

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
The Journal Of Social Sciences Institute

YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
INSTITUTE

ISSN: 1302-6879

HAKEMLİ DERGİ

YIL/YEAR: 2016 SAYI/NUMBER: 30

SOSYAL MEDYADA HADİS KULLANIMI -FACEBOOK VE TWİTTER ÖZELİNDE-

Araş. Gör. Recep Emin GÜL

Yüzüncü Yıl Üniversitesi,
İlahiyat Fakültesi, Hadis Anabilim Dalı
emingul08@gmail.com

Özet

Sosyal medya kavramı hayatımıza son dönemlerde girmiş olsa da büyük bir hızla yayılmış, milyarlarca kişi tarafından kullanılır hale gelmiştir. Dünyadaki sosyal medya kullanımına Türkiye de kayıtsız kalmamış ve sosyal medya kullanımında ilk sıraları zorlar hale gelmiştir. Sosyal medyanın olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkilerini de görmek gerekmektedir. Bunların başında ise bilgi kirliliği gelmektedir.

Sosyal medyanın olumlu yönlerinden faydalanmak isteyen bazı kişiler Facebook ve Twitter’da İslamî sayfalar ve bunlar arasında da hadis sayfaları oluşturmuşlardır. Bu sayfalarda binlerce rivâyet paylaşılmaktadır. Ancak bu rivâyetlerin bir çoğunun Hz. Peygamber’e (s.a.s.) aidiyeti konusunda şüpheler bulunmaktadır. Bu çalışmada öncelikle sosyal medya ve kullanımı hakkında kısa bilgiler verilmiş, daha sonra ise Facebook ve Twitter’da oluşturulmuş sayfalarda paylaşılan rivâyetler kaynak açısından değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

Anahtar Kelimeler; Sosyal Medya, Medya, Facebook, Twitter, Hadis.

Abstract

Although, the concept of social media has entered our lives in recent years, it spreads rapidly and has become used by billions of people. Turkey too, is not being indifferent to social media usage in the world and it has become a force to take place in the first rows. In addition to positive effects of social media, its negative effects should also be taken into account. Information pollution is the most negative effects of social media usage.

Some people who want to benefit from the positive aspects of social media have created Islamic pages on Facebook and Twitter. In these pages have been shared thousands of narrations. However, there are doubts in these

narrations about belonging to The Prophet (p.b.u.h.). In this study, primarily, it has been given brief informations about social media and its usage, and then narrations which shared on created pages on Facebook and Twitter have been evaluated in terms of resources.

Keywords; Social Media, Media, Facebook, Twitter, Hadith.

GİRİŞ

İnsanoğlu, varlığından itibaren birbiriyle iletişim kurmak amacıyla önce dillere başvurmuş, daha sonra ise bu dilleri resim, yazı gibi farklı iletişim araçları ile aktarmaya başlamıştır. İnsanlar arasındaki iletişim sonucu biriken bilgiler zamanla nakledilmeye başlanmıştır. Teknolojinin gelişmediği dönemlerde rivâyet esaslı haberleşme popüler durumdadır. M.S. 563'te Çin'de matbaanın kurulması ve M.S. 700'de ilk basılı gazetenin çıkmasıyla¹ haberleşme artık farklı bir boyut kazanmıştır. Teknolojinin etkisini hissettirmeye başlamasıyla birlikte radyo ve televizyon gibi iletişim araçları gün yüzüne çıkmış ve bunları internetle birlikte bilgisayar ve cep telefonları izlemiştir.

Kullanıcılar internetin ilk dönemlerinde sadece haber alma imkanına sahipken Web 2.0 sayesinde haber alma ve haber verme imkanına birlikte sahip olmuşlardır.² Web 2.0 teknolojisiyle birlikte tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya da ağırlığını hissettirmeye başlamıştır.³ Aynı zamanda 'sosyal ağlar' şeklinde de isimlendirilen sosyal medyanın farklı tanımlarına rastlamak mümkündür. Örneğin bir tanıma göre 'bireylerin, sınırları belirlenmiş bir sistem içinde halka yarı-açık profil oluşturmalarına, bağlantıda olduğu diğer kullanıcıların listesini açıkça vermesine, bu diğer kullanıcıların sistemdeki listelenmiş bağlantılarını görmesine ve aralarında gezmesine izin veren web tabanlı hizmetlerin tümüne denmektedir.'⁴ Diğer bir tanıma göre ise sosyal medya, "Kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve

¹ Vikipedi, "Matbaacılık", <https://tr.wikipedia.org/wiki/Matbaacılık>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

² Web 2.0 hakkında geniş bilgi için bkz.: Pınar Arslan, *Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s. 4.

