birleşmektedir. Bu yapı içinde takipçi, yalnızca dini bilgiye değil, aynı zamanda gündelik hayat, aile, okul, mahremiyet, kötü alışkanlıklar, çalışma hayatı, sosyal medya kullanımı ve kişisel dönüşüm gibi farklı alanlarda doğrudan cevap verebilen bir otorite figürüne yönelmektedir. Böylece kanal, yalnızca derslerin yayımlandığı bir arşiv değil, hoca merkezli rehberlik ve aidiyet ilişkisinin dijital olarak sürdürüldüğü bir temas alanı haline gelmektedir.<sup>74</sup>

Bu modelde karizmatik otorite, yalnızca vaazın içeriğinden değil, takipçiyle kurulan yakınlık hissinden de beslenmektedir. “Çocukça Sorular” serisinde çocukların sorularının

---

<sup>74</sup> Halis Bayancuk Hoca, YouTube kanalı, seçili ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal ve gündem değerlendirmesi videoları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

cevaplanması, “Hasbihal” formatında farklı şehirlerden gelen takipçilerle yüz yüze temas kurulması ve bu temasların YouTube üzerinden yeniden dolaşıma sokulması, karizmatik otoritenin dijital platformda nasıl genişletildiğini göstermektedir. Bu tür içeriklerde hoca figürü, yalnızca bilgi aktaran bir anlatıcı değil, takipçilerin gündelik sorunlarını dinleyen, onları yönlendiren, sorularını meşrulaştıran ve cemaat içindeki aidiyet duygusunu güçlendiren bir rehber olarak konumlanmaktadır.<sup>75</sup>

Abdullah Yolcu ve Murat Gezenler gibi diğer şahıs merkezli örneklerde de benzer bir otorite üretimi görülmektedir. Bu aktörlerde kanal görünürlüğü, belirli bir kurum adından ziyade hoca figürünün dini bilgi üretme kapasitesi, hitabet tarzı, ders sürekliliği ve gündelik meselelere verdiği cevaplar üzerinden kurulmaktadır. “Çocuklarımızı Devlet Okullarına Göndermemizde Bir Sakınca Var Mıdır?”, “Günahın Giriş Yolları: Kalbin Korunması” veya “İlim Talebesi Haddini Bilmelidir!” gibi başlıklar, şahıs merkezli otoritenin yalnızca klasik vaaz alanında değil; eğitim, aile, ahlak, ilim talebi ve gündelik disiplin başlıklarında da işlediğini göstermektedir.<sup>76</sup>

Şahıs merkezli karizmatik otorite modelinde takipçi ile otorite figürü arasındaki ilişki, dijital platformun sunduğu erişilebilirlik üzerinden güçlenmektedir. YouTube videoları, geçmiş derslerin tekrar izlenmesini, belirli meselelerde hoca görüşüne yeniden başvurulmasını ve farklı yaş gruplarının aynı otorite figürüyle dolaylı temas kurmasını mümkün hale getirmektedir. Bu durum, geleneksel ders halkası veya vaaz meclisinin sınırlarını aşarak karizmatik otoritenin zaman ve mekân bakımından genişlemesine yol açmaktadır.

Bu kategori açısından dikkat edilmesi gereken nokta, karizmatik otoritenin tek başına bireysel popülerlik anlamına gelmediğidir. Karizmatik figür, çoğu zaman daha geniş bir dernek, medrese, yayınevi, kitap, dergi, web sitesi veya iletişim ağıyla birlikte işlemektedir. Bu nedenle şahıs merkezli otorite, kurumsal yapıdan tamamen bağımsız değildir; aksine birçok örnekte kurum, ağ ve yayıncılık faaliyetleriyle desteklenmektedir. Ancak bu modelde takipçi açısından ilk temas noktası çoğu zaman kurumun kendisi değil, hoca figürünün sesi, yüzü, yorumu ve rehberlik kapasitesidir.

Bu nedenle şahıs merkezli karizmatik otorite modeli, Selefi dijital tebliğ ağlarında otoritenin nasıl kişiselleştiğini ve dijital platformlarda nasıl sürdürülebilir hale geldiğini

---

<sup>75</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Halis Hoca ile Hasbihal” video serisi, YouTube, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Bizim Dünyamız, “Çocukça Sorular” video serisi, YouTube, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>76</sup> Guraba Der, Abdullah Yolcu, “Çocuklarımızı Devlet Okullarına Göndermemizde Bir Sakınca Var Mıdır?,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Abdullah Yolcu, “Günahın Giriş Yolları: Kalbin Korunması,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Murat Gezenler, “İlim Talebesi Haddini Bilmelidir!,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

göstermektedir. YouTube, bu modelde yalnızca teknik bir yayın alanı değil, hoca figürünün görünürlüğünü, erişilebilirliğini ve rehberlik kapasitesini genişleten bir otorite üretim alanı olarak işlemektedir.

### 8.2. Kurumsal ve Dernek Merkezli Otorite

Şahıs merkezli karizmatik otorite modelinin yanında, incelenen YouTube veri setinde kurumsal ve dernek merkezli otorite biçimleri de öne çıkmaktadır. Bu modelde dini bilgi ve rehberlik, yalnızca belirli bir hoca figürünün görünürlüğü üzerinden değil; dernek, vakıf, medrese, ilim halkası, yayın ağı veya kurumsal kimlik etrafında inşa edilmektedir. Kanalın adı, açıklama kısmında verilen bağlantılar, düzenli ders serileri, yayın takvimi, dergi, kitap, web sitesi, Telegram ve WhatsApp yönlendirmeleri, bu kurumsal otoritenin dijital platformda nasıl üretildiğini göstermektedir.

Biriz Vakfı, kurumsal otorite modelinin dikkat çeken örneklerinden biridir. Vakfın YouTube içeriklerinde aile, gençlik, okul, ahlak, çocukluk, ilahi terbiye ve toplumsal kriz gibi temaların düzenli biçimde işlendiği görülmektedir. “Okul Katliamı: Boş Verilmiş Gençliğin Ağır Faturası”, “İlahi Terbiye: Çocukluk Yılları ve Nübüvete Hazırlık” ve “Müslüman’ın Kalesi: Aile” gibi başlıklar, kanalın yalnızca bireysel vaazlar üretmediğini; aile, çocuk, okul ve toplumsal ahlak meseleleri üzerinden kurumsal bir dini rehberlik dili geliştirdiğini göstermektedir. Bu modelde vakıf kimliği, içeriklerin daha geniş bir eğitim, aile ve toplum tasavvuru içinde konumlandırılmasını sağlamaktadır.<sup>77</sup>

Guraba Der ve Abdullah Yolcu örneği ise şahıs merkezli otorite ile dernek merkezli otoritenin iç içe geçtiği hibrit bir yapıya işaret etmektedir. Bir yandan Abdullah Yolcu’nun hoca figürü, kanalın görünürlüğünde belirleyici bir yer tutarken diğer yandan Guraba Der adı, kurumsal yapı ve dernek bağlantısı bu otoriteyi desteklemektedir. “Çocuklarımızı Devlet Okullarına Göndermemizde Bir Sakınca Var Mıdır?” veya “Günahın Giriş Yolları: Kalbin Korunması” gibi içerikler, bireysel soru ve ahlak rehberliği üretirken aynı zamanda dernek merkezli bir dini otorite ağı içinde dolaşıma girmektedir. Bu durum, dijital Selefî tebliğ ağlarında şahıs ile kurum arasındaki sınırların her zaman net olmadığını göstermektedir.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Biriz Vakfı, “Okul Katliamı: Boş Verilmiş Gençliğin Ağır Faturası,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Biriz Vakfı, “İlahi Terbiye: Çocukluk Yılları ve Nübüvete Hazırlık,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Biriz Vakfı, “Müslüman’ın Kalesi: Aile” video serisi, YouTube, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>78</sup> Guraba Der, YouTube kanalı ve bağlantılı açık kaynak dijital platformları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Abdullah Yolcu, seçili YouTube videoları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği kanalı ise kurumsal ve ders merkezli otorite modeline daha yakın bir örnektir. Kanalda tefsir, hadis, fıkıh, akide, namaz, ahiret ve iman gibi başlıklarda düzenli ders serileri yayımlanmakta; içerikler çoğu zaman belirli bir ders sürekliliği ve ilim halkası mantığı içinde sunulmaktadır. Bu yapı, YouTube’un yalnızca popüler vaaz veya gündem yorumları için değil, sistematik dini eğitimin arşivlendiği ve takip edilebildiği bir dijital eğitim alanı olarak da kullanıldığını göstermektedir. Kanalın web sitesi, sosyal medya ve iletişim bağlantılarıyla desteklenmesi, bu ders arşivinin daha geniş bir kurumsal ağ içinde konumlandığını ortaya koymaktadır.<sup>79</sup>

İLİM-DER ve benzeri yapılar da kurumsal otoritenin dijital görünürlüğüne güçlendiren örnekler arasında değerlendirilebilir. Bu tür kanallarda içerikler, belirli bir şahıs figürünün popülerliğinden ziyade, ilim, ders, medrese, eğitim ve cemaat sürekliliği etrafında anlam kazanmaktadır. Evlilik, namaz, ilim talebi, ahlak ve gündelik dini sorumluluklar gibi başlıklar, kurumsal yapı içinde sunulduğunda bireysel öğüt olmaktan çıkarak daha sistematik bir eğitim ve disiplin çerçevesine yerleşmektedir.<sup>80</sup>

Kurumsal ve dernek merkezli otorite modelinin en önemli özelliği, dini bilginin yalnızca videoda verilen mesajla sınırlı kalmamasıdır. Video açıklamalarında yer alan web sitesi, kitap, dergi, başış, iletişim hattı, Telegram, WhatsApp ve diğer sosyal medya bağlantıları, izleyiciyi daha geniş bir kurumsal ekosisteme yönlendirmektedir. Bu yönlendirmeler, YouTube’u tekil bir yayın platformu olmaktan çıkararak kurumsal ağın giriş kapılarından biri haline getirmektedir. İzleyici, videoyu izledikten sonra web sitesine, derse, kitaba, dergiye, iletişim hattına veya yüz yüze faaliyete yönlendirilebilmektedir.

Bu nedenle kurumsal ve dernek merkezli otorite modeli, Selefî dijital tebliğ ağlarında otoritenin yalnızca karizmatik hoca figürüyle değil, süreklilik taşıyan kurumsal yapılarla da üretildiğini göstermektedir. Bu modelde otorite; düzenli ders, yayın disiplini, kurumsal kimlik, platformlar arası bağlantı, eğitim materyali ve cemaat sürekliliği üzerinden inşa edilmektedir. Böylece YouTube, kurumun dijital vitrini, ders arşivi, duyuru alanı ve takipçiyle ilk temas noktası olarak işlev görmektedir.

---

<sup>79</sup> Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, YouTube kanalı, seçili tefsir, hadis, fıkıh, akide, namaz, ahiret ve iman dersleri, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>80</sup> İLİM-DER, YouTube kanalı, seçili ders ve sohbet videoları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; İLİM-DER, “Evlilik İşleriyle Meşgul Olduğu İçin Dört Gün Namazı Terk Eden Adam!” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

### 8.3. Sanal Medrese ve Ders Arşivi Modeli

İncelenen YouTube veri setinde öne çıkan üçüncü otorite biçimi, sanal medrese ve ders arşivi modelidir. Bu modelde YouTube, gündem yorumları, kısa vaazlar veya tekil soru-cevap içeriklerinden ziyade, düzenli ders serilerinin arşivlendiği, takipçilerin belirli bir sırayla dini bilgiye erişebildiği ve farklı platformlara yönlendirildiği bir dijital eğitim alanı olarak işlemektedir. Akide, tefsir, hadis, fıkıh, namaz, ahiret, iman, ilim talebi ve ahlak gibi başlıklarda üretilen seri içerikler, geleneksel ders halkası veya medrese mantığının dijital ortama taşındığını göstermektedir.

"Sanal medrese" ve "sanal cemaat" kavramları, bu yapıların anlaşılması açısından önemli bir analitik çerçeve sunmaktadır. Bu bağlamda dijital platformlar yalnızca dinî içeriklerin yayımlandığı alanlar değil; aynı zamanda takipçilerin belirli bir bilgi düzenine, otorite ilişkisine, cemaat diline ve aidiyet biçimine dâhil olduğu yeni dinî öğrenme ortamlarıdır. YouTube’da arşivlenen dersler, web siteleri, PDF metinleri, kitap bağlantıları, WhatsApp grupları, Telegram kanalları ve sosyal medya hesapları birlikte değerlendirildiğinde, dijital tebliğ ağlarının yalnızca içerik üretmediği, aynı zamanda alternatif bir dinî eğitim ekosistemi oluşturduğu görülmektedir.<sup>81</sup>

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği kanalı, sanal medrese ve ders arşivi modelinin belirgin örneklerinden biridir. Kanalda tefsir, hadis, fıkıh, akide, namaz, ahiret ve iman başlıklarında düzenli ders serileri yayımlanmakta; içerikler çoğu zaman belirli bir ders sürekliliği içinde arşivlenmektedir. “Namazın Manaları” gibi ders serileri, YouTube’ün klasik dini metinler, ibadet bilgisi ve temel dini kavramların düzenli biçimde işlendiği bir dijital eğitim alanı olarak kullanıldığını göstermektedir. Kanalın web sitesi, Instagram, Telegram, X ve WhatsApp gibi bağlantılarla desteklenmesi, bu ders arşivinin tek başına YouTube üzerinde kalmadığını; daha geniş bir kurumsal ve platformlar arası dini eğitim ağına bağlandığını ortaya koymaktadır.<sup>82</sup>

Bu modelde ders içerikleri, izleyiciye yalnızca anlık dini bilgi sunmaz; aynı zamanda takip edilebilir bir öğrenme rotası oluşturur. Kullanıcı geçmiş derslere dönebilmekte, belirli bir konuyu seri halinde izleyebilmekte, açıklama kısmındaki bağlantılar üzerinden metinlere, kitaplara, kanallara veya iletişim hatlarına ulaşabilmektedir. Böylece YouTube, ders halkasının

---

<sup>81</sup> Hilmi Demir, “Türkiye’de DEAŞ Radikalleşmesi,” rapor metni, 2026; Demir ve Demir, Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme.

<sup>82</sup> Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, “Namazın Manaları” video serisi ve ilgili ders içerikleri, YouTube, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, resmi web sitesi ve bağlantılı sosyal medya hesapları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

zaman ve mekân sınırlarını aşarak sürekli erişilebilir bir arşive dönüşmektedir. Bu durum, dijital dini otoritenin süreklilik, erişilebilirlik ve tekrar izlenebilirlik üzerinden nasıl güçlendiğini göstermektedir.

Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali ve benzeri bağlantılarla desteklenen içerikler de sanal medrese modelinin daha geniş bir ağ içinde işlediğini göstermektedir. Halis Bayancuk merkezli içeriklerde ders, hasbihal, soru-cevap ve gündem değerlendirmelerinin açıklama bölümlerinde bu tür platformlara düzenli yönlendirmeler yapılması, şahıs merkezli karizmatik otorite ile sanal medrese modelinin birbirinden tamamen ayrı olmadığını göstermektedir. Bu örnekte hoca figürü, dijital ders arşivi, yayın ağı ve iletişim kanalları birbirini tamamlayan bir otorite yapısı oluşturmaktadır.<sup>83</sup>

Sanal medrese modelinin bir diğer önemli yönü, dini bilginin geleneksel kurumlar dışında alternatif bir öğrenme düzeni içinde sunulmasıdır. Kullanıcı, YouTube üzerinden derslere erişebilmekte, belirli konularda hocanın veya kurumun arşivine başvurabilmekte ve açıklama kısmındaki bağlantılar aracılığıyla daha geniş bir bilgi ağına dahil olabilmektedir. Bu durum, dini otoritenin yalnızca cami, medrese veya yüz yüze ders halkası gibi fiziksel mekanlarda değil, dijital platformlar üzerinden de üretildiğini göstermektedir. Ancak bu üretim tamamen çevrim içi değildir; medrese, dernek, ders halkası, kitap, dergi ve yüz yüze meclislerle birlikte işleyen hibrit bir yapı içinde anlam kazanmaktadır.

Bu nedenle sanal medrese ve ders arşivi modeli, incelenen Selefi dijital tebliğ ağlarında otoritenin sistematik eğitim, ders sürekliliği ve platformlar arası yönlendirme üzerinden nasıl kurulduğunu göstermektedir. YouTube bu modelde bir yayın platformu olmanın ötesinde ders arşivi, dijital medrese, kurumsal hafıza, takipçi yönlendirme alanı ve dini otoriteye sürekli erişim sağlayan bir araç olarak işlev görmektedir.

#### **8.4. Hibrit Ağ Otoritesi ve Platformlar Arası Yönlendirme**

İncelenen YouTube veri setinde öne çıkan dördüncü otorite biçimi, hibrit ağ otoritesi modelidir. Bu modelde YouTube, tek başına bir yayın platformu olarak değil; web sitesi, Telegram, WhatsApp, kitap, dergi, PDF arşivi, medrese, dernek, ders halkası ve yüz yüze meclislerle birlikte işleyen daha geniş bir dijital tebliğ ağının parçası olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle otorite yalnızca videoda konuşan hoca figüründen veya kanal adından

---

<sup>83</sup> Halis Bayancuk Hoca, YouTube kanalı; Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali ve bağlantılı dijital platformlar, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

kaynaklanmamakta; farklı platformlar, iletişim kanalları, yayın materyalleri ve çevrim dışı temas biçimleri arasında kurulan süreklilik üzerinden üretilmektedir.