³ Vikipedi, "Sosyal Medya", http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

⁴ Ercüment Büyüksener, "Türkiye'de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış", *Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri*, XIV, İstanbul, 2009, s. 19.

bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir.”⁵

Sosyal medyada en dikkat çekici özellik kullanıcının katılımının olmasıdır. Nitekim sosyal medya, hedef kitlenin katılımının olduğu, geliştirilebilir, etkileşimli, içinde toplulukları ve grupları barındıran ve birbirine bağlayan çevrimiçi iletişim kanallarıdır.⁶ Zira sosyal medyanın *katılımcılar, açıklık, konuşma, toplum, bağlantılılık* gibi özellikleri içerdiği ifade edilmektedir.⁷ Sosyal medyayla birlikte bilginin özgürce dolaşımı ve paylaşımı daha kolay sağlanabilirken, kullanıcılar da aktif biçimde sahip oldukları fotoğraf, video, bilgi vb. her şeyi paylaşabilmektedirler. Tek taraflı, enforme edilmeden kendileri bizzat özne olarak gerek haberin kaynağı, gerekse haberin yorumcusu olabilmektedirler.⁸

Sosyal medyada internetin aksine birey de veri yükleyebilmektedir. Sosyal medya profillerinde⁹ içerikler kişinin kendisi tarafından yüklenip, yönlendirilebilir ve yönetilebilir durumdadır. Ayrıca bu profillerde bilgiler sürekli yenilenmektedir. Nitekim bir araştırmaya göre her 60 saniyede bir; Facebook’ta 700 bin mesaj gönderilmekte, Twitter’da 175 bin tweet¹⁰ atılmaktadır.¹¹ Sosyal

⁵ Aslı Yağmurlu, “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 2011, s. 5; Farklı tanımlar için bkz.: Yusuf Aymankuy, M. Emin Soydaş ve Çağrı Saçlı, “Sosyal Medya Kullanımının Turistik Tüketicilerin Tatil Kararlarına Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama”, *International Journal of Human Sciences*, 10(1), ss. 376-397, s. 378.

⁶ Mehmet N. Alabay, “Sosyal Medyada Tüketiciler Ve Pazar Bölümleme Uygulamaları”, *XVI. Türkiye’de İnternet Konferansı*, İzmir 2011, s. 5.

⁷ Z. Beril Akıncı Vural, Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University*, 2010, ss. 3348-3382, s. 3353.

⁸ Mehmet Emin Babacan, İrfan Haşlak ve İsmail Hira, “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 2, 2011, ss. 64-91, s. 72.

⁹ Profil: Kişilerin biyografileri, fotoğrafları ve bazı diğer kişisel bilgilerinin yer aldığı sosyal ağ alanlarıdır. Bkz.: Vural, ‘Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya’, s. 3356.

¹⁰ Tweet: Twitter kullanıcıları tarafından girişi yapılan 140 karakterle sınırlı her bir mesaja verilen isimdir.

¹¹ Betül Bülbül Oğuz, “Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi”, *Turkish Studies - International Periodical For The*

medyanın birçok alt kanalı bulunmaktadır. Wikipedia, Myspace, Facebook, Friendster, Flickr, Twitter, Friendfeed ve YouTube gibi siteler bunlardan en çok kullanılanlarıdır.¹²

Sosyal medyanın en çok tercih edilen uygulamaları ise hiç şüphesiz Facebook ve Twitter'dır. Nitekim Haziran 2015'te alınan verilere göre dünya genelindeki aktif Facebook kullanıcılarının sayısı 1,25 milyarı aşmıştır.¹³ Türkiye ise dünya sıralamasında kırk milyonu aşkın kullanıcıyla yedinci sıradadır.¹⁴ Twitter ise dünya genelinde 350 milyon aktif kullanıcıya sahipken, Türkiye'deki Twitter kullanıcı sayısı ise dokuz milyonu aşmış durumdadır ve dünya sıralamasında on birinci sıradadır.¹⁵

Kullanıcılarının yarısı her gün Facebook'a giriş yapmakta ve Facebook üzerinde günde altı milyar dakika (yaklaşık dört milyon gün) harcamaktadırlar. Kullanıcılar tarafından Facebook'a her ay iki milyar fotoğraf, 14 milyon video yüklenmekte, haftada iki milyar içerik paylaşılmaktadır. Mobil cihazlar da sosyal ağlara ulaşmada büyük kolaylık sağlamak hususunda önemli yer tutmaktadır. Nitekim yukarıda verilen aktif Facebook kullanıcı sayısı mobil kullanıcılar baz alınarak hesaplanmıştır.

Sosyal medya yukarıda geçtiği üzere Türkiye'de oldukça rağbet gören bir iletişim şeklidir. Nitekim Türkiye'de gençler üzerinde yapılan bir araştırmada internetin, en çok sosyal medya üzerinden iletişim kurmak için kullanıldığı sonucuna varılmıştır. Bu durum dakika bazında ele alındığında internet kullanıcıları günün ortalama 330 dakikasını bilgisayar karşısında geçirmektedir. Ayrıca araştırma verilerine göre bu kullanıcıların %10'a yakın bir diliminin sabah yataktan çıkmadan sosyal ağlara giriş yaptıkları, ayrıca masaüstü veya diz üstü bilgisayar yerine % 85,5'inin internete mobil (taşınabilir) cihazlar ile bağlandıkları görülmektedir.¹⁶ Sosyal medyanın bu denli

Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Cilt 7/4, Yıl 2012, ss. 1157-1166, Ankara, s. 1159.

¹²Büyüksener, "Türkiye'de Sosyal Ağların Yeri", s. 21.

¹³ <http://www.sabah.com.tr/teknoloji/2015/06/25/facebookun-aktif-kullanici-sayisi-oyle-bir-rakama-ulasti-ki> Erişim Tarihi: 28.09.2015

¹⁴ Vikipedi, "Facebook", <https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

¹⁵ Vikipedi, "Twitter", <https://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter>, Erişim Tarihi: 29.07.2015; Aymankuy vd., "Sosyal Medya Kullanımının Turistik Tüketicilerin Tatil Kararlarına Etkisi", s. 377.

¹⁶ http://www.zaman.com.tr/newsDetail_getNewsById.action?newsId=2000756, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

etkili olması araştırmacıları da sosyal medyaya dair çalışma yapmaya yönlendirmiş ve 2015 yılı Temmuz ayı itibariyle, konuyla ilgili yüksek lisans ve doktora olmak üzere toplam 179 tez hazırlanmıştır.¹⁷

Sosyal medyanın iletişimi kolaylaştırma gibi olumlu yönlerinin yanında olumsuz yönleri de yok değildir. Bunların başında ise *bilgi kirliliği* gelmektedir. Artan bilgi akışıyla oluşan bilgi kirliliğine karşı kişi, hangi bilginin doğru ve güvenilir olduğu konusunda şüpheye düşmektedir. Bunun karşısında bilginin ve haberin doğru kaynağı olarak bireyin kendini görmesiyle ürettiği ve paylaştığı içerikler de söz konusu bilgi kirliliğini daha da artırmaktadır. Bu durum hadis paylaşımı yapan sayfalarda da görülmektedir.

A. SOSYAL AĞ VE HADİS

Sosyal medyada genelde İslam, özelde ise Hadis ile ilgili açılan sayfalarda da bilgi kirliliğine rastlamak mümkündür. Sosyal medyanın herhangi bir denetleme mekanizmasının olmaması nedeniyle bilgi değeri taşımayan veya yanlış bilgi içeren birçok paylaşım yapılmaktadır. Sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmasından dolayı yalan veya yanlış olan bu bilgiler on binlerce kişiye doğruymuş gibi aktarılmaktadır. Kullanıcılar da doğru sandıkları bilgileri paylaşarak yalan veya yanlış olan bu bilgilerin daha fazla kişiye ulaşmasına sebep olmaktadır.