Halis Bayancuk merkezli dijital ağ bu hibrit yapının en belirgin örneklerinden biridir. Kanal içeriklerinde ders, vaaz, hasbihal, soru-cevap, gündem değerlendirmesi ve çocuklara/gençlere yönelik rehberlik formatları birlikte yer almakta; video açıklamalarında ise Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali, WhatsApp iletişim hattı ve diğer sosyal medya bağlantılarına yönlendirmeler yapılmaktadır. Bu yapı, YouTube kanalının tekil bir medya alanı olmadığını; kitap, dergi, ders, meal, haber/gündem, iletişim ve cemaat ilişkilerini birbirine bağlayan daha geniş bir tebliğ ekosisteminin görünür yüzü olarak işlediğini göstermektedir.<sup>84</sup>

Hasbihal formatı, hibrit ağ otoritesinin çevrim içi ve çevrim dışı boyutlarını birlikte göstermesi bakımından özellikle önemlidir. Fiziksel olarak gerçekleşen pazar dersleri ve yüz yüze sohbet meclisleri YouTube üzerinden dijital dolaşıma girmekte; böylece belirli bir mekânda kurulan temas, çok daha geniş bir izleyici kitlesine taşınmaktadır. Videoların açıklama bölümlerindeki web sitesi, kitap, dergi, meal, ders ve WhatsApp bağlantıları ise izleyiciyi yalnızca içeriği izlemekle bırakmamakta, daha geniş bir iletişim ve eğitim ağına yönlendirmektedir. Bu yönüyle hasbihal videoları, yalnızca sohbet kaydı değil; fiziksel cemaat ilişkisi, karizmatik otorite, dijital arşiv ve platformlar arası yönlendirmenin birleştiği bir ağ düğümü olarak işlev görmektedir.<sup>85</sup>

Bizim Dünyamız kanalında da benzer bir ağ mantığı çocuklara yönelik içerikler üzerinden görünür hale gelmektedir. “Bizim Çocuklar” animasyon serisinde çocuklara yönelik macera anlatısı içinde emanet, güvenilirlik, sorumluluk ve Müslüman kimliği gibi temalar işlenirken video açıklamalarında Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali ve WhatsApp iletişim hattı gibi bağlantılara yer verilmektedir. Bu durum, çocuklara yönelik eğlence içeriğinin yalnızca çocuklara uygun alternatif medya üretimi olmadığını; aynı zamanda aileleri ve çocuk izleyicileri daha geniş bir dini yayın ve iletişim ağına yönlendiren bir geçiş alanı olduğunu göstermektedir.<sup>86</sup>

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, Guraba Der, İLİM-DER ve benzeri kurumsal örneklerde de platformlar arası yönlendirme, otorite üretiminin önemli bir parçası

---

<sup>84</sup> Halis Bayancuk Hoca, seçili YouTube video açıklamaları ve bağlantılı platform yönlendirmeleri, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid Kitap ve Tevhid Meali dijital platformları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>85</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Halis Hoca ile Hasbihal” video serisi, YouTube, seçili bölümler ve açıklama alanları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>86</sup> Bizim Dünyamız, “Bizim Çocuklar 2. Bölüm, Kutunun Sırrı,” YouTube video ve açıklama alanındaki platform bağlantıları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

olarak ortaya çıkmaktadır. Bu yapılarda YouTube kanalı, çoğu zaman web sitesi, Telegram kanalı, sosyal medya hesapları, ders arşivleri, yayınlar ve iletişim hatlarıyla birlikte çalışmaktadır. Böylece kullanıcı, yalnızca bir videoya değil, belirli bir bilgi düzenine, kurumsal kimliğe, dini eğitim hattına ve cemaat ağına yönlendirilmektedir. Bu yapı, dijital tebliğ ağlarının yalnızca içerik üretiminden ibaret olmadığını; takipçiyi farklı temas noktaları arasında dolaşıma sokan çok katmanlı bir yönlendirme sistemi kurduğunu göstermektedir.<sup>87</sup>

Bu hibrit ağ yapısı, çevrim içi ve çevrim dışı alanların iç içe geçtiğini vurgulayan Onlife yaklaşımıyla birlikte değerlendirildiğinde daha açık hale gelmektedir. İncelenen örneklerde dijital platformlar, fiziksel cemaat ilişkilerinden kopuk değildir. YouTube’da izlenen ders, yüz yüze meclise; web sitesindeki metin, WhatsApp iletişimine; Telegram duyurusu, dernek etkinliğine; çocuklara yönelik animasyon, daha geniş bir yayın ağına bağlanabilmektedir. Bu nedenle Selefi dijital tebliğ ağları, yalnızca çevrim içi içerik üreticileri olarak değil, çevrim içi görünürlük ile çevrim dışı cemaat pratiklerini birleştiren hibrit otorite yapıları olarak değerlendirilmelidir.<sup>88</sup>

Hibrit ağ otoritesi modelinin bir diğer önemli yönü, izleyicinin farklı seviyelerde katılımına imkân tanınmasıdır. Kullanıcı yalnızca video izleyen pasif bir takipçi olarak kalmayabilir; yorum yazabilir, soru gönderebilir, WhatsApp hattı üzerinden iletişime geçebilir, Telegram kanalını takip edebilir, kitap veya dergiye ulaşabilir, ders serilerini izleyebilir ya da yüz yüze meclislere katılabilir. Bu çoklu temas noktaları, otoritenin bilgi aktarmanın yanı sıra süreklilik, erişilebilirlik, tekrar, iletişim ve aidiyet üzerinden de güçlenmesini sağlamaktadır.

Bu nedenle hibrit ağ otoritesi, incelenen Selefi dijital tebliğ ağlarının genel yapısını anlamak açısından merkezi bir kavramdır. Şahıs merkezli karizmatik otorite, kurumsal/dernek merkezli otorite ve sanal medrese modeli çoğu zaman birbirinden ayrı değil, aynı ağ içinde birlikte işlemektedir. YouTube ise bu ağın yalnızca vitrini değil; izleyiciyi farklı platformlara, yayınlara, derslere, iletişim kanallarına ve yüz yüze temaslara yönlendiren stratejik bir geçiş noktasıdır. Bu yapı, dijital Selefi tebliğin yalnızca çevrim içi mesaj üretimi değil, platformlar arası, çok katmanlı ve süreklilik taşıyan bir otorite inşası süreci olduğunu göstermektedir.

---

<sup>87</sup> Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, Guraba Der ve İLİM-DER YouTube kanalları, bağlantılı web siteleri, Telegram / WhatsApp duyuru hatları ve sosyal medya yönlendirmeleri, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>88</sup>Demir ve Demir, Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme; Campbell and Tsuria, Digital Religion; Bunt, Islamic Algorithms.

### 8.5. Ara Değerlendirme

Bu bölümde yapılan tipoloji analizi, incelenen Selefi dijital tebliğ aktörlerinin tek bir otorite modeliyle açıklanamayacağını göstermektedir. Şahıs merkezli karizmatik otorite, kurumsal/dernek merkezli otorite, sanal medrese işlevi ve hibrit ağ yapısı çoğu zaman birbirinden ayrı değil, aynı dijital tebliğ ekosistemi içinde iç içe geçmiş biçimde işlemektedir. Bu nedenle incelenen kanallar yalnızca içerik üreticileri olarak değil; dini otorite, aidiyet, eğitim, iletişim ve platformlar arası yönlendirme ilişkilerini dijital ortamda yeniden kuran aktörler olarak değerlendirilmelidir. Bu bulgu, bir sonraki bölümde ele alınacak platform çeşitliliği ve dijital iletişim ağı analizinin temelini oluşturmaktadır.

### 9. Platform Çeşitliliği ve Dijital İletişim Ağı

İncelenen YouTube veri seti, Selefi dijital tebliğ aktörlerinin yalnızca YouTube üzerinde faaliyet göstermediğini; farklı dijital platformlar, web siteleri, sosyal medya hesapları, iletişim kanalları, kitap/dergi yayınları ve çevrim dışı faaliyetlerle birlikte işleyen çok katmanlı bir iletişim ağı kurduğunu göstermektedir. Bu nedenle YouTube, tek başına bağımsız bir yayın mecrası olarak değil, daha geniş bir dijital tebliğ ekosisteminin merkezi görünürlük alanlarından biri olarak değerlendirilmelidir. Video açıklamalarında yer alan web sitesi bağlantıları, Telegram kanalları, WhatsApp iletişim hatları, X, Instagram, kitap satış siteleri, dergi bağlantıları, PDF arşivleri ve ders platformları, izleyicinin tek bir videodan daha geniş bir kurumsal veya cemaat ağına yönlendirildiğini göstermektedir.

Platform çeşitliliği, dijital tebliğ ağlarının erişim kapasitesini ve takipçiyle temas sürekliliğini artıran temel unsurlardan biridir. YouTube uzun formatlı ders, vaaz, hasbihal ve soru-cevap içerikleri için kullanılırken; Telegram duyuru, arşiv ve hızlı dolaşım alanı; WhatsApp doğrudan iletişim ve topluluk yönlendirme kanalı; web siteleri ise metin, kitap, dergi, ders ve kurumsal tanıtım alanı olarak işlev görmektedir. X ve Instagram gibi platformlar ise daha kısa, hızlı ve görünürlük odaklı içerik dolaşımı sağlamaktadır. Böylece aynı aktör veya kurum, farklı platformların imkânlarını kullanarak farklı kullanıcı profillerine ulaşabilmekte ve izleyiciyi tekil içerikten daha geniş bir iletişim ağına dahil edebilmektedir.

Bu yapı, dijital din literatüründe vurgulanan çevrim içi dini otoritenin platformlar arası dolaşım yoluyla yeniden üretildiği yönündeki tespitlerle uyumludur. Bunt’un Siber İslami Çevreler yaklaşımı, çevrim içi İslami alanların yalnızca bilgiye erişim sağlamadığını; dini otoriteyle temas, dini pratiklerin yönlendirilmesi, topluluk ilişkileri ve alternatif bilgi ağlarının

kurulması açısından da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.<sup>89</sup> İncelenen örneklerde de YouTube videosu çoğu zaman bir son nokta değil, izleyiciyi başka platformlara, metinlere, derslere, yayınlara ve iletişim kanallarına yönlendiren bir geçiş noktasıdır.

Platformlar arası bu yapı, çevrim içi ve çevrim dışı alanların iç içe geçtiğini vurgulayan Onlife yaklaşımı açısından da önemlidir. İncelenen kanallarda dijital içerik, fiziksel cemaat ilişkilerinden veya kurumsal faaliyetlerden kopuk değildir. YouTube’da izlenen ders, web sitesindeki metne; açıklama kısmındaki bağlantı, WhatsApp iletişim hattına; Telegram duyurusu, yüz yüze derse; kitap veya dergi bağlantısı, daha sistematik bir dini öğrenme hattına bağlanabilmektedir. Bu nedenle platform çeşitliliği yalnızca teknik bir yayılma stratejisi değil, dijital ve fiziksel temasları birbirine bağlayan bir tebliğ altyapısı olarak değerlendirilmelidir.<sup>90</sup>

Bu bölümde platform çeşitliliği üç düzeyde incelenmektedir. İlk düzey, YouTube açıklama bölümlerinde yer alan bağlantılar ve yönlendirme pratikleridir. Bu düzey, izleyicinin videodan hangi web sitesine, sosyal medya hesabına, kitap/dergi bağlantısına veya iletişim kanalına yönlendirildiğini göstermektedir. İkinci düzey, platformların işlevsel farklılaşmasıdır. Bu düzeyde YouTube, Telegram, WhatsApp, web sitesi, X, Instagram, kitap/dergi ve PDF arşivlerinin hangi amaçlarla kullanıldığı değerlendirilmektedir. Üçüncü düzey ise bu platformların birlikte oluşturduğu ağ yapısıdır. Bu düzeyde dijital platformların, şahıs merkezli otoriteyi, kurumsal yapıları, sanal medrese modelini ve hibrit cemaat ilişkilerini nasıl desteklediği analiz edilmektedir. İncelenen aktörlerin kullandığı dijital mecralar ve bu mecraların ağ içindeki temel işlevleri Tablo 17’de özetlenmektedir.

---

<sup>89</sup> Bunt, *Islam in the Digital Age*; Bunt, *Islamic Algorithms*.

<sup>90</sup> Demir ve Demir, *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme*; Campbell and Tsuria, *Digital Religion*.

Tablo 17. Platform Çeşitliliği Dağılımı ve İletişim Stratejisi

Dijital mecra	Kullanım sıklığı oranı	Dijital ağ yapısı içindeki işlevi
Kendi web siteleri	%70	Bağımsız veri depolama, içerik arşivleme ve kurumsal hafıza alanı
X	%55	Güncel tartışmalara katılım ve geniş kitlelere erişim
Facebook	%50	Yerleşik takipçi tabanını koruma ve yaygın görünürlük sağlama
Instagram	%45	Görsel içerik, kısa formatlı paylaşımlar ve genç kitlelerle temas
Telegram	%30	Ders takibi, içerik duyuruları, PDF kitap veya dergi paylaşımı ve daha kontrollü iletişim
WhatsApp	%20	Doğrudan bilgi akışı, yerel ders duyuruları ve sınırlı grup içi iletişim

**Not:** Tablo, incelenen aktörlerin açık kaynak platform bağlantıları, kanal açıklamaları ve veri setlerindeki çapraz yönlendirme linkleri üzerinden oluşturulmuştur.

Bu çerçevede platform çeşitliliği, incelenen Selefî dijital tebliğ ağlarının yalnızca içerik üretme kapasitesini değil, aynı zamanda takipçiyle sürekli temas kurma, içerikleri arşivleme, farklı kullanıcı ihtiyaçlarına cevap verme, kurum ve hoca figürlerini görünür kılma ve çevrim dışı cemaat ilişkilerine yönlendirme kapasitesini de artırmaktadır. Dolayısıyla YouTube, bu ağın merkezi görünürlük alanı olsa da tek başına yeterli değildir; asıl yapı, farklı platformların birbirini tamamladığı çok katmanlı dijital iletişim mimarisi içinde ortaya çıkmaktadır.

Şekil 6. Platformlar Arası Yönlendirme Kanallarının Dağılımı



**Not:** Şekil, incelenen kanalların açıklama alanlarında ve bağlantı bölümlerinde yer verilen platform yönlendirmelerinin dağılımını göstermektedir. Web sitesi, X, Facebook, Instagram, Telegram ve WhatsApp gibi mecralar, YouTube’un tek başına bir yayın alanı olmadığını; farklı dijital kanallar aracılığıyla daha geniş bir iletişim ve yönlendirme ağına bağlandığını göstermektedir. Bu oranlar, doğrudan etki veya risk göstergesi olarak değil, platform çeşitliliği ve dijital ağ kapasitesine ilişkin açık kaynak göstergeler olarak değerlendirilmelidir.

Şekil 6, platform yönlendirmelerinin genel dağılımını göstermektedir. Bununla birlikte platform çeşitliliği her aktörde aynı biçimde ortaya çıkmamaktadır. Bazı kanallar web sitesi, kitap, dergi ve ders arşivi üzerinden daha kurumsal bir ağ yapısı kurarken, bazıları Telegram veya WhatsApp gibi doğrudan iletişim kanallarına yönelmekte; bazıları ise Instagram, X ve Facebook gibi sosyal medya mecralarıyla görünürliğini desteklemektedir. Bu nedenle platformlar arası ağ bağlantılarının aktör düzeyinde ayrıca incelenmesi gerekmektedir. Seçili aktörlerde platformlar arası ağ bağlantıları ve dijital yönlendirme kapasitesi Tablo 18a. ve 18b.’de sunulmaktadır.

**Tablo 18a. Seçili Aktörlerde Platformlar Arası Ağ Bağlantıları ve Dijital Yönlendirme Kapasitesi**

Aktör / kanal	Web sitesi / kurumsal site	Telegram	WhatsApp	Instagram	X / Twitter	Facebook	Kitap / dergi / ders / medrese bağlantısı	Analitik değerlendirme
<b>Medarik / Mehmet Emin Akin</b>	Belirgin değil	Var	Var	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Ders ve ilim içerikleri, Telegram ve WhatsApp bağlanan üzerinden doğrudan taktoza teması kuran bir yapı göstermektedir.
<b>Biriz Vakfı</b>	Var	Var	Belirgin değil	Belirgin değil	Kısmen	Belirgin değil	Belirgin değil	Suffa Davet bağlantısı, aile ve çocuk temalı içerikler
<b>Rahmet TV / Musab Köyluoğlu</b>	Var	Var	Belirgin değil	Belirgin değil	Kısmen	Var	Var	Aile, çocuk, gençlik ve toplumsal rehberlik temaları üzerinden kurumsal bir görünürlük üretmektedir.
<b>Yarpuz İslami İlimler Araştırma Merkezi</b>	Kısmen	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Var / bağlantılı	Var	Ders ve ilim merkezi kimliği üzerinden kurumsal bir dijital arşiv işlevi üretmektedir.
<b>İLİM-DER</b>	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Var	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Ders ve ilim merkezi kimliği üzerinden kurumsal bir dijital arşiv işlevi üretmektedir.
<b>ULU-DER</b>	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Var	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	WhatsApp paylaşım hattı üzerinden doğrudan iletişim kapasitesi bulunan kurumsal örneklerden biridir.
<b>Feyzullah Birişik</b>	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Var	Var	Dernek bağlantısı
<b>ULU-DER</b>	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Var	Sosyal medya görünürlüğüyle desteklenen yerel/kurumsal dini yapı örneklerinden biridir.
<b>Feyzullah Birişik</b>	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Belirgin değil	Var	Var	Davet içerikleri görünürlüğün sosyal medya bağlantılarıyla desteklendiği bir örnektir.

- **Var:** Aktif ve düzenli kullanım var.
- **Kısmen / Var / bağlantılı:** Kısıtlı veya dolaylı kullanım / bağlantı mevcut.
- **Belirgin değil:** Net bilgiye ulaşamadı veya zayıf görünürlük.

**Tablo 18b. Seçili Aktörlerde Platformlar Arası Ağ Bağlantıları ve Dijital Yönlendirme Kapasitesi**

Aktör / kanal	Web sitesi / kurumsal site	Telegram	WhatsApp	Instagram	X / Twitter	Facebook	Kitap / dergi / ders / medrese bağlantısı	Analitik değerlendirme
Halis Bayancuk Hoca	Var	Kısmen / bağlantılı ağlar	Var	Var / bağlantılı ağlar	Var / bağlantılı ağlar	Var / bağlantılı ağlar	Tevhid Dersleri, Tevhid Dergie, Tevhid Kitap, Tevhid Meali	YouTube, kişisel hoca otoritesi, yayın ağı, kitap, dergi, ders arşivi ve iletişim kanallarının entegrasyonu en belirgin hibrit ağ örneklerinden biridir.
Vasat Kitabevi	Kısmen / kitabevi bağlantısı	Belirgin değil	Var	Var	Var / bağlantılı ağlar	Var / bağlantılı ağlar	Kitabevi / yayım faaliyeti	Kitabevi / yayım faaliyeti
Abdullah Yolcu / Guraba Der	Var / bağlantılı dijital içerici	Kısmen	Belirgin değil	Kısmen	Kısmen	Var / bağlantılı ağlar	Guraba Der, ders içerikleri, SoundCloud bağlantıları	Kitabevi kimliği üzerinden YouTube dışı iletişim ve yayıncılık alanıyla ilişkili görünmektedir.
Murat Gezenler / Şehadet Mektebi	Kısmen	Belirgin değil	Belirgin değil	Var	Var	Var / Belirgin değil	Şehadet Mektebi / ders ağı	Sosyal medya bağlantılarıyla desteklenen ders ve medrese merkezli görünürlük örneğidir.
Abdullah İmamoğlu	Var	Belirgin değil	Belirgin değil	Var	Kısmen	Kısmen	Köklü Değişim / Değişim TV bağlantıları	YouTube görünürlüğü, daha geniş ideolojik ve kurumsal yayın ağıyla desteklenmektedir.
Davet Minberi / Musa Ebu Cafer	Var	Var	Belirgin değil	Belirgin değil	Kısmen	Var	Davet Minberi yayın ağı	Web sitesi, Telegram ve X bağlantıları üzerinden aloformlar orası. görünürlük üreten bir örnektir.
Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği	Var	Kısmen	Kısmen	Kısmen	Kısmen	Kısmen	Ders serileri, İman Mecdidi, tevhidvesunnet.com	Sanal meşheş ve ders arşivi işlevi en belirgin kurumsal örneklerden biridir.
Davet İçerikleri (Minber/ yayım ağı)	Var	Kısmen	Kısmen	Var / bağlantılı ağlar	Var / bağlantılı ağlar	Var / bağlantılı ağlar	Ders arşivi, sosyal medya içerikleri, YouTube bağlantıları	Medrese bağlantısı olan geniş yayın ağı ve sosyal medya entegrasyonu örneğidir.

■ Var / güçlü bağlantı   
■ Kısmen / sınırlı bağlantı   
■ Var / zayıf veya dolaylı bağlantı   
■ Belirgin değil / veri bulunmuyor

**Not:** Tablo, veri setindeki açık kaynak platform bağlantıları, kanal açıklamaları ve aktörlere ilişkin kamuya açık dijital izler üzerinden oluşturulmuştur. “Var” ifadesi ilgili platform bağlantısının açık kaynak verilerde görülebildiğini; “kısmen” ifadesi bağlantının doğrudan kanal açıklamasında değil, bağlantılı ağ veya aktör ekosistemi içinde görüldüğünü; “belirgin değil” ifadesi ise veri setinde açık bir bağlantının tespit edilmediğini ifade etmektedir. Bu

göstergeler, doğrudan örgütsel bağlılık veya etki kanıtı olarak değil, platformlar arası dijital yönlendirme kapasitesine ilişkin açık kaynak göstergeler olarak değerlendirilmelidir.

Tablo 18a ve 18b, incelenen dijital mecraların farklı işlevler üstlendiğini göstermektedir. Web siteleri daha çok içerik arşivleme, kurumsal hafıza ve metin merkezli bilgi alanı olarak öne çıkarken; X, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformları daha hızlı görünürlük ve dolaşım sağlamaktadır. Telegram ve WhatsApp ise duyuru, doğrudan iletişim, sınırlı grup içi temas ve daha kontrollü takipçi yönlendirmesi açısından önem kazanmaktadır. Bu çerçevede platform çeşitliliği, incelenen Selefi dijital tebliğ ağlarının yalnızca içerik üretme kapasitesini değil, takipçiyle sürekli temas kurma, içerikleri arşivleme, farklı kullanıcı ihtiyaçlarına cevap verme ve çevrim dışı cemaat ilişkilerine yönlendirme kapasitesini de artırmaktadır.

### 9.1. YouTube Açıklama Alanları ve Platformlar Arası Yönlendirme

İncelenen YouTube videolarında açıklama alanları, platformlar arası yönlendirmenin en görünür araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Video açıklamaları yalnızca içerik hakkında kısa bilgi veren teknik alanlar değildir; izleyiciyi web sitesine, ders arşivine, kitap ve dergi yayınlarına, sosyal medya hesaplarına, Telegram kanallarına, WhatsApp iletişim hatlarına ve diğer dijital mecralara yönlendiren stratejik bağlantı alanlarıdır. Bu nedenle açıklama alanları, YouTube içeriğinin daha geniş bir dijital tebliğ ağına nasıl bağlandığını gösteren önemli açık kaynak göstergeler arasında değerlendirilmelidir.

Halis Bayancuk merkezli içeriklerde bu yönlendirme pratiği oldukça belirgindir. Hasbihal, ders ve soru-cevap videolarının açıklama bölümlerinde Halis Bayancuk’un kişisel sitesi, Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali ve WhatsApp iletişim hattı gibi bağlantılara yer verilmektedir. Bu bağlantılar, izleyicinin yalnızca videoyu izlemekle kalmayıp ders, dergi, kitap, meal, gündem içerikleri ve doğrudan iletişim kanallarına yönlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Böylece YouTube videosu, tekil bir içerik olmaktan çıkarak daha geniş bir yayın, eğitim ve iletişim ağına giriş noktası haline gelmektedir.<sup>91</sup>

Bizim Dünyamız kanalındaki çocuklara yönelik içeriklerde de benzer bir yönlendirme yapısı görülmektedir. “Bizim Çocuklar 2. Bölüm, Kutunun Sırrı” başlıklı animasyon videosunun açıklama alanında Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid

---

<sup>91</sup> Halis Bayancuk Hoca, seçili YouTube video açıklamaları ve bağlantılı platform yönlendirmeleri, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali ve WhatsApp iletişim hattı bağlantıları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

Kitap, Tevhid Meali ve WhatsApp iletişim hattı gibi bağlantılara yer verilmesi, çocuklara yönelik eğlence içeriğinin daha geniş bir dini yayın ağıyla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu durum, çocuklara yönelik alternatif medya üretiminin yalnızca video düzeyinde kalmadığını; aileleri ve çocuk izleyicileri daha geniş bir platformlar arası tebliğ ekosistemine yönlendirebildiğini ortaya koymaktadır.<sup>92</sup>

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği gibi ders ve ilim halkası merkezli kanallarda açıklama alanları daha çok kurumsal bağlantı ve ders sürekliliği işlevi görmektedir. Kanal açıklamalarında veya video açıklama bölümlerinde web sitesi, sosyal medya hesapları, Telegram bağlantıları ve WhatsApp duyuru hatlarına yer verilmesi, YouTube’un kurumsal iletişim ağının bir parçası olarak kullanıldığını göstermektedir. Bu tür örneklerde açıklama alanı, izleyiciyi yalnızca başka bir videoya değil, daha düzenli bir ders ve bilgi takip sistemine yönlendirmektedir.<sup>93</sup>

Guraba Der, İLİM-DER ve benzeri yapılarda da açıklama alanları, kurumsal görünürlüğün ve takipçi yönlendirmesinin önemli bir parçasıdır. Bu kanallar için YouTube, çoğu zaman ilk temas ve görünürlük alanı olarak işlev görmektedir; açıklama bölümlerindeki bağlantılar ise izleyiciyi dernek, ilim halkası, ders arşivi, sosyal medya hesabı veya iletişim kanalına taşımaktadır. Böylece video açıklamaları, dijital tebliğ ağlarında içerik ile kurumsal yapı arasındaki geçişi sağlayan önemli bir bağlantı mekanizması haline gelmektedir.<sup>94</sup>

Bu açıklama alanları, platformlar arası yönlendirme açısından üç temel işlev üstlenmektedir. Birincisi, izleyiciyi aynı aktörün farklı dijital mecralarına yönlendirerek görünürlüğü artırmaktadır. İkincisi, videoda sunulan dini bilginin kitap, dergi, ders, meal veya web sitesi gibi daha kalıcı materyallerle desteklenmesini sağlamaktadır. Üçüncüsü, WhatsApp ve Telegram gibi kanallar aracılığıyla izleyicinin daha doğrudan ve sürekli iletişim alanlarına dahil edilmesine imkân tanımaktadır. Bu üç işlev birlikte değerlendirildiğinde, açıklama alanlarının hem teknik bir bağlantı listesi hem de dijital tebliğ ağının genişlemesini sağlayan yönlendirme altyapısı olduğu görülmektedir.

Bu nedenle YouTube açıklama alanları, incelenen Selefî dijital tebliğ aktörlerinin platform stratejisini anlamak açısından merkezi önemdedir. Açıklama alanlarında tekrar eden bağlantılar, aktörlerin hangi platformları birlikte kullandığını, hangi yayın ve iletişim ağlarına

---

<sup>92</sup> Bizim Dünyamız, “Bizim Çocuklar 2. Bölüm, Kutunun Sırrı,” YouTube video ve açıklama alanındaki platform bağlantıları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>93</sup> Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, YouTube kanalı, kanal açıklamaları, video açıklama alanları ve bağlantılı sosyal medya hesapları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>94</sup> Guraba Der, YouTube kanalı ve bağlantılı dijital platformları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; İLİM-DER, YouTube kanalı ve bağlantılı dijital platformları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

öncelik verdiğini ve izleyiciyi hangi temas noktalarına yönlendirdiğini göstermektedir. Bu yönüyle açıklama alanları, dijital tebliğ ağlarının yapısal haritasını çıkarmak için önemli bir açık kaynak veri alanı sunmaktadır.

### 9.2. Platformların İşlevsel Farklılaşması

İncelenen dijital tebliğ ağlarında platform çeşitliliği yalnızca aynı içeriğin farklı mecralarda tekrar paylaşılması anlamına gelmemektedir. Aksine her platform, ağ içinde farklı bir işleve karşılık gelmektedir. YouTube daha çok uzun formatlı ders, vaaz, hasbihal, soru-cevap, animasyon ve arşiv içerikleri için kullanılırken; Telegram duyuru, hızlı dolaşım ve arşiv paylaşımı; WhatsApp doğrudan iletişim ve topluluk yönlendirme, web siteleri ise kurumsal tanıtım, metin, kitap, dergi, ders ve bağış altyapısı için kullanılmaktadır. X ve Instagram gibi platformlar ise kısa, hızlı, görsel ve görünürlük odaklı içerik dolaşımı açısından işlev görmektedir.

YouTube, bu ağlarda merkezi görünürlük ve arşiv platformu olarak öne çıkmaktadır. Uzun vaazlar, sistematik ders serileri, hasbihal kayıtları, çocuklara yönelik animasyonlar ve soru-cevap içerikleri YouTube’da kalıcı biçimde arşivlenebilmekte ve tekrar izlenebilmektedir. Bu durum, YouTube’u yalnızca anlık içerik tüketimi için değil, belirli bir hoca, kurum veya ders hattına sürekli erişim sağlayan bir dijital hafıza alanı haline getirmektedir. İzleyici, geçmiş derslere dönebilmekte, belirli başlıklarda arama yapabilmekte ve farklı yaş veya ilgi gruplarına hitap eden içeriklere aynı kanal üzerinden ulaşabilmektedir.<sup>95</sup>

Telegram ve WhatsApp ise daha doğrudan ve süreklilik taşıyan iletişim kanalları olarak değerlendirilebilir. Telegram kanalları çoğu zaman duyuru, içerik paylaşımı, arşiv dolaşımı ve takipçi bilgilendirme işlevi görürken; WhatsApp hatları doğrudan iletişim, soru iletme, duyuru listesine katılma veya topluluk yönlendirmesi açısından önem kazanmaktadır. Bu iki platform, YouTube’daki tek yönlü izleme deneyimini daha sürekli bir takip ve iletişim ilişkisine dönüştürebilmektedir. Bu nedenle Telegram ve WhatsApp bağlantıları, dijital tebliğ ağlarında izleyicinin pasif izleyiciden daha bağlı bir takipçi konumuna geçmesini mümkün kılan temas kanalları olarak okunabilir.<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> Halis Bayancuk Hoca, Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, Guraba Der, Biriz Vakfı ve İLİM-DER YouTube kanalları, seçili video açıklamaları ve platform bağlantıları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>96</sup> Halis Bayancuk Hoca, Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, Guraba Der, İLİM-DER ve Bizim Dünyamız kanallarında yer alan Telegram, WhatsApp, web sitesi ve sosyal medya yönlendirmeleri, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

Web siteleri, kitap, dergi, meal, PDF ve ders platformları ise daha kalıcı ve sistematik bilgi alanları olarak işlev görmektedir. YouTube videosu izleyiciyi belirli bir konuya çekerken, web sitesi veya yayın platformu bu ilgiyi daha düzenli bir bilgi ve materyal akışına bağlamaktadır. Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Kitap, Tevhid Meali ve benzeri bağlantılar bu açıdan yalnızca ek kaynak değil, dijital tebliğ ağının kurumsal hafızasını ve metin merkezli bilgi düzenini oluşturan unsurlardır. Böylece video içeriği, kitap, dergi, ders notu, meal veya web metniyle desteklenen daha geniş bir öğrenme hattına bağlanmaktadır.<sup>97</sup>

Instagram ve X gibi platformlar ise daha çok görünürlük, kısa mesaj dolaşımı, duyuru ve hızlı etkileşim açısından işlev görmektedir. Bu platformlarda uzun ders veya vaaz formatından ziyade kısa alıntılar, görseller, duyurular, gündem yorumları, yönlendirme linkleri ve takipçi etkileşimi öne çıkmaktadır. Bu tür platformlar, YouTube’daki uzun formatlı içeriklere trafik sağlayabilir; aynı zamanda hoca, kurum veya yayın ağının gündelik dijital görünürlüğünü sürdürmesine katkıda bulunabilir. Böylece uzun formatlı dini içerik ile kısa ve hızlı sosyal medya dolaşımı birbirini tamamlayan iki farklı iletişim düzeyi oluşturmaktadır.

Bu işlevsel farklılaşma, dijital tebliğ ağlarının platformları rastgele veya birbirinin yerine geçecek şekilde kullanmadığını göstermektedir. Her platform, ağ içinde belirli bir ihtiyaca cevap vermektedir: YouTube görünürlük ve arşiv; Telegram duyuru ve dolaşım; WhatsApp doğrudan iletişim; web siteleri kurumsal bilgi ve yayın; kitap/dergi hattı metin merkezli süreklilik; Instagram ve X ise hızlı görünürlük ve gündem takibi sağlamaktadır. Bu işlevler birlikte çalıştığında, kullanıcı tek bir videodan başlayarak çok daha geniş bir dini iletişim, eğitim ve aidiyet ağına dahil olabilmektedir.

Bu nedenle platformların işlevsel farklılaşması, incelenen Selefî dijital tebliğ ağlarının süreklilik kapasitesini artıran temel unsurlardan biridir. Tek bir platformun erişim veya görünürlük sınırları, diğer platformlarla tamamlanmakta; böylece içerik, arşiv, iletişim, yayın, duyuru ve topluluk yönlendirmesi aynı ağ içinde birbirini desteklemektedir. Bu çok katmanlı yapı, dijital tebliğ faaliyetlerinin yalnızca video üretiminden ibaret olmadığını; farklı platformların birbirini tamamladığı daha geniş bir iletişim mimarisi içinde işlediğini göstermektedir.

---

<sup>97</sup> Tevhid Dersleri, Tevhid Dergisi, Tevhid Gündemi, Tevhid Kitap ve Tevhid Meali dijital platformları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

### 9.3. Çok Katmanlı Dijital İletişim Ağı

Platformların işlevsel farklılaşması, incelenen Selefi dijital tebliğ ağlarının çok katmanlı bir iletişim mimarisi içinde işlediğini göstermektedir. Bu mimaride YouTube, çoğu zaman ilk görünürlük ve içerik erişimi alanı olarak öne çıkarken; web siteleri, Telegram kanalları, WhatsApp hatları, kitap ve dergi bağlantıları, sosyal medya hesapları ve yüz yüze faaliyetler bu görünürlüğü daha sürekli bir takip, öğrenme ve aidiyet ilişkisine dönüştürmektedir. Bu nedenle dijital tebliğ ağı, tek bir platforma indirgenemeyecek kadar çok yönlüdür.

Bu çok katmanlı yapı içinde ilk katman, içerik görünürlüğü ve arşiv katmanıdır. YouTube; derslerin, vaazların, hasbihal kayıtlarının, soru-cevap videolarının, çocuklara yönelik animasyonların ve gündem değerlendirmelerinin kalıcı biçimde tutulduğu ana mecraya olarak işlev görmektedir. İkinci katman, yönlendirme ve dolaşım katmanıdır. Video açıklamalarındaki bağlantılar, izleyiciyi web sitelerine, kitap/dergi sayfalarına, Telegram kanallarına, WhatsApp hatlarına ve diğer sosyal medya hesaplarına taşımaktadır. Üçüncü katman, doğrudan iletişim ve takip katmanıdır. WhatsApp ve Telegram gibi platformlar, izleyicinin yalnızca video izleyen pasif bir kullanıcı olarak kalmamasını, daha sürekli bir bilgi akışı ve iletişim hattına dahil olmasını mümkün kılmaktadır. Dördüncü katman ise çevrim dışı temas ve cemaat katmanıdır. Ders halkaları, hasbihal meclisleri, dernek faaliyetleri ve yüz yüze buluşmalar, dijital görünürlüğün fiziksel aidiyet ilişkileriyle birleştiği alanları oluşturmaktadır.

Bu yapı, dijital din literatüründe vurgulanan çevrim içi dini alanların yalnızca bilgi aktarma mecraları olmadığı, aynı zamanda dini otorite, topluluk, aidiyet ve pratik rehberlik ilişkilerini yeniden yapılandığı yönündeki tespitlerle uyumludur. Bunt’un çevrim içi İslami ortamlara ilişkin yaklaşımı, dijital mecraların dini bilgiye erişimi kolaylaştırmanın ötesinde, dini otoriteyle temas kurma, yorum arama ve pratik yönlendirme alma süreçlerini de dönüştürdüğünü göstermektedir.<sup>98</sup> İncelenen örneklerde de YouTube videosu çoğu zaman bu sürecin yalnızca başlangıç noktasıdır; izleyici, video aracılığıyla daha geniş bir metin, ders, iletişim, yayın ve cemaat ağına yönlendirilmektedir.

Onlife perspektifi de bu yapıyı açıklamak açısından önemlidir. İncelenen örneklerde çevrim içi ve çevrim dışı alanlar birbirinden kopuk değildir. Bir videoda verilen ders, web sitesindeki metinle; açıklama kısmındaki bağlantı, WhatsApp iletişim hattıyla; Telegram duyurusu, yüz yüze faaliyetle; hasbihal kaydı, fiziksel cemaat deneyimiyle bağlantılıdır. Bu

---

<sup>98</sup> Bunt, *Islam in the Digital Age*; Bunt, *Islamic Algorithms*.

nedenle dijital tebliğ ağları yalnızca çevrim içi mesaj üretimi üzerinden değil, dijital platformlar ile fiziksel cemaat ilişkileri arasındaki süreklilik üzerinden anlaşılmalıdır.<sup>99</sup>

Çok katmanlı dijital iletişim ağı, otorite üretimini de güçlendirmektedir. Şahıs merkezli hoca figürü YouTube’da görünürlük kazanmakta; kurumsal yapı web sitesi, dernek, vakıf veya medrese bağlantılarıyla desteklenmekte; ders arşivleri dini bilginin sürekliliğini sağlamakta, WhatsApp ve Telegram gibi kanallar takipçiyle daha doğrudan temas kurulmasına imkân vermektedir. Böylece otorite yalnızca konuşmanın içeriğinden değil, bu konuşmanın hangi ağ içinde dolaşıma girdiğinden, hangi platformlara bağlandığından ve takipçiyi hangi temas noktalarına yönlendirdiğinden de beslenmektedir.

Bu çok katmanlı yapı, genç kitlelere ve ailelere erişim açısından da önemlidir. Çocuklara yönelik animasyon veya soru-cevap videosu, açıklama kısmındaki bağlantılar aracılığıyla daha geniş bir yayın ağına bağlanabilmekte; genç yetişkinlere yönelik mahremiyet veya ahlak videosu, yorum alanı ve platform yönlendirmeleriyle daha sürekli bir rehberlik ilişkisine dönüşebilmekte; hasbihal formatı ise fiziksel meclis ile dijital izleyici arasında köprü kurabilmektedir. Dolayısıyla platform çeşitliliği, yalnızca teknik erişim kapasitesini değil, farklı yaş ve kullanıcı gruplarıyla kurulan temasın sürekliliğini de artırmaktadır.

Bu nedenle incelenen Selefi dijital tebliğ ağlarında platformlar arası yapı, içerik üretiminden daha fazlasını ifade etmektedir. YouTube, Telegram, WhatsApp, web siteleri, kitap/dergi bağlantıları, sosyal medya hesapları ve yüz yüze temaslar birlikte düşünüldüğünde, bu ağların dijital görünürlük, dini eğitim, otorite inşası, takipçi yönlendirmesi ve aidiyet üretimi açısından bütünlüklü bir iletişim mimarisi oluşturduğu görülmektedir. Bu mimari, dijital tebliğ faaliyetlerinin yalnızca videoların izlenme sayısı üzerinden değil, platformlar arası bağlantı, süreklilik ve yönlendirme kapasitesi üzerinden de analiz edilmesi gerektiğini göstermektedir.