Özellikle Facebook ve Twitter'da İslam ve Hadis alanında onlarca sayfa oluşturulmuştur. Nitekim 'hadis' kelimesiyle 2015 Nisan ayında 'hadis' kelimesiyle yaptığımız taramada Facebook'ta yaklaşık 150 profilin var olduğunu gördük. Twitter'da ise bu rakam 100 civarındadır. Oluşturulan bu sayfalarda, muteber kaynaklarda yer alan hadisler paylaşıldığı gibi ne yazık ki muteber kaynaklarda olmayan ifadeler de hadis diye paylaşılabilmektedir. Facebook'ta açılan bir sayfada, hadis diye paylaşılan bir rivâyetin muteber hadis kaynaklarında yer almadığı ve uydurma olduğu bilgisine ulaştıktan sonra Facebook ve Twitter tabanlı bir çalışma yapmaya karar verdik. Araştırmada incelenen profiller, insanlara ulaşabilme konusunda öncelik arz etmesi nedeniyle-istisnalar olmak kaydıyla- genelde 200.000'in üzerinde takipçiye sahip profiller arasından seçilmiştir. Araştırmada özellikle hadis paylaşımına dair olumsuz örnekler incelenecek, olumlu paylaşıma dair de birkaç örnekle yetinilecektir. Ayrıca yanlış yapılan hadis paylaşımlarının doğru formları çalışmanın hacmini koruyabilmek amacıyla yüzeysel olarak verilecek, yapılan

¹⁷<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>, ErişimTarihi: 29.07.2015.

araştırma sonucu kaynaklarda bulunan rivâyetlerin de kaynağı belirtilecektir. İncelenen hadis paylaşımları belli bir kritere göre belirlenmemiş, kaynak tespiti yapıldıktan sonra örnek niteliği taşıyanlar okuyucuyla paylaşılmıştır.

B. PAYLAŞILAN RİVAYETLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Facebook ve Twitter’da hadis paylaşımı için açılmış onlarca sayfanın var olduğunu yukarıda belirtmiştik. Açılan bu sayfaların bazıları çok popülerken, bazıları ise sınırlı sayıda takipçiye sahiptir. Bununla doğru orantılı olarak paylaşılan rivâyetlerin sayısı da değişmektedir. Takipçi sayısı çok olan sayfaların daha fazla rivâyet paylaştığı gözlemlenmektedir.

Sayfalarda paylaşılan rivâyetlerin kaynağı verilmişse bu genelde muteber hadis kaynaklarından verilmiştir. Kütüb-i sitte eserleri, İmam Mâlik’in(ö. 179/795) *Muvatta*’ı, Ahmed b. Hanbel’in (ö. 241/855) *Müsned*’i, Süyûtî’nin(ö. 911/1505) *el-Câmi ‘u’s-sağîradlı* eseri,Hâkim en-Nisâbü’rî’nin(ö. 405/1014) *el-Müstedrek*’i gibi eserlerin yanında, kaynak niteliği taşımayan İmam Nevevî’nin(ö. 676/1277) *Riyâzu’s-sâlihîn*’i ve Ahmed Ziyâeddîn Gümüşhânevî’nin (1813-1893) *Râmûzu’l-ehâdîs*’i de kullanılmıştır. Ancak kaynak göstermeme veya yanlış kaynak gösterme durumuyla da sıkça karşılaşmaktadır. Yanlış kaynak gösterme şekillerinden her birine örnekler vererek, sayfa yöneticilerinin hadis ilmine dair bilgilerini tespit etmeye çalışacağız. Kaynakta sadece müellif ismini vermek, kitap ismini veya bâb numarasını yanlış vermek, verilen kaynakta belirtilen rivâyetin olmaması, muteber kaynaklarda olduğu halde rivâyetin kaynağını vermemek başlıca yanlış kaynak kullanımlarındandır.

Burada öncelikle hadis adı altında açılan sayfalarda ne tür rivâyetlerin paylaşıldığını, kaynak kullanımının nasıl yapıldığını ve verilen kaynaklarda paylaşılan rivâyetinaslının var olup olmadığını görmeye çalışacağız.

1. Hadis Adı Altında Açılan Sayfalardaki Rivâyetlerin Değerlendirilmesi

Sosyal medyanın günümüzde insanlara ulaşmanın en kolay yollarından biri olması nedeniyle bazı kişiler Hz. Peygamber’in (s.a.s.) sözlerini insanlara bu yolla atkarmak istemişlerdir. Bu girişimin iyi niyetle başlamış olduğu kabul edilse dahi ne yazık ki hadis ilminde yeterli bilgisi olmayan kişiler tarafından yürütülünce hadis ilmi açısından birçok olumsuzluğun meydana gelmesine sebep olmuştur.