### **10. Coğrafi Yayılım ve Mekânsal Dağılım**

İncelenen YouTube veri seti, Selefi dijital tebliğ ağlarının yalnızca çevrim içi görünürlük üzerinden değil, aynı zamanda belirli şehirler, dernekler, medrese bağlantıları, yüz yüze dersler ve takipçi hareketliliği üzerinden de değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Dijital platformlar, bu aktörlerin mekânsal sınırlarını genişletmekte; belirli bir şehirde, dernekte veya ders halkasında üretilen içeriğin farklı şehirlerden ve ülkelerden izleyicilere ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Bu nedenle coğrafi yayılım, yalnızca kanalın hangi ülkede

---

<sup>99</sup> Demir ve Demir, Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme; Campbell and Tsuria, Digital Religion.

kayıtlı olduğu veya videonun nerede çekildiğiyle sınırlı değildir; içeriklerde geçen şehirler, takipçi katılımı, yüz yüze meclisler, dernek bağlantıları ve platformlar arası yönlendirmeler üzerinden daha geniş bir mekânsal ağ olarak değerlendirilmelidir.<sup>100</sup>

YouTube’un bu yapıdaki temel işlevlerinden biri, yerel veya fiziksel olarak sınırlı dini faaliyetleri dijital dolaşıma sokmasıdır. Bir şehirde düzenlenen pazar dersi, hasbihal meclisi veya medrese faaliyeti, video kaydı aracılığıyla farklı şehirlerdeki izleyicilere ulaşabilmekte; böylece yerel bir cemaat pratiği, ulusal ve bazı durumlarda sınır aşan bir dijital görünürlük kazanmaktadır. Bu durum, çevrim içi ve çevrim dışı alanların birbirinden kopuk olmadığını göstermektedir. Dijital platformlar, fiziksel mekanlarda kurulan otorite ve aidiyet ilişkilerini genişleten, arşivleyen ve farklı coğrafyalara taşıyan araçlar olarak işlemektedir.

Coğrafi yayılımın en görünür olduğu örneklerden biri hasbihal formatıdır. “Halis Hoca ile Hasbihal” serisinin farklı bölümlerinde İstanbul’un çeşitli ilçelerinden, farklı şehirlerden ve yurt dışından gelen takipçilerin sorularına yer verilmesi, bu içeriklerin belirli bir yerel meclisle sınırlı kalmadığını göstermektedir. Fiziksel olarak aynı mekânda bulunan takipçilerin soruları YouTube üzerinden daha geniş bir izleyici kitlesine ulaştırılmakta; böylece yerel temas, dijital dolaşım yoluyla genişleyen bir cemaat deneyimine dönüşmektedir. Bu yapı, farklı coğrafyalardan gelen takipçilerin aynı otorite figürü etrafında görünür hale geldiği hibrit bir mekânsal ağ oluşturmaktadır.<sup>101</sup>

Bu mekânsal ağ yalnızca Türkiye içi şehirlerle sınırlı değildir. Hasbihal içeriklerinde yurt dışından gelen katılımcıların, farklı ülkelerde yaşayan takipçilerin veya Türk Cumhuriyetlerinde davet yapma gibi başlıkların gündeme gelmesi, dijital tebliğ ağlarının sınır aşan bir temas kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir. Burada önemli olan, YouTube’un yalnızca videoyu farklı ülkelerden erişilebilir kılması değildir. Aynı zamanda farklı coğrafyalarda yaşayan takipçilerin soruları, deneyimleri ve aidiyet ifadeleri aynı dijital alanda görünür hale gelmektedir. Bu durum, dijital platformların cemaat tahayyülünü mekânsal olarak genişletebildiğini ortaya koymaktadır.

Dernek, vakıf ve medrese bağlantıları da coğrafi yayılım analizinde önemlidir. Biriz Vakfı, Guraba Der, Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği ve İLİM-DER gibi yapılar, YouTube görünürlüğünün arkasında belirli kurumsal ve mekânsal bağlantılar bulunduğunu göstermektedir. Bu kanalların web siteleri, sosyal medya hesapları, Telegram ve WhatsApp

---

<sup>100</sup> Demir ve Demir, Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme; Campbell and Tsuria, Digital Religion; Bunt, Islamic Algorithms.

<sup>101</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Halis Hoca ile Hasbihal” video serisi, YouTube, farklı şehirlerden ve yurt dışından gelen takipçilerle yapılan seçili hasbihal bölümleri, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

bağlantıları yalnızca çevrim içi görünürlüğü değil; dernek faaliyetleri, ders halkaları, eğitim programları ve yüz yüze temas imkânlarını da işaret etmektedir. Bu nedenle coğrafi yayılım, dijital bağlantıların arkasındaki kurumsal ve mekânsal altyapıyla birlikte değerlendirilmelidir.<sup>102</sup>

Bununla birlikte, açık kaynak verilerin sınırları dikkate alınmalıdır. Bir aktörün belirli bir şehirle, dernekle veya sınır dışı bağlantıyla ilişkilendirilmesi, izleyici kitlesinin doğrudan o merkezde bulunduğunu kanıtlamaz. Aynı şekilde bir videoda yurt dışından gelen bir takipçinin görünmesi, sistematik ve örgütlü bir uluslararası ağ bulunduğu anlamına gelmez. Bu nedenle coğrafi dağılım, izleyici konumunu kesin olarak gösteren bir veri değil, aktörlerin ilişkilendirildiği merkezler, kurumsal adresler, kamuya açık bağlantılar ve içeriklerde görünür hale gelen mekânsal temas göstergeleri üzerinden okunabilecek sınırlı bir açık kaynak göstergesi olarak değerlendirilmelidir.

Platformlar arası yapı, coğrafi yayılımı daha da güçlendirmektedir. YouTube’da izlenen bir ders, WhatsApp hattı üzerinden doğrudan iletişime; Telegram duyurusu üzerinden yeni bir etkinliğe, web sitesi üzerinden ders arşivine veya kitap/dergi yayınına; yüz yüze meclis kaydı üzerinden fiziksel bir cemaat deneyimine bağlanabilmektedir. Böylece coğrafi uzaklık, dijital platformlar aracılığıyla kısmen aşılmakta; farklı şehirlerdeki veya ülkelerdeki kullanıcılar aynı içerik, otorite figürü ve iletişim ağı etrafında birleşebilmektedir. Bu yapı, çevrim içi ve çevrim dışı temasların iç içe geçtiğini vurgulayan Onlife yaklaşımıyla birlikte değerlendirildiğinde daha açıklayıcı hale gelmektedir.<sup>103</sup>

Bu noktada dijital görünürlük ile fiziksel mekânsallık arasındaki ilişkiyi tek yönlü ele almamak gerekir. Dijital platformlar yalnızca fiziksel faaliyetleri görünür kılmamakta; aynı zamanda fiziksel faaliyetlere yönlendirme kapasitesi de üretmektedir. Bir kullanıcı önce YouTube videosu aracılığıyla aktörle tanışabilir, daha sonra web sitesi veya sosyal medya hesabını takip edebilir, WhatsApp hattı üzerinden iletişim kurabilir ya da yüz yüze ders veya hasbihal meclisine katılabilir. Bu nedenle dijital temas, çevrim dışı aidiyet ve mekânsal katılım için bir giriş noktası haline gelebilmektedir.

Aktörlerle ilişkilendirilen coğrafi merkezlere göre toplam abone görünürlüğü ve bu görünürlüğün mekânsal anlamı Tablo 19’da gösterilmektedir. Bu tablo, izleyici kitlesinin kesin coğrafi dağılımını değil, açık kaynak verilerde aktörlerle ilişkilendirilen şehirleri, kurumsal



















---

<sup>102</sup> Biriz Vakfı, Guraba Der, Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği ve İLİM-DER’in YouTube kanalları, web siteleri, sosyal medya hesapları ve açık kaynak platform bağlantıları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>103</sup> Demir ve Demir, Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme; Bunt, Islamic Algorithms.

merkezleri, sınır dışı bağlantıları ve bu merkezlerin dijital görünürlük içindeki yerini göstermektedir.

**Tablo 19. Aktörlerle İlişkilendirilen Coğrafi Merkezlere Göre Toplam Abone Görünürlüğü ve Mekânsal Nitelik, 2026**

Coğrafi merkez / bağlantı	Toplam abone sayısı, bin	Mekânsal görünürlüğün analitik anlamı	Öne çıkan aktör / kurumsal yapı bağlantısı
 <b>İstanbul</b>	659,58 	 Aktör çeşitliliği ve abone görünürlüğü bakımından ağın en belirgin merkezlerinden biri olarak öne çıkmaktadır.	Halis Bayancuk, Hüseyin Çinisi, Abdullah Yolcu
 <b>Suriye bağlantılı aktörler</b>	97,47 	 Dijital ağın Türkiye sınırlarını aşan aktör ve bağlantılarla birlikte değerlendirilmesi gerektiğini düşündürmektedir.	Recep Baltacı, Musa Ebu Cafer
 <b>İzmir</b>	76,50 	 İzmir bağlantılı aktörlerin açık kaynak dijital görünürlük içinde belirli bir yer tuttuğunu göstermektedir.	Ebu Haris, Vasat Kitabevi
 <b>Konya</b>	30,30 	 Belirli yerel ders ve medrese merkezleriyle ilişkilendirilebilecek bir görünürlük alanına işaret etmektedir.	Murat Gezenler, Şehadet Mektebi
 <b>Ankara</b>	28,205 	 İç Anadolu merkezli fıkıh, ilim ve kurumsal dağıtım hatlarının varlığını düşündürmektedir.	Mehmet Emin Akın, Medarik
 <b>Gaziantep</b>	19,80 	 Sınır hattıyla ilişkilendirilebilecek aktörlerin açık kaynak dijital görünürlüğüne işaret etmektedir.	Ubeydullah Arslan

**Not:** Abone sayıları bin cinsinden gösterilmiş olup, YouTube veri dosyalarındaki kurumsal adresler, aktör bağlantıları ve basına yansıyan açık kaynak bilgiler temel alınarak 2026 yılı güncel verileri üzerinden haritalandırılmıştır. Tablo, izleyici kitlesinin kesin coğrafi konumunu değil, aktörlerle ilişkilendirilen açık kaynak mekânsal göstergeleri yansıtmaktadır.

Tablo 19, coğrafi yayılımın izleyici kitlesinin kesin konumuna değil, aktörlerle ilişkilendirilen açık kaynak mekânsal göstergelere dayalı olarak okunması gerektiğine dikkat çekmektedir. İstanbul, abone görünürlüğü ve aktör çeşitliliği bakımından en belirgin merkezlerden biri olarak öne çıkarken; Suriye bağlantılı aktörler, İzmir, Konya, Ankara ve Gaziantep gibi merkezler dijital tebliğ ağlarının farklı yerel, bölgesel ve sınır aşan bağlantılarla birlikte değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle coğrafi dağılım, doğrudan izleyici haritası olarak değil, aktörlerin kurumsal, mekânsal ve dijital görünürlük ilişkilerini gösteren sınırlı bir açık kaynak göstergesi olarak ele alınmalıdır.

TEPAV araştırmasında kendisini Selefî olarak tanımlayan katılımcıların bölgesel dağılımı ile bu çalışmada incelenen YouTube aktörlerinin ilişkilendirildiği şehir, kurum ve dijital bağlantılar birlikte değerlendirildiğinde, iki farklı mekânsal görünürlük düzeyi ortaya çıkmaktadır. TEPAV verisi, bireylerin bölgesel öz-tanımlama profilini gösterirken YouTube veri seti, aktörlerin dijital görünürlüklerinin hangi şehir, kurum, dernek, medrese, yayınevi veya sınır aşan bağlantılarla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu nedenle anket verisindeki bölgesel dağılım ile YouTube veri setindeki coğrafi bağlantılar doğrudan aynı olguyu ölçmemektedir. Bununla birlikte iki veri seti, Selefî aidiyetin toplumsal ve dijital görünürlüğünün mekânsal olarak nasıl farklılaştığını karşılaştırmalı biçimde okumaya imkân tanımaktadır.

TEPAV araştırmasında 2020 yılında kendisini Selefî olarak tanımlayan katılımcıların yüzde 58’inin Güneydoğu Anadolu’da, yüzde 14’ünün ise Akdeniz’de yer aldığı görülmektedir.<sup>104</sup> YouTube veri setinde ise aktörlerle ilişkilendirilen açık kaynak bağlantılar İstanbul, Ankara, Konya, Bursa, Kayseri, Adana ve Almanya gibi farklı mekânlara işaret etmektedir. Bu görünüm, dijital Selefî tebliğ ağlarının yalnızca anket verisinde öne çıkan bölgesel yoğunlaşmalarla sınırlı kalmadığını; büyükşehirler, dernek ve medrese çevreleri, yayınevi ağları, dijital platformlar ve sınır aşan bağlantılar üzerinden daha yaygın ve çok merkezli bir görünürlük üretebildiğini göstermektedir. TEPAV bölgesel bulguları ile YouTube veri setindeki mekânsal bağlantıların karşılaştırmalı okuması Tablo 20a ve 20b’de sunulmaktadır.

---

<sup>104</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 96, Şekil 93.

**Tablo 20a. TEPAV Bölgesel Bulguları ile YouTube Veri Setindeki Mekânsal Bağlantıların Karşılaştırmalı Okunması**

Mekânsal boyut	TEPAV anket verisi	YouTube veri setindeki açık kaynak gösterge	Analitik yorum	Yöntemsel sınırlılık
<b>Güneydoğu Anadolu</b>	2020’de kendisini Selefi olarak tanımlayan katılımcıların %58’i bu bölgede yoğunlaşmaktadır.	YouTube veri setinde doğrudan tüm aktörleri kapsayan izleyici bölge verisi bulunmamaktadır.	TEPAV verisi, Selefi öz-tanımlamanın toplumsal bölgesel yoğunlaşmasını göstermektedir.	YouTube verisi izleyici ikamet bölgesini göstermediği için doğrudan karşılaştırma yapılamaz.
<b>Akdeniz</b>	2020’de Selefi katılımcıların %14’ü Akdeniz Bölgesi’nde yer almaktadır.	Veri setinde Adana bağlantısı gibi Akdeniz’le ilişkilendirilebilecek açık kaynak göstergeler bulunmaktadır.	Akdeniz, hem TEPAV verisinde hem de bazı YouTube bağlantılarında sınırlı ama görünür bir temas alanı olarak okunabilir.	Aktör bağlantısı, bölgedeki toplumsal Selefi nüfusun göstergesi değildir.
<b>İstanbul</b>	TEPAV verisinde İstanbul, Selefi katılımcıların bölgesel dağılımında daha sınırlı görünmektedir.	Veri setinde İstanbul bağlantılı dernek, yayınevi, kanal veya aktör göstergeleri yer almaktadır.	İstanbul, toplumsal oran bakımından sınırlı görünse de dijital ve kurumsal görünürlük açısından önemli bir merkez olabilir.	İstanbul bağlantısı, izleyici kitlesinin İstanbul’da yoğunlaştığı anlamına gelmez.

**Tablo 20b. TEPAV Bölgesel Bulguları ile YouTube Veri Setindeki Mekânsal Bağlantıların Karşılaştırmalı Okunması**

Mekânsal boyut	TEPAV anket verisi	YouTube veri setindeki açık kaynak gösterge	Analitik yorum	Yöntemsel sınırlılık
<b>Ankara ve Konya</b>	TEPAV bölgesel dağılımında Güneydoğu Anadolu ve Akdeniz kadar öne çıkmamaktadır.	YouTube veri setinde Ankara ve Konya bağlantılı aktör ve kurum göstergeleri bulunmaktadır.	Bu şehirler, dijital tebliğ ağlarının kurumsal, ders ve hoca bağlantıları bakımından çok merkezli yapısını göstermektedir.	Şehir bağlantısı, toplumsal aidiyet dağılımıyla doğrudan eşitlenemez.
<b>Bursa, Kayseri ve diğer şehirler</b>	TEPAV verisi bu şehirleri ayrı ayrı değil, bölgesel düzeyde değerlendirmektedir.	YouTube veri setinde Bursa, Kayseri ve farklı şehirlerle ilişkilendirilen açık kaynak bağlantılar bulunmaktadır.	YouTube verisi, yerel dernek, medrese veya hoca çevrelerinin dijital dolaşıma girebildiğini göstermektedir.	Şehir düzeyindeki açık kaynak bağlantılar, temsili anket verisi değildir.
<b>Almanya ve yurt dışı bağlantıları</b>	TEPAV anketi Türkiye içi temsili örnekleme dayanmaktadır.	Veri setinde Almanya gibi yurt dışı bağlantıları ve sınır aşan dijital görünürlük göstergeleri bulunmaktadır.	Dijital Selefi tebliğ ağları, Türkiye içi bölgesel dağılımın ötesinde diaspora ve sınır aşan temas kapasitesi de üretebilmektedir.	Yurt dışı bağlantılar, Türkiye’deki bölgesel öz-tanımlama verisiyle doğrudan karşılaştırılmaz.

**Kaynak:** Demir, İnan, Yücel ve Can, Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor, 96, Şekil 93; yazarlar tarafından oluşturulan YouTube açık kaynak veri seti, 2024-2026.

### 10.1. Yerel Meclisten Dijital Dolaşıma: Hasbihal Örneği

Hasbihal formatı, yerel dini meclislerin dijital platformlar aracılığıyla nasıl daha geniş bir dolaşıma girdiğini gösteren önemli bir örnektir. Fiziksel olarak belirli bir mekânda gerçekleşen sohbet ve soru-cevap ortamı, YouTube üzerinden kaydedilip yayımlandığında yalnızca o mecliste bulunan katılımcılara değil, farklı şehir ve ülkelerdeki izleyicilere de ulaşmaktadır. Böylece yerel cemaat pratiği, dijital platform aracılığıyla daha geniş bir izleyici kitlesinin erişimine açılmaktadır.

“Halis Hoca ile Hasbihal” serisinde farklı şehirlerden ve yurt dışından gelen takipçilerin sorularına yer verilmesi, bu formatın yalnızca yerel bir sohbet meclisi olmadığını göstermektedir. Farklı coğrafyalardan gelen katılımcılar, aynı otorite figürü etrafında görünür hale gelmekte; onların soruları, deneyimleri ve gündelik sorunları YouTube üzerinden daha geniş bir takipçi kitlesiyle paylaşılmaktadır. Bu durum, fiziksel meclis ile dijital izleyici arasında çift yönlü bir temsil ilişkisi oluşturmaktadır.<sup>105</sup>

Bu formatta mekânın önemi tamamen ortadan kalkmamaktadır. Aksine fiziksel meclis, dijital içerik için bir otorite ve aidiyet zemini sağlamaktadır. İzleyici yalnızca bir video izlememekte; belirli bir meclisin, cemaat deneyiminin ve hoca-takipçi ilişkisinin dijital temsilini görmektedir. Bu nedenle hasbihal videoları, dijital tebliğ ağlarında yerel mekânın dijital dolaşıma nasıl dahil edildiğini göstermektedir.