Nitekim hadis paylaştan sayfalarından bazılarının yöneticilerine tarafımızca ulaşarak asıl mesleklerinin ne olduğu sorulduğunda alınan cevap, bu işin ehline yürütülmediğinin açık göstergesiydi. Nitekim sayfa yöneticilerinden birisinin özel bir şirketin finans bölümünde memur, diğer bazılarının ise öğrenci olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bu durumda, sayfa yöneticileri tarafından paylaşılan hadislerin sıhhat dereceleri yeteri kadar araştırılmamıştır.

Hadis paylaşımı için açılan bu sayfalarda paylaşılan rivâyetlerin içeriğine bakıldığında genel olarak insanları ibadete teşvik eden, günahlardan sakındıran, toplumsal hayata dair öğütler içeren, bazı ibadetlerin önemini belirten, sabır, sadaka, insanlar arası ilişkiler, müminlerin özellikleri, giyim-kuşam, tesettür, cihâd, gibi konular işlendiği görülmektedir.

a) Kaynağı Doğru Verilen Hadis Paylaşımları

Yapılan paylaşımlarda kaynağı verilen rivâyetlerin bir kısmının belirtilen kaynaklarda yer aldığı tespit edilmiştir. Örneğin “Allah Teâlâ müttakî, gönlü zengin, kendi halinde işiyle ve ibadetiyle uğraşan kulumu sever.”¹⁸ manasındaki rivâyet “Müslim, Zühd, 11” kaynağıyla paylaşılmıştır.¹⁹ Yapılan araştırmada rivâyetin verilen kaynakta olduğu tespit edilmiştir. Yine diğer bir paylaşımda “Mümin ne ta’n edici (kötüleyen, dil uzatan) ne lânet edici, ne kaba ve çirkin sözlü, ne de hayâsızdır.”²⁰ hadisinin kaynağı “Tirmizî, Birr, 48” olarak gösterilmiştir.²¹ Yaptığımız incelemede belirtilen kaynakta hadisin var olduğu görülmüştür.

b) Tercüme Hataları

Paylaşılan rivâyetlerin bazıları kaynağında olduğu halde tercüme hatalarının olduğu görülmektedir. Nitekim bir sayfada, “Kulum Bana kavuşmayı isterse, Ben de ona kavuşmak isterim. Bana kavuşmaktan hoşlanmazsa Ben de ona kavuşmaktan hoşlanmam.” rivâyeti “Tirmizî, Cenâiz, 67” kaynağıyla verilmiştir.²² Yaptığımız incelemede nakledilen rivâyetin belirtilen kaynakta bulunduğu tespit

¹⁸ “إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْعَبْدَ التَّقِيَّ الْغَنِيَّ الْخَفِيَّ”

¹⁹ <https://twitter.com/hergunhadis/status/573988745336111104>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

²⁰ “لَيْسَ الْمُؤْمِنُ بِالطَّعَانِ وَلَا اللَّعَانِ وَلَا الْفَاحِشِ وَلَا الْبَذِيءِ”

²¹ <https://twitter.com/HzMuhammedSAS/status/566645079654563840>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

²² https://twitter.com/Hadis_Tweet/status/551819736804524034, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

edilmiştir. Ancak yapılan tercümede rivâyetkudsî hadis formunda aktarılırken rivâyetin aslının böyle olmadığı, “*Kim Allah ile karşılaşmayı (kavuşmayı) isterse Allah da onunla karşılaşmayı ister, kim de Allah ile karşılaşmayı istemezse Allah da onunla karşılaşmayı istemez.*”²³ şeklinde nebevî hadis olduğu tespit edilmiştir.