Hasbihal formatının genç kitlelere temas açısından da coğrafi bir boyutu vardır. Farklı şehirlerden gelen gençlerin, üniversite öğrencilerinin veya ailelerin soruları, aynı dijital mecrada görünür hale gelmektedir. Bu durum, belirli bir yerel meclisin gündelik dini rehberlik alanının farklı coğrafyalara taşınmasını mümkün kılmaktadır. Kötü alışkanlıklar, üniversite, ilim talebi, aile ilişkileri ve sosyal çevre gibi başlıkların bu formatta ele alınması, dijital dolaşımın yalnızca coğrafi değil, aynı zamanda kuşaklar arası ve gündelik hayat temelli bir temas alanı oluşturduğunu göstermektedir.<sup>106</sup>

### 10.2. Kurumsal Mekânlar, Dernekler ve Dijital Yayılım

Coğrafi yayılım yalnızca hasbihal formatı üzerinden değil, dernek, vakıf, medrese ve ilim halkası gibi kurumsal yapılar üzerinden de okunabilir. Biriz Vakfı, Guraba Der, Tevhid ve

---

<sup>105</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Halis Hoca ile Hasbihal” video serisi, YouTube, seçili bölümler, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>106</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Kötü Alışkanlıklar Nasıl Bırakılabilir? | Halis Hoca ile Hasbihal,” YouTube video, 2025, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

Sünnet İlimlerini Yayma Derneği ve İLİM-DER gibi örnekler, YouTube görünürlüğünün arkasında belirli kurumsal ve mekânsal altyapıların bulunduğunu göstermektedir. Bu tür yapılar, dijital içerik üretimini çoğu zaman ders, eğitim, yayın, aile çalışmaları, medrese faaliyetleri veya yüz yüze temas imkânlarıyla birlikte yürütmektedir.

Biriz Vakfı örneğinde aile, çocuk, okul, gençlik ve toplumsal kriz temalarının düzenli biçimde işlendiği görülmektedir. Bu içerikler, yalnızca YouTube üzerinden yayımlanan konuşmalar olarak değil, vakıf kimliğiyle ilişkilenen daha geniş bir toplumsal ve kurumsal rehberlik dilinin parçası olarak değerlendirilebilir.<sup>107</sup> Guraba Der örneğinde ise Abdullah Yolcu’nun hoca figürü ile dernek kimliği birlikte işlemekte; devlet okulu, günah, aile ve dini eğitim gibi başlıklar hem bireysel rehberlik hem de dernek merkezli dini otorite ağı içinde dolaşıma girmektedir.<sup>108</sup>

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, kurumsal mekân ile dijital ders arşivi arasındaki ilişkinin belirgin örneklerinden biridir. Kanalda yer alan düzenli ders serileri, YouTube’un bir sanal medrese ve ders arşivi işlevi gördüğünü göstermektedir. Ancak bu dijital arşiv, yalnızca çevrim içi bir bilgi deposu değildir; web sitesi, sosyal medya, Telegram ve WhatsApp gibi bağlantılarla daha geniş bir kurumsal iletişim ağına bağlanmaktadır.<sup>109</sup> Benzer şekilde İLİM-DER gibi örneklerde de YouTube, ilim halkası, ders, evlilik, namaz ve gündelik dini sorumluluklar gibi başlıkların kurumsal bir çerçevede içinde dolaşıma girdiği bir alan olarak işlev görmektedir.<sup>110</sup>

Bu örnekler, dijital görünürlüğün çoğu zaman fiziki kurumlar, ders ortamları, yayın ağları ve iletişim kanallarıyla desteklendiğini göstermektedir. Ancak bu destek, her zaman doğrudan örgütsel yoğunluk veya sistematik yerel faaliyet anlamına gelmez. Açık kaynak veriler, yalnızca aktörlerin hangi kurumlar, şehirler veya platformlarla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu nedenle kurumsal mekanlar ve dijital yayılım arasındaki ilişki, temkinli bir açık kaynak analizi çerçevesinde değerlendirilmelidir.

---

<sup>107</sup> Biriz Vakfı, “Okul Katliamı: Boş Verilmiş Gençliğin Ağır Faturası,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Biriz Vakfı, “İlahi Terbiye: Çocukluk Yılları ve Nübüvete Hazırlık,” YouTube video, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Biriz Vakfı, “Müslüman’ın Kalesi: Aile” video serisi, YouTube, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>108</sup> Guraba Der, YouTube kanalı ve bağlantılı dijital platformları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026; Abdullah Yolcu, seçili YouTube videoları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>109</sup> Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği, YouTube kanalı, seçili ders serileri ve bağlantılı dijital platformları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

<sup>110</sup> İLİM-DER, YouTube kanalı, seçili ders ve sohbet videoları, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

### 10.3. Sınır Aşan Erişim ve Uluslararası Temas Göstergeleri

Dijital platformlar, Selefî tebliğ ağlarının yalnızca yerel veya ulusal düzeyde değil, sınır aşan düzeyde de görünürlük kazanmasına imkân tanımaktadır. YouTube videoları, coğrafi sınırları aşarak farklı ülkelerde yaşayan kullanıcıların aynı içeriklere erişmesini mümkün kılmaktadır. Bu durum, özellikle diasporada yaşayan, Türkiye dışından içerikleri takip eden veya farklı ülkelerle ilişkili dini gündemlere ilgi duyan kullanıcılar açısından önemlidir.

Hasbihal videolarında yurt dışından gelen takipçilerin, farklı ülkelerde yaşayan katılımcıların veya Türk Cumhuriyetlerinde davet yapma gibi başlıkların gündeme gelmesi, bu sınır aşan temas kapasitesinin açık kaynak göstergeleri arasında değerlendirilebilir.<sup>111</sup> Bu tür örnekler, dijital platformların yalnızca içerik erişimini kolaylaştırmadığını; aynı zamanda farklı coğrafyalardaki takipçilerin deneyimlerini aynı dijital alanda görünür kıldığını göstermektedir.

Suriye ile ilişkilendirilen aktörler de coğrafi yayılım analizinde ayrıca dikkat çekmektedir. Bu bağlantılar, dijital tebliğ ağlarının Türkiye sınırlarıyla sınırlı olmayan temas alanlarına sahip olabileceğini düşündürmektedir. Ancak burada da temkinli bir yorum yapılmalıdır. Bir aktörün Suriye ile ilişkilendirilmesi veya sınır dışı bağlantıya sahip görünmesi, tek başına sistematik uluslararası örgütlenme ya da doğrudan etki kanıtı olarak okunamaz. Bu durum, yalnızca açık kaynaklarda görülebilen sınır aşan bağlantı ve görünürlük göstergesi olarak değerlendirilmelidir.

Sınır aşan erişim açısından platformlar arası yapı da önemlidir. YouTube, farklı ülkelerden erişimi mümkün kılan açık bir görünürlük alanı sağlarken Telegram, WhatsApp ve web siteleri daha sürekli iletişim ve takip kanalları oluşturabilmektedir. Böylece kullanıcı, fiziksel olarak farklı bir ülkede bulunsa bile aynı dini içeriklere, ders arşivlerine, iletişim hatlarına ve yayın ağlarına erişebilmektedir. Bu durum, dijital tebliğ ağlarının coğrafi sınırları aşan bir cemaat tahayyülü ve aidiyet dili üretebildiğini göstermektedir.

### 10.4. Ara Değerlendirme

Bu bölümde yapılan analiz, incelenen Selefî dijital tebliğ ağlarının yalnızca çevrim içi görünürlük üzerinden değil, mekânsal ve kurumsal bağlantılar üzerinden de değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. YouTube, yerel dersleri, hasbihal meclislerini, dernek faaliyetlerini, medrese bağlantılarını ve kurumsal yayın ağlarını dijital dolaşıma sokarak belirli bir şehirde veya kurumda üretilen içeriğin farklı şehirlerden ve ülkelerden kullanıcıların

---

<sup>111</sup> Halis Bayancuk Hoca, “Halis Hoca ile Hasbihal” video serisi, YouTube, yurt dışı ve Türk Cumhuriyetlerinde bağlamında davet ve takipçi deneyimlerini içeren seçili bölümler, erişim tarihi: 14 Haziran 2026.

erişimine açılmasını sağlamaktadır. Ancak açık kaynak veriler, izleyicilerin kesin konumunu veya örgütsel bağların yoğunluğunu göstermediği için coğrafi yayılım doğrudan nüfuz ya da etki iddiası olarak değil, dijital görünürlük ve mekânsal temas kapasitesine ilişkin sınırlı bir gösterge olarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle dijital tebliğ ağlarının izlenmesinde yalnızca abone sayısı veya içerik başlıkları değil, aktörlerle ilişkilendirilen mekânlar, kurumsal bağlantılar ve platformlar arası yönlendirmeler de dikkate alınmalıdır.

### 11. Kapsam ve Yöntemsel Notlar

Bu çalışma, açık kaynak YouTube verileri, kanal açıklamaları, video başlıkları, yorum alanları, platform bağlantıları ve kamuya açık dijital izler üzerinden hazırlanmıştır. Bu yönüyle çalışma, incelenen aktörlerin dijital görünürlüğünü, içerik üretim sürekliliğini, söylem temalarını, platformlar arası yönlendirme pratiklerini ve potansiyel temas kapasitesini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bulgular, doğrudan bireysel etki veya izleyici davranışı ölçümü olarak değil, açık kaynak veriler üzerinden yapılan nicel ve nitel bir dijital görünürlük değerlendirmesi olarak okunmalıdır.

Bu çerçevede abone sayısı, izlenme, video sayısı, yorum yoğunluğu, platform bağlantıları ve içerik temaları; aktörlerin dijital erişim kapasitesi ve platformlar arası ağ yapısı hakkında anlamlı göstergeler sunmaktadır. Ancak bu göstergeler, izleyicilerin gerçek demografik özellikleri, bireysel etkilenme düzeyleri, çevrim dışı davranışları veya örgütsel bağlılıkları hakkında doğrudan ve kesin sonuçlar üretmez. Bu nedenle çalışma boyunca dijital metrikler, etki veya radikalleşme kanıtı olarak değil, görünürlük, süreklilik, temas kapasitesi ve yönlendirme potansiyeline ilişkin açık kaynak göstergeler olarak değerlendirilmiştir.

Benzer şekilde, çocuklara, gençlere veya ailelere yönelik içeriklerden söz edilirken bu değerlendirme; video başlıkları, içerik formatları, sorulan sorular, yorum alanları, hitap biçimleri ve içeriklerde öne çıkan temalar üzerinden yapılmaktadır. Bu göstergeler, belirli kullanıcı gruplarıyla kurulan muhtemel temas biçimlerini anlamaya yardımcı olmakta; ancak izleyici kitlesinin gerçek yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, sosyoekonomik durum veya coğrafi konum dağılımını kesin olarak göstermemektedir. Yorum alanları da benzer şekilde, izleyicilerin bazı tepkilerini ve etkileşim biçimlerini görünür kılmakla birlikte, bütün izleyici kitlesini temsil eden veriler olarak ele alınmamıştır.

Çalışmanın açık kaynak niteliği, kapalı Telegram grupları, WhatsApp toplulukları, özel mesajlaşmalar, yüz yüze dersler, kapalı toplantılar veya bireysel temaslar gibi kamuya açık olmayan alanların doğrudan incelenmediği anlamına gelmektedir. Bununla birlikte kamuya

açık video açıklamaları, bağlantılar, kurumsal siteler, sosyal medya yönlendirmeleri ve içeriklerde görünür hale gelen temas biçimleri, bu ağların çevrim içi ve çevrim dışı boyutları hakkında sınırlı fakat anlamlı göstergeler sunmaktadır.

Dijital platform verilerinin zaman içinde değişebilir olduğu da dikkate alınmalıdır. Abone sayıları, video izlenmeleri, yorumlar, bağlantılar, kanal açıklamaları ve yayın sıklıkları zamanla değişebilmekte; bazı içerikler silinebilmekte veya erişime kapatılabilmektedir. Bu nedenle çalışma, belirli bir zaman aralığında erişilebilen açık kaynak veriler üzerinden yapılmış bir kesit değerlendirmesi niteliği taşımaktadır.

Son olarak, çalışmanın amacı dijital Selefî tebliğ içeriklerini doğrudan şiddet, suç veya terörizmle özdeşleştirmek değildir. İncelenen içeriklerin önemli bir bölümü dini eğitim, ahlak, aile, çocuk yetiştirme, mahremiyet, ilim talebi, evlilik, okul ve gündelik rehberlik gibi başlıklar etrafında şekillenmektedir. Bununla birlikte bu içerikler, genç kitlelere erişim, alternatif dini otorite üretimi, platformlar arası yönlendirme, aidiyet inşası ve çevrim içi-çevrim dışı temas sürekliliği açısından izlenmeye değer açık kaynak göstergeler sunmaktadır. Bu nedenle çalışma, dini ifade alanını genelleyici veya kriminalize edici bir yaklaşımla değil; açık kaynak veriler üzerinden ayrıştırıcı, temkinli ve analitik bir çerçevede değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

### **12. İzleme ve Politika Açısından Değerlendirme**

TEPAV araştırmasının radikal dini tutumlara ilişkin bulguları, bu çalışmanın politika önerileri açısından önemli bir denge noktası sunmaktadır. Araştırmada oluşturulan ideolojik radikalizm endeksine göre, radikal dini tutumlara sahip olarak kategorize edilen katılımcıların oranı 2016 yılında yüzde 4 iken, 2020 yılında yüzde 2’ye düşmüştür.<sup>112</sup> Bu bulgu, Türkiye genelinde radikal dini tutumların yaygınlığının düşük ve azalma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla dijital Selefî tebliğ ağlarına yönelik politika yaklaşımı, dini ifade alanını genelleyici biçimde riskli gören, kriminalize edici veya yasaklayıcı bir çerçeveye dayanmamalıdır.

Bununla birlikte aynı araştırma, sosyal dışlanmanın radikal dini tutumların ortaya çıkmasında önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. 2016 yılında sosyal olarak dışlanmış katılımcılar arasında radikal dini tutumların oranı yüzde 19 iken, sosyal dışlanma yaşamayanlar arasında bu oran yüzde 3’tür. 2020 yılında ise sosyal dışlanmış bireyler arasında bu oran yüzde 12’ye düşmüş olmakla birlikte, sosyal dışlanma yaşamayanlar arasındaki yüzde 2’lik orana

---

<sup>112</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 80.

kıyasla halen daha yüksektir.<sup>113</sup> Bu bulgu, dijital platformlarda yalnızca ideolojik içeriklerin değil, aidiyet eksikliği, dışlanmışlık hissi, toplumsal kopuş, mağduriyet dili ve kapalı grup kimliği gibi göstergelerin de dikkatle izlenmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu nedenle bu çalışmanın önerdiği politika yaklaşımı, dini tebliğ faaliyetlerini genel bir güvenlik tehdidi olarak değerlendirmek yerine, ayrıştırıcı ve gösterge temelli bir izleme çerçevesine dayanmaktadır. Açık kaynak izleme, yalnızca abone sayısı veya video izlenmesi gibi nicel metriklerle sınırlı kalmamalı; genç kitlelere erişim, kapalı platformlara yönlendirme, dışlayıcı grup kimliği, sosyal kopuş söylemi, resmi ve toplumsal otoritelere karşı mutlak reddiye, şiddet veya suçun meşrulaştırılması ve çevrim içi-çevrim dışı temasların yoğunlaşması gibi nitel göstergelerle birlikte yürütülmelidir. Böylece politika düzeyinde hem dini ifade özgürlüğü korunabilir hem de gençlerin kırılabilirliklerini istismar edebilecek dijital ağ yapıları daha dikkatli biçimde izlenebilir.

Bu bağlamda Türkiye açısından geliştirilecek politika çerçevesi üç temel dengeyi gözetmelidir.<sup>114</sup> Birincisi, ifade ve din özgürlüğü ile güvenlik ihtiyacı arasında hassas bir denge kurulmalıdır. İkincisi, gençlerin dijital ortamlarda karşılaştığı dini, ideolojik ve kimlik temelli içerikler yalnızca güvenlik meselesi olarak değil; eğitim, aile, psikoloji, gençlik politikası ve dijital medya okuryazarlığı meselesi olarak da ele alınmalıdır. Üçüncüsü, platformlar arası geçişler ve kapalı ağlara yönlendirmeler teknik izleme kapasitesiyle birlikte sosyolojik ve pedagojik analiz gerektiren çok boyutlu süreçler olarak değerlendirilmelidir.

Bu ayrıştırıcı yaklaşımı daha sistematik hale getirmek için açık kaynak izleme ve analiz süreçlerinde kullanılacak bir önceliklendirme matrisi oluşturulmuştur. Tablo 21a ve Tablo 21b’de sunulan bu matris, dini içerikleri otomatik biçimde risk kategorilerine ayırmak için değil, farklı açık kaynak göstergelerin hangi bağlamlarda daha dikkatli değerlendirilmesi gerektiğini göstermek için hazırlanmıştır. Tablo 21a düşük ve orta öncelikli göstergeleri, Tablo 21b ise orta-yüksek ve yüksek öncelikli göstergeleri özetlemektedir.

---

<sup>113</sup> Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 77, Şekil 73.

<sup>114</sup>Bu bölümde geliştirilen izleme ve politika değerlendirme çerçevesi, Prof. Dr. Hilmi Demir ve Av. Oğuz Demir’in *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme: Çeteler Çocuklarımızı Nasıl Çalıyor?* başlıklı çalışmasında öne çıkan bütüncül önleme, gençlik politikası, aile-okul desteği, dijital tehditlerle mücadele ve kanıta dayalı müdahale yaklaşımından esinlenilerek oluşturulmuştur.

**Tablo 21a. Açık Kaynak İzleme ve Analiz İçin Önceliklendirme Matrisi: Düşük ve Orta Öncelikler**

Analiz/izleme önceliği	Açık kaynak gösterge	Örnek içerik / davranış biçimi	Politika açısından anlamı	Değerlendirme notu
Düşük öncelik	Genel dini eğitim ve ders içerikleri	Akide, fıkıh, hadis, tefsir, namaz, ahlak ve aile konulu düzenli dersler	Dini ifade ve eğitim alanı içinde değerlendirilmelidir.	Tek başına risk göstergesi değildir; yalnızca dijital dini otorite ve görünürlük analizi açısından izlenebilir.
Düşük öncelik	Genel ahlaki rehberlik	Günah, tevbe, kötü alışkanlıkları bırakma, aile illetleri, evlilik ve kişisel disiplin içerikleri	Gençlerin ve ailelerin gündelik dini rehberlik arayışını gösterir.	Destekleyici ve rehberlik edici içeriklerle karıştırılmamalıdır; kriminalize edilmemelidir.
Düşük-Orta öncelik	Gençlere ve çocuklara yönelik düzenli içerik üretimi	Çocukca Sorular, animasyon, gençlik, okul, aile ve sosyal medya temalı videolar	Genç kitlelerle temas kapasitesini gösterir.	Doğrudan risk değil, genç kullanıcılarla kurulan temas biçimini anlamak için önemlidir.
Orta öncelik	Keskin biz/onlar ayrımı	Hak-batıl, ümmet-düşman, sahih-sapma, temiz-kirli gibi ikili karşıtlıkların yoğun kullanımı	Aidiyet ve sınır çizme dilinin güçlendiğini gösterir.	Dini kimlik inşası açısından anlaşılabilir; ancak düşmanlaştırıcı dil ile birleşirse daha dikkatli değerlendirilmelidir.
Orta öncelik	Toplumsal kopuşu güçlendiren söylem	Okul, aile dışı çevre, kamusal hayat veya ana akım toplumla mesafeyi mutlaklaştıran anlatılar	Gençlerin sosyal bağlarını zayıflatabilecek söylem örüntülerine işaret edebilir.	Tekil ifadeler yerine tekrar eden söylem kalıpları ve bağlam analiz edilmelidir ayrıca haritalandırılmalıdır.
Orta öncelik	Kapalı veya yarı kapalı platformlara yönlendirme	YouTube'dan Telegram, WhatsApp, özel ders grupları veya iletişim formlarına düzenli yönlendirme	Açık platformdan daha kontrollü iletişim alanlarına geçiş kapasitesini gösterir.	Her yönlendirme riskli değildir; ancak yoğun, sistematik ve gençlere yönelik yönlendirmeler ayrıca haritalandırılmalıdır.

**Tablo 21b. Açık Kaynak İzleme ve Analiz İçin Önceliklendirme Matrisi: Orta-Yüksek ve Yüksek Öncelikler**

Analiz/izleme önceliği	Açık kaynak gösterge	Örnek içerik / davranış biçimi	Politika açısından anlamı	Değerlendirme notu
Orta-yüksek öncelik	Düşmanlaştırıcı grup kimliği	Belirli dini, toplumsal, siyasi veya mezhebi grupların sürekli tehdit, sapma veya düşman olarak sunulması	Kutuplaşma, dışlama ve grup içi kapanma eğiliminin güçlenebilir.	Risk değerlendirmesi, dilin yoğunluğu, tekrar sıklığı ve hedef gösterme düzeyiyle birlikte yapılmalıdır.
Orta-yüksek öncelik	Gençlerin aidiyet arayışını kapalı bir gruba bağlama	"Kurtuluş", "hak yol", "yalnız kalma", "dava", "sabır", "istikamet" gibi kavramların kapalı aidiyetle birlikte kullanılması	Genç kullanıcıların anlam ve aidiyet arayışının tek bir otorite ağına yöneline potansiyelini gösterir.	Bu söylem doğrudan risk değildir; ancak sosyal kopuş, mutlak bağlılık ve kapalı ağlarla birleştiğinde önem kazanır.
Yüksek öncelik	Şiddet veya suçun dini/ideolojik çerçeveye meşrulaştırılması	Suç işlemeyi, saldırıyı, silahlı mücadeleyi veya yasa dışı eylemi dini bir zorunluluk gibi sunan içerikler	Güvenlik riski açısından öncelikli değerlendirme gerektirir.	Bu tür içerikler dini ifade alanından ayrıştırılmalı ve hukuki çerçeve içinde ele alınmalıdır.
Yüksek öncelik	Açık platformdan kapalı ağa geçiş + düşmanlaştırıcı söylem birikteliği	YouTube’da dışlayıcı söylem, açıklama alanında Telegram/WhatsApp yönlendirmesi, kapalı gruplara davet	Radikalleşme ve grup içi mobilizasyon süreci açısından kritik eşik olabilir.	Tekil platform bağlantısı değil, söylem, yönlendirme ve kapalı çerçeve içinde ele alınmalıdır.
Yüksek öncelik	Gençleri aileden, okuldan veya toplumsal haptattan koparmaya dönük açık çağrılar	Aileyle bağ koparma, okulu terk etme, toplumdaki tümameti ayırma veya yalnızca grup içi otoriteye bağlanma çağrıları	Sosyal izolasyon ve kapalı grup aidiyeti açısından riskli örüntüler oluşturabilir.	Tekil platform bağımlılık politikası, aile desteği, okul rehberliği ve psikososyal destekle birlikte değerlendirilir.
Yüksek öncelik	Kriz anılatısının eylem çağrısına dönüşmesi	Zulüm, mağduriyet, öfke veya intikam dilinin doğrudan eylem, saldırı veya suç çağrısıyla birleşmesi	Duygusal mobilizasyonun güvenlik riski taşıyan bir eylem çeremesine dönüşmesine işaret eder.	Mağduriyet veya ümmet duyarlığı tek başına risk değildir; risk, bunun şiddet veya suç çağrısıyla birleşmesinde ortaya çıkar.

**Not:** Tablo 21a. ve 21b., dini içerikleri veya Selefî tebliğ faaliyetlerini doğrudan riskli olarak sınıflandırmak için değil, açık kaynak göstergeler arasında önceliklendirme yapabilmek için oluşturulmuştur. Her gösterge, tek başına kesin sonuç üretmez; içerik bağlamı, söylem yoğunluğu, platformlar arası yönlendirme, hedeflenen kullanıcı profili, yorum alanı ve çevrim dışı temas göstergeleriyle birlikte değerlendirilmelidir.

Tablo 21a. ve 21b., açık kaynak izleme ve analiz süreçlerinde genelleyci ve kriminalize edici yaklaşımlardan kaçınmak için ayrıştırıcı bir çerçeve sunmaktadır. Dini dersler, ahlaki rehberlik veya aile temalı içerikler düşük öncelik içinde değerlendirilirken; dışlayıcı grup kimliği, toplumsal kopuş söylemi, kapalı ağlara sistematik yönlendirme ve şiddet veya suçun meşrulaştırılması gibi göstergeler daha dikkatli analiz gerektirmektedir. Bu yaklaşım hem dini ifade alanını korumayı hem de genç kitlelerle temas eden dijital ağlarda olası risk örüntülerini erken fark etmeyi mümkün kılmaktadır.

Bu çerçeve doğrultusunda, aşağıda dijital Selefi tebliğ ağlarının izlenmesi, genç kitlelerin desteklenmesi, platformlar arası yönlendirme kapasitesinin anlaşılması ve dini ifade alanının korunması amacıyla geliştirilebilecek politika önerileri sunulmaktadır.

### 12.1. Politika Önerileri

İlk olarak, açık kaynak dijital izleme kapasitesi güçlendirilmelidir.<sup>115</sup> YouTube, Telegram, WhatsApp yönlendirmeleri, web siteleri, X, Instagram, kitap/dergi ağları ve video açıklama alanları birlikte takip edilmelidir. İzleme yalnızca tek bir platformla sınırlı kalmamalı; platformlar arası geçişler, içerik dolaşımı, tekrar eden temalar ve genç kitlelerle temas biçimleri birlikte haritalandırılmalıdır.

İkinci olarak, dini ifade ile riskli içerik arasındaki ayrımı mümkün kılan açık göstergeler geliştirilmelidir. Tevhid, akide, fıkıh, aile, ahlak veya dini eğitim içerikleri tek başına risk göstergesi olarak değerlendirilmemelidir. Buna karşılık şiddeti meşrulaştıran, demokratik ve toplumsal düzenle tüm bağları koparmayı teşvik eden, gençleri aileden ve okuldan uzaklaştıran, dışlayıcı grup kimliği üreten, açık veya örtük biçimde suç işlemeyi meşru gösteren söylemler daha dikkatli izlenmelidir.

Üçüncü olarak, gençlere yönelik alternatif ve güvenilir dijital rehberlik kanalları desteklenmelidir. İncelenen örnekler, gençlerin yalnızca dini bilgi değil, aynı zamanda okul, aile, mahremiyet, sosyal medya, kötü alışkanlıklar, evlilik, günah ve kimlik arayışı gibi konularda rehberlik aradığını göstermektedir. Bu alanların boş bırakılması, gençlerin tek yönlü ve kapalı dini yorum ağlarına daha fazla yönelmesine neden olabilir. Bu nedenle güvenilir, kapsayıcı, pedagojik ve gençlerin gündelik sorunlarına cevap verebilen dijital rehberlik içerikleri geliştirilmelidir.

Dördüncü olarak, aile ve okul temelli önleyici kapasite güçlendirilmelidir. Gençlerin dijital dini içeriklerle kurduğu ilişki yalnızca bireysel merak veya ideolojik yönelimle açıklanamaz. Aile içi iletişim sorunları, okul aidiyeti eksikliği, dışlanma, akran baskısı, yalnızlık, öfke ve anlam arayışı gibi faktörler de gençlerin dijital rehberlik arayışını etkileyebilir. Bu nedenle ailelere, öğretmenlere, okul psikolojik danışmanlarına ve gençlik çalışanlarına dijital dini içerikleri anlama, gençlerle yargılamadan konuşma ve riskli örüntüleri ayırt etme konusunda destek verilmelidir.

---

<sup>115</sup> Bu alt bölümdeki politika önerileri hazırlanırken Prof. Dr. Hilmi Demir ve Av. Oğuz Demir’in *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme: Çeteler Çocuklarımızı Nasıl Çalıyor?* başlıklı çalışmasında öne çıkan bütüncül önleme, aile-okul desteği, gençlik politikası, dijital tehditlerle mücadele ve kanıta dayalı müdahale yaklaşımından yararlanılmıştır.

Beşinci olarak, platformlar arası yönlendirmeler daha sistematik biçimde izlenmelidir. YouTube videolarının açıklama alanlarında yer alan Telegram, WhatsApp, web sitesi, kitap, dergi, PDF ve sosyal medya bağlantıları, açık platformlardan daha kapalı veya kontrollü iletişim alanlarına geçiş kapasitesi hakkında önemli göstergeler sunmaktadır. Bu yönlendirmelerin otomatik olarak riskli olduğu söylenemez; ancak genç kullanıcıların hangi temas zincirleri üzerinden daha kapalı ağlara dahil olabileceğini anlamak için bu bağlantılar düzenli biçimde haritalandırılmalıdır.

Altıncı olarak, izleme ve değerlendirme süreçlerinde çok disiplinli uzman ekiplerden yararlanılmalıdır. Bu alandaki değerlendirmeler yalnızca güvenlik uzmanları tarafından değil; din sosyolojisi, ilahiyat, eğitim bilimleri, psikoloji, gençlik çalışmaları, medya çalışmaları, veri analizi ve hukuk alanlarından uzmanların katkısıyla yapılmalıdır. Çünkü dijital dini ağlar hem dini ifade hem gençlik kültürü hem platform dinamikleri hem de olası güvenlik riskleriyle iç içe geçmiş yapılar olarak işlemektedir.

Yedinci olarak, karşı anlatı ve alternatif anlatı çalışmaları doğrudan yasaklama mantığıyla değil, gençlerin ihtiyaçlarını anlayan bir yaklaşımla geliştirilmelidir. Gençlerin kesinlik, aidiyet, anlam, disiplin, öfke ve kimlik arayışlarına cevap vermeyen içerikler etkili olmayacaktır. Bu nedenle karşı anlatılar yalnızca “bu yanlış” demekle sınırlı kalmamalı; gençlere güvenli aidiyet, eleştirel düşünme, dini çoğulculuk, şiddetsiz ifade, toplumsal katılım ve sağlıklı dijital medya kullanımı alanlarında alternatif yollar sunulmalıdır.

Sekizinci olarak, izleme ve değerlendirme süreçleri açık bir hukuki ve etik çerçeve içinde yürütülmelidir. Dijital dini ağların izlenmesi, ifade özgürlüğü, din özgürlüğü, kişisel verilerin korunması ve ölçülülük ilkeleriyle uyumlu olmalıdır. Bu nedenle açık kaynak izleme faaliyetleri şeffaf, denetlenebilir, bağlama duyarlı ve genelleyici müdahalelerden kaçınan bir çerçevede tasarlanmalıdır. Amaç, dini ifade alanını sınırlamak değil; genç kitlelerle temas eden dijital ağlarda olası risk örüntülerini erken, dikkatli ve destekleyici biçimde fark edebilmektir.

Son olarak, izleme politikası yalnızca risk tespitine değil, önleyici ve destekleyici müdahalelere de odaklanmalıdır. Gençlerin dijital dini içeriklerle kurduğu ilişki çoğu zaman yalnızlık, aidiyet arayışı, aile içi çatışma, okul deneyimi, kimlik bunalımı veya anlam ihtiyacıyla bağlantılıdır. Bu nedenle izleme kapasitesi, gençleri kriminalize eden bir yaklaşıma dönüşmemeli; erken uyarı, rehberlik, aile desteği, okul temelli destek ve güvenli dijital yönlendirme mekanizmalarıyla birlikte düşünülmelidir. Dijital Selefî tebliğ ağlarına yönelik önleyici politika alanları ve müdahale araçları Tablo 22a.ve 22b.’de özetlenmektedir.

**Tablo 22a. Dijital Selefi Tebliğ Ağlarına Yönelik Önleyici Politika Alanları ve Müdahale Araçları**

Politika alanı	İzlenen sorun / gösterge	Önerilen müdahale aracı	İlgili aktörler	Beklenen politika katkısı
<b>Açık kaynak dijital izleme</b>	YouTube, Telegram, WhatsApp, web sitesi ve sosyal medya bağlantılarının birlikte işlenmesi	Plattformar arast açık kaynak ağ haritalandırması	Kamu kurumları, akadenti, veri analisteri, medya araştırmaclarını	Tekil video veya kanal yerine ağ yapısının, yönlendirme zincirlerinin ve görünürlük örüntülerinin anlaşılmasını sağlar.
<b>Gençlere yönelik güvenliir dijital rehberlik</b>	Gençlerin aile, okul, mahremiyet, sosyal medya, günah, evlilik ve kimlik konularında dini rehberlik araması	Geng dostu, kapsayıcı ve pedagojik dijital içerik üretimi	MEB, Diyanet, üniversiteler, gençlik merkezleri, uzman STK’lar	Gençlerin tek yönlü ve kapalı yorum ağlarına yönelmesini azaltabilecek güvenliir alternatif rehberlik alanları oluşturur.
<b>Aile ve okul desteği</b>	Gençlerin aidiyet, dışlanma, aile içi iletişim ve okul deneyimi sorunları	Ailelere ve öğretmenlere yönelik dijital dini içerik okuryazarlığı eğitimleri	MEB, okul psikologik danışmanları, aile danışmanlığı merkezleri	Aile ve okulun gençlerin diğital dini içeriklerle kurduğu ilişkiyi yargılamadan anlamasını ve erken destek sunmasını sağlar.
<b>Dijital medya okuryazarlığı</b>	Kısa video, kesit, öneri algoritmaları, duygusal, mobilizasyon ve platform estetiği üzerinden içerik dolaşımı	Okullarda ve gençlik programlarında dijital medya okuryazarlığı modülleri	MEB, üniversiteler, gençlik çalışanları, medya uzmanları	Gençlerin çevrim içi dini, ideolojik ve politik içerikleri eleştirel biřimde değerlendirme kapasitesini güçlendirir.
<b>Dini ifade ile riskli söylemin ayırıtırılması</b>	Dini içeriklerin genelleyici biřimde riskli görölmesi veya riskli söylemlerin fark edilememesi	Açık, ölçülebilir ve bağlama duyarlı risk göstergeleri geliştirilmesi	Din sosyologları, ilahiyatçılar, hukukçular, güvenlik uzmanları	Dini ifade alanını kriminalize etmeden, şiddet veya suçun meşrulaştırıldığı içerikleri ayırt etmeye yardımcı olur.
<b>Kapalı platformlara geçiřin izlenmesi</b>	YouTube’dan Telegram, WhatsApp veya özel gruplara yönlendirme	Açık platformdan kapalı/yarı kapalı platformlara geçiş örüntülerinra haritalandırılması	Kamu kurumları, platformlar, uzman araştırma ekipleri	Kapalı alanlara geçişin yoğunlaştığı durumlarda erken uyan kapasitesi sağlar.

**Tablo 22b. Dijital Selefi Tebliğ Ağlarına Yönelik Önleyici Politika Alanları ve Müdahale Araçları**

<b>Karşı anlatı ve alternatif anlatı üretimi</b>	Gençlerin anlam, aidiyet, kesinlik ve kimlik arayışlarının tek yönlü ağlarca karşılanması	Gençlerin diline uygun, güvenli aidiyet ve şiddetsiz ifade alanları sunan içerikler	Gençlik merkezleri, eğitimler, psikologlar, dini rehberlik uzmanları	“Bu yanlış” diyen yukarıdan aşağıya kurulan tek yönlü anlatılar yerine, gençlerin ihtiyaçlarına cevap veren alternatif anlam ve aidiyet alanları oluşturur.
<b>Çok disiplinli uzman ekipler</b>	Dijital dini ağların hem dini hem sosyolojik hem psikolojik hem de teknik boyutlar taşıması	Din sosyolojisi, ilahiyat, eğitim, psikoloji, hukuk, veri analizi ve medya çalışmaları uzmanlarından oluşan ekipler	Üniversiteler, düşünce kuruluşları, kamu kurumları	Tek boyutlu güvenlik yaklaşımının ötesine geçerek daha isabetli ve dengeli değerlendirme yapılmasını sağlar.
<b>Veri seti ve periyodik güncelleme</b>	Abone sayıları, platform bağlantıları, video sıklığı ve içerik temalarının zaman içinde değişmesi	Periyodik açık kaynak verilerinin güncellemesi ke karşılaştırmak raporlama yapmak	Araştırma merkezleri, akademik ekipler, düşünce kuruluşları	Dijital ağların durağan değil, değişen yapılar olarak izlenmesini sağlar.
<b>Hukuki ve etik çerçeve</b>	İzleme faaliyetlerinin ifade özgürlüğü, din özgürlüğü ve kişisel veri baklarıyla çatışma riski	Şeffaf, hukuka uygun, ölçülü ve denetlenebilir izleme likeleri	Hukukçular, kamu kurumları, insan hakları uzmanları, platform temsilcileri	İzleme kapasitesinin keyfi veya genelleyici müdahalelere dönüşmesini önler.
<b>Yerel önleyici kapasite</b>	Dijital içeriklerin yerel cemaat, demak, okul veya aile bağlamıyla ilişkili olması	Yerel rehberlik, gençlik çalışmaları ve aile destek mekanizmalarının güçlendirilmesi	Belediyeler, okul rehberlik birimleri, aile destek merkezleri, yerel STK’lar	Dijital risklerin yalnızca çevrim içi değil, yerel sosyal bağlamla birlikte ele alınamamı sağlar.
<b>Platform sorumluluğu ve iş birliği</b>	Zararlı içeriklerin platformlar arasında dolaşması, öneri sistemleri ve kapalı ağlara yönlendirme	Platformlarla şeffaflık, bildirim, araştırmacı erişimi ve risk değerlendirmesi temelli iş birliği	Dijital platformlar, kamu kurumları, araştırmacılar	İçerik kaldırma merkezli daz yaklaşımdan ziyade, sistemik riskleri anlamaya yönelik data kapsamlı bir çerçeve sunar.

**Not:** Tablo 22a. ve 22b, Prof. Dr. Hilmi Demir ve Av. Oğuz Demir’in *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme: Çeteler Çocuklarımızı Nasıl Çalıyor?* başlıklı çalışmasında öne çıkan bütüncül önleme, aile-okul desteği, gençlik politikası, dijital tehditlerle mücadele ve kanıta dayalı müdahale yaklaşımından esinlenerek hazırlanmıştır. Tablo, bu yaklaşımı dijital dini ağların açık kaynak göstergeleri bağlamına uyarlamakta; izlemeyi yalnızca güvenlik merkezli bir faaliyet olarak değil, gençlik politikası, eğitim, aile desteği, dijital medya okuryazarlığı, dini

ifade özgürlüğü ve açık kaynak analiz kapasitesiyle birlikte ele alan çok boyutlu bir politika çerçevesi sunmaktadır. Önerilen müdahale araçları, dini ifade alanını kriminalize etmeyi değil; genç kitlelerle temas eden dijital ağlarda olası risk örüntülerini daha erken, daha dikkatli ve daha destekleyici biçimde fark etmeyi amaçlamaktadır.

Tablo 22a. ve 22b., Türkiye açısından uygun politika yaklaşımının yasaklayıcı ve genelleyici bir model yerine, açık kaynak veriye dayalı, ayrıştırıcı, önleyici ve destekleyici bir model olması gerektiğini göstermektedir. Gençlerin dijital dini içeriklerle kurduğu ilişki yalnızca güvenlik başlığı altında değil; aile, okul, aidiyet, medya okuryazarlığı, dini rehberlik ve psikososyal destek alanlarıyla birlikte değerlendirilmelidir. Bu nedenle izleme kapasitesi, karşı anlatı üretimi, aile-okul desteği ve hukuki güvenceler birbirinden ayrı değil, birlikte işleyen politika araçları olarak tasarlanmalıdır.

### 12.2. Karşılaştırmalı Politika Deneyimleri ve Türkiye İçin Çıkarımlar

Dijital platformların izlenmesi, yasa dışı içeriklerin kaldırılması, çocukların korunması, platform sorumluluğu ve çevrim içi risklerin azaltılması konusunda Avrupa Birliği, Birleşik Krallık ve Almanya deneyimleri Türkiye açısından önemli karşılaştırmalı çerçeveler sunmaktadır. Bu deneyimler doğrudan Türkiye’ye kopyalanabilecek modeller olarak değil, dijital platformların izlenmesi ve risklerin ayrıştırılması açısından ders çıkarılabilecek politika örnekleri olarak değerlendirilmelidir.

Avrupa Birliği’nin Dijital Hizmetler Yasası, çevrim içi platformlara yasa dışı içeriklerle mücadele, şeffaflık, risk değerlendirmesi ve kullanıcı haklarının korunması konusunda çeşitli yükümlülükler getirmektedir. Özellikle çok büyük çevrim içi platformlar ve arama motorları için sistemik risklerin değerlendirilmesi, içerik denetleme süreçlerinin daha şeffaf hale getirilmesi ve güvenilir bildirim mekanizmalarının geliştirilmesi önem taşımaktadır.<sup>116</sup> Bu yaklaşım, Türkiye açısından açık kaynak dijital izleme kapasitesinin yalnızca devlet kurumlarıyla sınırlı kalmaması; uzman kurumlar, akademi, sivil toplum ve platformlarla iş birliği içinde geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

---

<sup>116</sup> European Commission, “The Digital Services Act,” *Shaping Europe’s Digital Future*, erişim tarihi: 14 Haziran 2026, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act>; European Commission, “DSA: Very Large Online Platforms and Search Engines,” *Shaping Europe’s Digital Future*, erişim tarihi: 14 Haziran 2026, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops>; European Commission, “Trusted Flaggers under the Digital Services Act (DSA),” *Shaping Europe’s Digital Future*, erişim tarihi: 14 Haziran 2026, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/trusted-flaggers-under-dsa>.

Birleşik Krallık’ın Online Safety Act çerçevesi ise yasa dışı içerikler, çocukların korunması, risk değerlendirmesi, kullanıcı güvenliği ve platformların sorumluluğu konularını öne çıkarmaktadır. Bu yaklaşım, özellikle çocukların ve gençlerin çevrim içi ortamlarda karşılaşabileceği risklerin sistematik biçimde değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.<sup>117</sup> Türkiye açısından bu deneyim, gençlere yönelik dijital dini içeriklerin yalnızca güvenlik merkezli değil, çocuk koruma, medya okuryazarlığı, aile desteği ve eğitim politikası boyutlarıyla birlikte ele alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Almanya’nın NetzDG deneyimi ise sosyal ağlarda hukuka aykırı içeriklerin bildirilmesi, değerlendirilmesi ve belirli süreler içinde kaldırılması konularında platformlara sorumluluk yükleyen bir model sunmuştur. Ancak bu model, ifade özgürlüğü, aşırı kaldırma riski ve platformların özel denetim gücü gibi tartışmaları da beraberinde getirmiştir.<sup>118</sup> Bu nedenle Türkiye açısından çıkarılacak temel ders, dijital risklerle mücadelede yalnızca kaldırma ve yasaklama odaklı bir yaklaşımın yeterli olmayacağıdır. İçerik denetimi, şeffaflık, hukuki güvenceler, itiraz mekanizmaları ve özgürlük-güvenlik dengesiyle birlikte düşünülmelidir.

Bu karşılaştırmalı deneyimler, Türkiye için üç temel sonuca işaret etmektedir. Birincisi, dijital platform izleme faaliyetleri açık, ölçülebilir ve hukuki çerçevesi belirli göstergelere dayanmalıdır. İkincisi, çocuklar ve gençler özel bir risk grubu olarak değerlendirilirken bu değerlendirme onları kriminalize eden değil, koruyucu ve destekleyici bir yaklaşımla yapılmalıdır. Üçüncüsü, platform sorumluluğu ve içerik denetimi tartışmaları, ifade özgürlüğü ve dini ifade alanı dikkate alınarak dengeli biçimde yürütülmelidir.

Radikalleşmeyi çok boyutlu bir süreç olarak ele alan yaklaşıma göre, radikalleşme yalnızca belirli bir içeriğe maruz kalma sonucunda ortaya çıkan doğrusal bir süreç değildir; kimlik, aidiyet, öfke, sosyal ağ, ideolojik meşrulaştırma ve eylem kapasitesi gibi birçok unsurun bir araya gelmesiyle şekillenir. Nitekim güncel gençlik radikalleşmesi tartışmalarında, sabit ve tekil ideolojik aidiyetlerden ziyade farklı şikâyet, sembol, alt kültür ve şiddet anlatılarının bir araya geldiği "salata barı aşırıcılığı" gibi hibrit radikalleşme biçimlerine dikkat çekilmektedir. Bu durum, dijital platformlarda genç kullanıcıların yalnızca tek bir ideolojik

---

<sup>117</sup>UK Government, “Online Safety Act: Explainer,” *GOV.UK*, erişim tarihi: 14 Haziran 2026, <https://www.gov.uk/government/publications/online-safety-act-explainer/online-safety-act-explainer>; Ofcom, “Illegal Content Duties under the Online Safety Act,” erişim tarihi: 14 Haziran 2026, <https://www.ofcom.org.uk/online-safety/illegal-and-harmful-content/illegal-content-duties-under-the-online-safety-act>.

<sup>118</sup>Bundesministerium der Justiz, “Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG),” *Gesetze im Internet*, erişim tarihi: 14 Haziran 2026, <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>.

hatta değil, farklı içerik ve aidiyet parçalarının birleştiği daha esnek ve dağınık radikalleşme örüntülerine de maruz kalabileceğini göstermektedir.<sup>119</sup> Bu nedenle Türkiye’de dijital dini ağların izlenmesi, tekil videoları veya tekil kavramları risk göstergesi olarak görmek yerine, anlatı, ağ, aidiyet, platform geçişi ve gençlerin sosyal bağlamını birlikte değerlendiren çok katmanlı bir yaklaşıma dayanmalıdır.

Bu çerçevede Türkiye açısından uygun model, yasaklayıcı ve genelleyici bir dijital izleme yaklaşımı değil; açık kaynak veriye dayalı, risk göstergelerini ayırtıran, gençleri koruyan, dini ifade alanını kriminalize etmeyen ve platformlar arası ağları anlayabilen bir izleme kapasitesidir. Böyle bir yaklaşım, hem güvenlik risklerini erken fark etmeye hem de dini ifade özgürlüğü, gençlik desteği ve dijital okuryazarlık alanlarını korumaya imkân sağlayacaktır.

### 12.3. İzleme İçin Önerilen Gösterge Seti

Dijital Selefî tebliğ ağlarının izlenmesinde tekil içerikler veya yalnızca abone sayıları üzerinden değerlendirme yapmak yeterli değildir. Daha sağlıklı bir izleme için içerik, ağ, platform, kullanıcı profili, etkileşim ve çevrim dışı temas göstergelerinin birlikte değerlendirilmesi gerekir. Bu amaçla önerilen temel gösterge seti Tablo 23’te sunulmaktadır.

---

<sup>119</sup>Hilmi Demir, “Radikalleşme: Teröre Giden Yol,” TEPAV, 25 Nisan 2017, <https://tepav.org.tr/tr/blog/s/5868>; Hilmi Demir, “Radikal Selefî Hareketler ve Terör Örgütleri: Kavram ve Teorik Çerçeve,” TEPAV Değerlendirme Notu, N201605, Şubat 2016; Hilmi Demir ve Oğuz Demir, *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme: Çeteler Çocuklarımızı Nasıl Çalıyor?* (Ankara: Anadolu Ay Yayınları, 2026).

**Tablo 23. Dijital Selefi Tebliğ Ağlarının İzlenmesi İçin Önerilen Gösterge Seti**

Gösterge alanı	İzlenecek unsur	Politika açısından anlamı
İçerik ve söylem temaları	Şiddet, suç, dislayict grup kimliği, toplumsal kopuş, düşmanlaştırma, dini rehberlik, aile, okul, mahremiyet, gençlik	Dini ifade ile riskli söylem örüntülerinin ayrıştırılmasına katkı sağlar.
Hedeflenen / temas kurulan kullanıcı profili	Cocuklara, gençlere, ailelere, öğrencilere, ilim talebelerine veya yeni yönelim arayışındaki kullanıcılar yönelik içerikler	Hangi kullanıcı gruplarıyla temas kurulduğunu anlamaya yardımcı olur.
Platformlar arası yönlendirme	YouTube’dan Telegram, WhatsApp, web sitesi, kitap, dergi, PDF veya sosyal medya hesaplarına geçiş	Açık platformlardan daha kontrollü veya kapalı alanlara yönlendirme kapasitesini gösterir.
Kapalı ağlara geçiş işaretleri	WhatsApp grupları, Telegram kanalları, özel ders grupları, iletişim formları	Takipçiyle daha doğrudan ve denetimi zor temas kanallarını analiz etmeye imkân tanır.
Yorum ve etkileşim örüntüleri	Soru sorma, aidiyet ifadeleri, kişisel dönüşüm anlatıları, dışlanma veya kopuş ifadeleri	İzleyicilerin içerikle nasıl ilişki kurduğuna dair sınırlı ama önemli ipuçları sunar.
Otorite tipi	Şahıs merkezi hoca figürü, dernek/medrese yapısı, sanal medrese, hibrit ağ	Dini otoritenin hangi yapı üzerinden üretildiğini anlamaya yardımcı olur.
Coğrafi ve mekânsal göstergeler	Şehir bağlantıları, dernek adresleri, yüz yüze toplantılar, yurt dışı temas ifadeleri	Dijital görünürlüğü fiziki ve sınırlı aşan temalarla nasıl ilişkilenebileceğini gösterir.
İçerik sürekliliği	Video yükleme sıklığı, düzenli ders serileri, kriz anlarında içerik üretimi	Ağın aktiflik düzeyi ve takipçiyle düzenli temas kapasitesi hakkında bilgi verir.
Algoritmik görünürlüğe işaret eden açık kaynaklı faktörler	Kısa video formatları, popüler başlıklar, gündem içerikleri, öneri zincirlerine uygun içerikler	Platform mantığına uyum ve görünürlük kapasitesi açısından değerlendirme sağlar.
Önleyici müdahale ihtiyacı	Gençlere yönelik güvenli alternatif içerik, aile/okul desteği, dijital okuryazarlık ihtiyacı	İzlemenin yalnızca risk tespiti değil, destekleyici politika üretimiyle birlikte düşünülmesini sağlar.

**Not:** Tablo, bu çalışmada kullanılan açık kaynak analizinden, dijital platform izleme literatüründen ve karşılaştırmalı politika deneyimlerinden hareketle çalışma kapsamında oluşturulmuştur. Göstergeler tek başına risk kanıtı olarak değil, içerik, ağ, platform, kullanıcı profili, etkileşim ve çevrim dışı temas boyutlarını birlikte değerlendirmeye yarayan açık kaynak analiz unsurları olarak ele alınmalıdır.

Özellikle genç kitlelerle temas eden dijital dini içeriklerde izleme kapasitesinin destekleyici politikalarla birlikte düşünülmesi önemlidir. Gençlerin anlam, aidiyet, disiplin ve rehberlik arayışlarına yalnızca yasaklayıcı müdahalelerle cevap vermek etkili olmayacaktır. Bunun yerine okul, aile, gençlik merkezleri, dijital medya okuryazarlığı programları, güvenilir dini rehberlik mekanizmaları ve psikososyal destek kanalları birlikte güçlendirilmelidir.

Sonuç olarak, Türkiye açısından izleme politikası üç ilkeye dayanmalıdır. Birincisi, dini ifade alanı ile şiddet veya suçun meşrulaştırıldığı içerikler arasında analitik ayırım yapılmalıdır. İkincisi, gençlere yönelik dijital dini içerikler yalnızca güvenlik meselesi olarak değil, kimlik, aidiyet, eğitim ve rehberlik meselesi olarak da ele alınmalıdır. Üçüncüsü, açık kaynak izleme kapasitesi platformlar arası ağları, kapalı alanlara geçişleri ve çevrim içi-çevrim dışı temasları birlikte değerlendirecek biçimde geliştirilmelidir. Bu yaklaşım, hem olası riskleri daha erken fark etmeyi hem de gençleri kriminalize etmeyen, destekleyici ve önleyici politikalar geliştirmeyi mümkün kılacaktır.

### **13. Sonuç ve Genel Değerlendirme**

Bu çalışma, YouTube üzerinden faaliyet gösteren Selefî dijital tebliğ aktörlerini içerik üretimi, genç kitlelere erişim, dini otorite biçimleri, platformlar arası iletişim ağı, coğrafi yayılım ve politika açısından değerlendirmiştir. İnceleme, söz konusu aktörlerin yalnızca vaaz veya ders yayımlayan münferit kanallar olarak değil, farklı platformlar, kurumlar, hoca figürleri, ders arşivleri, iletişim hatları ve yüz yüze temas biçimleriyle birlikte işleyen çok katmanlı dijital tebliğ ağları olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın ilk temel bulgusu, YouTube’un bu ağlarda yalnızca video paylaşım platformu olarak değil, dini otorite, rehberlik, aidiyet ve yönlendirme ilişkilerinin kurulduğu merkezi bir görünürlük alanı olarak işleridir. İncelenen kanallarda ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal, çocuklara yönelik animasyon, gençlere ve ailelere yönelik rehberlik, okul, mahremiyet, günah, ilim talebi, evlilik ve gündelik ahlak gibi çok farklı içerik türleri bir arada yer almaktadır. Bu çeşitlilik, dijital tebliğ faaliyetlerinin yalnızca klasik dini eğitim veya vaaz formatına indirgenemeyeceğine dikkat çekmektedir.

İkinci temel bulgu, genç kitlelere erişimin doğrudan “gençlik” başlıklı içeriklerle sınırlı kalmadığıdır. Çocuklara yönelik “temiz ve helal içerik” iddiası, “Çocukça Sorular” gibi soru-cevap formatları, animasyon içerikleri, genç yetişkinlere yönelik mahremiyet ve ahlak söylemleri, hasbihal meclislerinde kötü alışkanlıklar, üniversite, ilim talebi ve aile sorunlarının ele alınması, gençlik temasının farklı içerik türleri içinde sürekli yeniden üretildiğini

göstermektedir. Bu durum, genç kullanıcıların dini bilgi, kimlik, aidiyet, gündelik rehberlik ve ahlaki disiplin arayışlarının YouTube üzerinden karşılanabildiğini ortaya koymaktadır.

Üçüncü bulgu, incelenen aktörlerin farklı otorite modelleri üzerinden işlediğidir. Bazı kanallar şahıs merkezli karizmatik hoca figürleri etrafında görünürlük kazanırken bazıları dernek, vakıf, medrese veya ilim halkası gibi daha kurumsal yapılarla bağlantılıdır. Bunun yanında YouTube’un düzenli ders serilerinin arşivlendiği bir sanal medrese işlevi gördüğü örnekler de bulunmaktadır. En dikkat çekici yapı ise bu otorite biçimlerinin birbirinden tamamen ayrı olmaması; şahıs merkezli karizma, kurumsal yapı, ders arşivi ve platformlar arası yönlendirmenin aynı ağ içinde birleşmesidir.

Dördüncü bulgu, platformlar arası iletişim ağının bu dijital tebliğ faaliyetlerinin temel unsurlarından biri olduğudur. YouTube açıklama alanlarında yer alan web sitesi, Telegram, WhatsApp, kitap, dergi, meal, ders arşivi ve sosyal medya bağlantıları, izleyicinin tekil bir videodan daha geniş bir dijital ve kurumsal ağa yönlendirildiğini göstermektedir. Bu yapı içinde YouTube görünürlük ve arşiv; Telegram duyuru ve dolaşım; WhatsApp doğrudan iletişim; web siteleri kurumsal bilgi ve yayın; kitap ve dergi bağlantıları ise metin merkezli süreklilik sağlamaktadır. Böylece dijital tebliğ, tek platformlu bir faaliyet değil, farklı mecraların birbirini tamamladığı çok katmanlı bir iletişim mimarisi olarak işlemektedir.

Beşinci bulgu, coğrafi yayılımın yalnızca kanalın kayıtlı olduğu ülke veya izlenme sayıları üzerinden anlaşılamayacağıdır. Hasbihal meclisleri, farklı şehirlerden ve yurt dışından gelen takipçilerin yönelttiği sorular, dernek ve medrese bağlantıları ile Türk Cumhuriyetleri ve farklı ülkelerle kurulan temaslara dair göstergeler, dijital tebliğ ağlarının mekânsal sınırları genişleten bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Yerel bir ders veya meclis, YouTube aracılığıyla farklı şehirlerden ve ülkelerden erişilebilir hale gelmekte; dijital platformlar fiziksel cemaat ilişkilerini genişleten ve arşivleyen araçlar olarak işlemektedir. Bununla birlikte bu göstergeler, doğrudan örgütsel yayılım veya kesin izleyici dağılımı kanıtı olarak değil, açık kaynak mekânsal temas göstergeleri olarak değerlendirilmelidir.

Altıncı bulgu, Selefî dijital tebliğ ağları ile siber cihad söylemleri arasında doğrudan ve zorunlu bir ilişki kurmaktan ziyade, platformlar arası geçişkenliğin bazı radikal aktörler tarafından istismar edilebilecek bir iletişim zemini oluşturabileceğine ilişkindir. İncelenen Selefî dijital tebliğ ağları YouTube’u görünürlük ve arşiv, Telegram’ı duyuru ve dolaşım, WhatsApp’ı doğrudan iletişim, web sitelerini ise kurumsal bilgi ve yayın sürekliliği için kullanmaktadır. Bu çok katmanlı iletişim mimarisi, kendi başına radikalleşme göstergesi değildir; ancak kapalı veya yarı kapalı platformlara yönlendirme, dışlayıcı grup kimliği,

toplumsal kopuş söylemi ve şiddeti ya da suçu meşrulaştıran içeriklerle birleştiğinde daha dikkatli analiz edilmesi gereken bir risk alanına dönüşebilir.

Bu bağlamda siber cihad söylemleri açısından asıl dikkat edilmesi gereken unsur, düşük teknik beceri gerektiren dijital eylemlerin geniş medya dolaşımı yoluyla olduğundan daha etkili gösterilebilmesidir. Basit web sitesi tahrifatları, propaganda mesajları veya sembolik dijital eylemler, Telegram ve benzeri platformlar üzerinden hızla duyurulduğunda psikolojik etki yaratma amacı taşıyabilir. Bu nedenle Selefî dijital tebliğ ağlarının tamamını siber cihadla ilişkilendirmek doğru değildir; ancak platformlar arası yönlendirme kapasitesi, kapalı ağlara geçiş göstergeleri ve şiddeti meşrulaştıran söylemler birlikte görüldüğünde, bu alanın açık kaynak izleme açısından dikkatle değerlendirilmesi gerekmektedir.

Yedinci olarak Dijitalleşme, yerel Selefî tebliğ faaliyetlerinin sınırlarını genişletmiştir. Bu faaliyetler artık sadece belli şehirlerle sınırlı kalmamaktadır. Ülke geneline ve hatta sınır ötesine ulaşabilmektedir. Bu nedenle ilk önleyici adım, resmi dini rehberlik ağının da dijital alanda güçlendirilmesi olmalıdır. Ancak bu adım atılırken önemli bir gerçek göz ardı edilmemelidir. Diyanet’e duyulan güven toplumda eski gücünü korumamaktadır. Aksine, özellikle genç kuşaklar arasında bu güvenin aşındığı görülmektedir. Selefî dijital ağlar tam da bu güven kaybının oluşturduğu boşluğu kullanmaktadır. Kendi alternatif dini otoritelerini inşa etmekte ve Diyanet’e yönelik eleştiriler üzerinden meşruiyet kazanmaya çalışmaktadır. Böylece gençlere daha doğrudan, daha sade ve daha iddialı bir dini söylem sunmaktadır.

Bu yüzden Diyanet ve ilgili kurumlar, sadece cami ve kürsü merkezli bir dil ile yetinmemelidir. YouTube, Telegram ve diğer sosyal medya mecralarında daha aktif ve daha etkili biçimde yer almalıdır. Ancak bu dijital varlık, yukarıdan konuşan, buyurgan ve savunmacı bir üsluba dayanmamalıdır. Gençlerin kimlik, aidiyet, mahremiyet ve gündelik hayat sorunlarına cevap veren yeni bir dil kurulmalıdır. Güvenilir, pedagojik ve kapsayıcı dijital içerikler üretilmelidir. Bu içerikler gençlerin anlayacağı sade bir dille hazırlanmalıdır. Diyanet’in dijital alanda yeniden güven üreten bir rehberlik ağı kurması gerekir. Bu ağ sadece fetva veren değil, gençleri dinleyen, onların sorunlarına temas eden ve sahici cevaplar üreten bir yapı olmalıdır. Böyle bir dijital rehberlik ağı, gençlerin kapalı, dışlayıcı ve radikal çevrelere yönelmesini zorlaştırabilir. Diyanet’in dijital dünyada daha görünür, etkileşimli ve hayatın içinden konuşan bir aktör hâline gelmesi, güven kaybını onarmanın ve radikal ağların etkisini sınırlamanın en önemli yollarından biridir.

Çalışmada incelenen içeriklerin önemli bir bölümü dini eğitim, aile, çocuk yetiştirme, ahlak, mahremiyet, ilim talebi, evlilik, okul ve gündelik rehberlik gibi başlıklar etrafında

şekillenmektedir. Bununla birlikte bu içerikler, alternatif dini otorite üretimi, genç kitlelere erişim, platformlar arası yönlendirme, kapalı veya yarı kapalı iletişim kanallarına geçiş, aidiyet inşası ve çevrim içi ve çevrim dışı temas sürekliliği açısından izlenmeye değer açık kaynak göstergeler sunmaktadır.

Bu nedenle bu inceleme, dini ifade alanını kriminalize eden genelleyici bir yaklaşımı değil, açık kaynak göstergelere dayalı ayrıştırıcı ve önleyici bir izleme çerçevesini önermektedir. Politika açısından önemli olan, her dini içeriği risk olarak değerlendirmek değil; şiddeti veya suçu meşrulaştıran, gençleri toplumsal hayattan koparan, kapalı ağlara yoğun yönlendirme yapan, düşmanlaştırıcı grup kimliği üreten veya aidiyet arayışını dışlayıcı bir söyleme bağlayan örüntüleri erken aşamada fark edebilmektir. Bu da yalnızca güvenlik kurumlarının değil; eğitim, gençlik politikası, aile desteği, dijital medya okuryazarlığı, din sosyolojisi, psikoloji ve platform analizi alanlarının birlikte çalışmasını gerektirmektedir.

Bu raporun bulguları, TEPAV’ın Türkiye’de din, çoğulculuk ve radikal dini tutumlara ilişkin saha araştırmasıyla birlikte okunduğunda daha geniş bir toplumsal bağlama yerleşmektedir. TEPAV verileri, Türkiye’de radikal dini tutumların genel yaygınlığının düşük ve azalma eğiliminde olduğunu, buna karşılık kendisini Selefi olarak tanımlayanların sınırlı fakat görünürlüğü artan bir dini aidiyet kategorisi oluşturduğunu göstermektedir.<sup>120</sup> Bu durum, YouTube merkezli Selefi dijital tebliğ ağlarının doğrudan radikalleşme veya güvenlik tehdidi olarak etiketlenmemesi gerektiğini; ancak genç kitlelere erişim, alternatif dini otorite üretimi, platformlar arası yönlendirme, sosyal kopuş söylemi, dışlayıcı grup kimliği ve çevrim içi-çevrim dışı temas göstergeleri bakımından dikkatle izlenmesi gereken bir dijital alan oluşturduğunu göstermektedir.

Bu nedenle analizin temel katkısı, Selefi dijital tebliğ ağlarını yalnızca abone sayısı veya video görünürlüğü üzerinden değil; toplumsal aidiyet bağlamı, söylem temaları, gençlik, otorite tipi, platform ekolojisi ve mekânsal yayılım göstergeleriyle birlikte değerlendirmesidir. TEPAV anket verileri ile bu çalışmanın YouTube veri seti aynı olguyu ölçmemektedir; biri bireylerin dini kimlik ve toplumsal tutumlarına ilişkin temsili anket verisi, diğeri ise aktörlerin açık kaynak dijital görünürlüğüne ilişkin platform verisidir. Bu nedenle iki veri seti arasında doğrudan nedensel ilişki kurulamaz. Ancak birlikte okunduklarında, Türkiye’de sınırlı fakat görünürlüğü artan Selefi aidiyet ile dijital ortamda çeşitlenen Selefi tebliğ ağları arasındaki olası paralellikleri, ayrışmaları ve izlenmesi gereken temas alanlarını anlamak için güçlü bir analitik çerçeve sunmaktadırlar.

---

<sup>120</sup>Demir vd., *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor*, 80, 93 ve 96, Şekil 89, 93 ve 94.

Sonuç olarak, YouTube üzerinden faaliyet gösteren Selefi dijital tebliğ aktörleri, çağdaş dijital dini otoritenin nasıl üretildiğini, sürdürüldüğünü ve farklı platformlar arasında nasıl dolaşıma sokulduğunu anlamak için önemli bir örnek sunmaktadır. Bu ağlar yalnızca içerik üretmemekte; aynı zamanda gençlerin ve ailelerin dini rehberlik arayışlarını karşılamakta, hoca ve kurum otoritesini dijital olarak genişletmekte, platformlar arası yönlendirme yoluyla süreklilik üretmekte ve yerel dini faaliyetleri daha geniş bir coğrafi dolaşıma sokmaktadır. Bu nedenle dijital tebliğ ağlarının izlenmesi, yalnızca izlenme sayısı veya abone büyüklüğü üzerinden değil; içerik temaları, otorite tipi, platform bağlantıları, genç kitlelere temas, coğrafi yayılım ve açık kaynak risk göstergeleri birlikte değerlendirilerek yapılmalıdır.

Bu çalışma, Türkiye’de dijital dini ağların daha sistematik biçimde analiz edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda YouTube öneri sistemleri ve algoritmaları, kısa video formatları, Telegram ve WhatsApp gibi yarı kapalı platformlara geçiş süreçleri, genç kullanıcıların alımlama biçimleri ve farklı aktörler arasındaki ağ ilişkileri daha ayrıntılı biçimde incelenmelidir. Temel mesele, dijital dini alanı bütünüyle riskli görmek değil; dini ifade, gençlik rehberliği, platform yönlendirmeleri, toplumsal aidiyet ve güvenlik göstergelerini açık kaynak veriler üzerinden ayrıştırabilen dengeli bir analiz ve izleme kapasitesi geliştirmektir.

### Kaynakça

Abdullah İmamoğlu. “Suçlu Kim? Gençler mi? Laik Sistem mi?” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Abdullah Yolcu. “Günahın Giriş Yolları: Kalbin Korunması.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Abdullah Yolcu. YouTube kanalı, seçili video başlıkları ve açık kaynak dijital platform bağlantıları. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Biriz Vakfı. “İlahi Terbiye: Çocukluk Yılları ve Nübüvete Hazırlık.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Biriz Vakfı. “Müslüman’ın Kalesi: Aile.” YouTube video serisi. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Biriz Vakfı. “Okul Katliamı: Boş Verilmiş Gençliğin Ağır Faturası.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Biriz Vakfı. YouTube kanalı, seçili video başlıkları, kanal açıklamaları ve bağlantılı dijital platformlar. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Bizim Dünyamız. “Bizim Çocuklar 2. Bölüm, Kutunun Sırrı.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Bizim Dünyamız. “Çocukça Sorular.” YouTube video serisi. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Bizim Dünyamız. “Halis Bayancuk’a Bizim Dünyamız Kanalını Sorduk!” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Bizim Dünyamız. YouTube kanalı, seçili video başlıkları, kanal açıklamaları ve platform bağlantıları. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Bundesministerium der Justiz. “Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz, NetzDG).” *Gesetze im Internet*. Erişim tarihi 14 Haziran 2026. <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>.

Bunt, Gary R. *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments*. London: Pluto Press, 2003.

Bunt, Gary R. *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse*. London: Bloomsbury Academic, 2024.

Campbell, Heidi A., and Ruth Tsuria, eds. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. 2nd ed. New York and London: Routledge, 2022.

Çeliksoy, Emre, and Steve Ouma. “Terrorist Use of the Internet.” *Bilişim Hukuku Dergisi* 1, no. 2 (2019): 243-267.

Conway, Maura. “Determining the Role of the Internet in Violent Extremism and Terrorism: Six Suggestions for Progressing Research.” *Studies in Conflict & Terrorism* 40, no. 1 (2017): 77-98. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2016.1157408>.

Demir, Gülden. “Ekranın Ötesindeki Gençlik: Dijital Medya ve Gençlik Söylemlerine Eleştirel Bir Yaklaşım.” *Journal of Communication Science Researches* 5, no. 3 (2025): 253-266. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16786142>.

Demir, Hilmi. “Nedir bu Selefilik?” *TEPAV*. Erişim tarihi 23 Haziran 2026. <https://tepav.org.tr/tr/blog/s/6281>.

Demir, Hilmi. “Radikal Selefi Hareketler ve Terör Örgütleri: Kavram ve Teorik Çerçeve.” *TEPAV Değerlendirme Notu*, N201605, Şubat 2016.

Demir, Hilmi. “Radikalleşme: Teröre Giden Yol.” *TEPAV*, 25 Nisan 2017. <https://tepav.org.tr/tr/blog/s/5868>.

Demir, Hilmi. “Selefi Radikalleşmesinde İdeolojinin Etkisi.” Rapor metni, 2026.

Demir, Hilmi. *Türkiye’de DEAŞ Radikalleşmesi, Kadın ve Gençlik Yapılanmaları ve Stratejik Dönüşüm*. Ed. Hatice Varol-Dağdelen ve Zeynep Yıldız. Ankara: TEPAV, URAD ve Kanada Büyükelçiliği, 2026.

Demir, Hilmi, Feride İnan, Berat Yücel ve Ömer Faruk Can. *Türkiye’de Çoğulculuk Radikalleşmeyle Yüzleşiyor: TEPAV Müslüman Çoğunluklu Bir Ülkede Din ve Radikal Tutumlar Araştırması*. Ankara: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, 2024.

Demir, Hilmi, ve Oğuz Demir. *Yeni Nesil Çeteler ve Radikalleşme: Çeteler Çocuklarımızı Nasıl Çalıyor?* Ankara: Anadolu Ay Yayınları, 2026.

European Commission. “DSA: Very Large Online Platforms and Search Engines.” *Shaping Europe’s Digital Future*. Erişim tarihi 14 Haziran 2026. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops>.

European Commission. “The Digital Services Act.” *Shaping Europe’s Digital Future*. Erişim tarihi 14 Haziran 2026. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act>.

European Commission. “Trusted Flaggers under the Digital Services Act (DSA).” *Shaping Europe’s Digital Future*. Erişim tarihi 14 Haziran 2026. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/trusted-flaggers-under-dsa>.

Gill, Paul, Emily Corner, Amy Thornton, and Maura Conway. “What Are the Roles of the Internet in Terrorism? Measuring Online Behaviours of Convicted UK Terrorists.” *VOX-Pol Network of Excellence*, 2015.

Guhl, Jakob, and Milo Comerford. *Understanding the Salafi Online Ecosystem: A Digital Snapshot*. London: Institute for Strategic Dialogue, 2021.

Guraba Der. YouTube kanalı, seçili video başlıkları, kanal açıklamaları ve bağlantılı dijital platformlar. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Guraba Der / Abdullah Yolcu. “Çocuklarımızı Devlet Okullarına Göndermemizde Bir Sakınca Var Mıdır?” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. “Ey Kadın.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. “Halis Hoca ile Hasbihal.” YouTube video serisi. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. “İlim Talebesini Bozan Unsurlar.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. “Kadın ve Erkek Fitnessi.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. “Kötü Alışkanlıklar Nasıl Bırakılabilir? | Halis Hoca ile Hasbihal.” YouTube video, 2025. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. “Türkiye’deki Okul Katliamları.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. Seçili YouTube video açıklamaları ve platformlar arası yönlendirme bağlantıları. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Halis Bayancuk. YouTube kanalı, seçili ders, vaaz, soru-cevap, hasbihal ve gündem değerlendirmesi videoları. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

İLİM-DER. “Evlilik İşleriyle Meşgul Olduğu İçin Dört Gün Namazı Terk Eden Adam!” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

İLİM-DER. YouTube kanalı, seçili ders ve sohbet videoları. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

İSAM. “İlahiyat Makaleleri Veri Tabanı, ‘Selefilik’ arama sonucu.” Erişim tarihi 23 Haziran 2026.

<https://makale.isam.org.tr/search?f.isPartOf=%C4%B0lahiyat%20Makaleleri%20Veri%20Taban%C4%B1,equal&spc.page=1&query=selefilik&f.dateIssued.min=2014>.

Joose, Paul. “Max Weber’s Disciples: Theorizing the Charismatic Aristocracy.” *Sociological Theory* 35, no. 4 (2017): 334-358. <https://doi.org/10.1177/0735275117740402>.

Karo, Gilad, Tom Divon, and Blake Hallinan. “The TikTok Caliphate: How Jihadist Supporters Exploit Algorithmic Recommendations and Evade Content Moderation.” *Social Media + Society* 12, no. 1 (2026).

Lombardi, Marco, Miron Lakomy, Alessandro Bolpagni, and Silvano Lucini. “Under the Radar: Exploring the Salafi-Jihadi Terrorist Information Ecosystem on TikTok.” *Studies in Conflict & Terrorism* (2026).

Mehmet Balcıoğlu. “Tüm Rasullerin Ortak Sünneti Evlilik.” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Moghaddam, Fathali M. “The Staircase to Terrorism: A Psychological Exploration.” *American Psychologist* 60, no. 2 (2005): 161-169. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.2.161>.

Muary, Rholand, Neila Susanti, and Puteri Atikah. “Salafis and Social Media: The Emergence of Islamic Populism in Indonesia.” *Jurnal Sosiologi Agama: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial* 18, no. 2 (2024): 151-170. <http://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-02>.

Murat Gezenler. “İlim Talebesi Haddini Bilmelidir!” YouTube video. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Muthuswamy, Moorthy S. “A Conceptual Framework of Salafi Radicalization: An Underlying Theme and Its Enablers.” *Science, Religion and Culture* 5, no. 1 (2018): 50-72.

Ofcom. “Illegal Content Duties under the Online Safety Act.” Erişim tarihi 14 Haziran 2026. <https://www.ofcom.org.uk/online-safety/illegal-and-harmful-content/illegal-content-duties-under-the-online-safety-act>.

Özyurt, Ece. *How Terrorist Organizations Use the Internet*. Master’s thesis, İhsan Doğramacı Bilkent University, 2021.

Silber, Mitchell D., and Arvin Bhatt. *Radicalization in the West: The Homegrown Threat*. New York: NYPD Intelligence Division, 2007.

Stadlbauer, Susanne. “‘Rewriting the Script’: Hybridic Third Spaces of Salafism on YouTube.” Book chapter submitted to *Third Spaces of Digital Religion*, Center for Media, Religion, and Culture, April 13, 2015.

Tapan, Yusuf Emre. *Turkish Salafism on Twitter: Social Network Analysis*. Master’s thesis, Middle East Technical University, 2019.

TEPAV. “Türkiye’de radikal dini tutumlar azalma eğiliminde.” 12 Şubat 2024. Erişim tarihi 23 Haziran 2026. <https://tepav.org.tr/tr/haberler/s/10714>.

Tevhid Dergisi. Resmi dijital platform ve yayın arşivi. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Tevhid Dersleri. Resmi dijital platform ve ders arşivi. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Tevhid Gündemi. Resmi dijital platform. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Tevhid Kitap. Resmi dijital platform. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Tevhid Meali. Resmi dijital platform. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği. “Namazın Manaları.” YouTube video serisi. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği. Resmi web sitesi ve bağlantılı sosyal medya hesapları. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

Tevhid ve Sünnet İlimlerini Yayma Derneği. YouTube kanalı, seçili tefsir, hadis, fıkıh, akide, namaz, ahiret ve iman dersleri. Erişim tarihi 14 Haziran 2026.

UK Government. “Online Safety Act: Explainer.” *GOV.UK*. Erişim tarihi 14 Haziran 2026. <https://www.gov.uk/government/publications/online-safety-act-explainer/online-safety-act-explainer>.

VOX-Pol Network of Excellence. *Violent Extremism Online: Research and Policy Perspectives*. 2023.

Weber, Max. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Edited by Guenther Roth and Claus Wittich. Berkeley: University of California Press, 1978.

Wiktorowicz, Quintan. *Radical Islam Rising: Muslim Extremism in the West*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2005.

Zalta, Anja. “Online Salafism: The Tension to (Co)Exist in Religious and Ideological Plurality.” *Poligrafi* 30, no. 119-120 (2025): 219-239.