c) Rivâyetin veya Kaynağının Eksik Verilmesi

Paylaşımlarda karşılaşılan diğer bir durum ise rivâyetin eksik verilmesi veya temel hadis kaynaklarında mevcutken kaynak değeri taşımayan eserlerden aktarılmasıdır. Bir sayfada paylaşılan şu rivâyet bu duruma güzel bir örnek teşkil etmektedir. “*Allah'a karşı gelmeyi emretmedikçe idareciye itaat Müslüman kişi üzerinde bir haktır.*”²⁴ rivâyetinin kaynağı “*el-Cami‘u’s-Sağîr*, 4/162” olarak verilmiştir.²⁵ Yaptığımız incelemede rivâyetinsöz konusu kaynaktaki olduğunu tespit ettik.²⁶ Ayrıca rivâyetin Buhârî, Müslim, Tirmizî ve Nesâî’de de farklı versiyonlarıyla var olduğu tespit edilmiştir.²⁷ Muteber kaynaklarda hadis mevcut iken Süyûtî’nin eserini kaynak göstermenin sayfa yöneticisinin bilgi eksikliğinden veya alanda uzman olmamasından kaynaklandığı kanaatindeyiz.

Eksik olarak verilen paylaşımlardan biri de şu şekildedir: “*Akıllı kimse, nefisini hesaba çeken ve ölümden sonrası için çalışandır.*” Rivâyet sadece “Tirmizî” ifadesiyle paylaşılmıştır.²⁸ Ancak yapılan inceleme neticesinde hadisin tam metninin “*Akıllı kimse, nefisini hesaba çeken ve ölümden sonrası için çalışandır. Aciz kimse ise nefisine ve hevasına uyan ve herşeyi Allah’tan temenni eden*

²³“مَنْ أَحَبَّ لِقَاءَ اللَّهِ أَحَبَّ لِقَاءَهُ وَمَنْ كَرِهَ لِقَاءَ اللَّهِ كَرِهَ لِقَاءَ هَالِكَيْسٍ” Tirmizî, Ebû İsa Muhammed b. İsa, *Sünen-i Tirmizî*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992, Cenâiz, 67

²⁴ “السَّمْعُ وَالطَّاعَةُ حَقٌّ، مَا لَمْ يُؤْمَرْ بِالْمَعْصِيَةِ”

²⁵ https://twitter.com/Hadis_Tweet/status/552581232715132929, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

²⁶ Süyûtî, Abdurrahman b. Ebubekir b. Muhammed b. Sâbıkuddîn, *el-Câmi‘u’s-sağîrminhadîsi’l-Beşîri’n-Nezîr*, Dâru Kütübîl-İlmiyye, Beyrut, 2004, h.no: 4287.

²⁷Buhârî, Ebû Abdullah Muhammed b. İsmail, *Sahîhu’l-Buhârî*, Mektebetü’r-Rihâb, Kahire, 2007, Cihâd ve Siyer, 108; Müslim, Ebu’l-Hüseyn Müslim b. Haccâc, *Sahîh-u Müslim*, Mektebetü’r-Rihâb, Kahire, 2008, İmâre, 8; Tirmizî, Cihâd, 29; Nesâî, Abdurrahman Ahmed b. Şuayb, *Sünen-i Nesâî*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992, Bey’a, 34.

²⁸<https://twitter.com/hergunhadis/status/573837485635018752>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

kimsedir.”²⁹ şeklinde olduğu anlaşılmıştır. Hadisin doğru kaynağı ise Tirmizî, Kıyâme, 25 olmalıdır.

Yine diğer bir sayfada “*Her canının istediğini yemen israftandır.*”³⁰ rivâyeti paylaşılmış ve kaynak belirtilmemiştir.³¹ Yaptığımız incelemede hadisin İbn Mâce, Et’ime, 51’de geçtiği görülmüştür. Ancak rivâyetin devamında belirtildiğine göre rivâyetzayıftır.³²

“*Mümine lanet okumak onu öldürmek gibidir.*” anlamındaki rivâyet ‘Buhârî, Edeb, 44; Müslim, İmân, 16’ kaynağıyla paylaşılmıştır.³³ Yaptığımız inceleme sonucunda rivâyetin Buhârî kaynağının doğru olduğu ancak Müslim kaynağının yanlış olduğu anlaşılmıştır. Nitekim rivâyet Müslim, İmân, 16’da değil, 46’da bulunmaktadır. Ayrıca rivâyetin farklı varyantları bulunmaktadır ve Müslim’de geçen varyantında “*Mümine lanet okumak onu öldürmek gibidir.*” ifadeleri yer almamaktadır.

Paylaşılan rivâyetin kaynağının sadece müellif ismi olarak verildiği paylaşımlar da mevcuttur. Örneğin, “*Dünya mümine hapishane, kâfire cennettir.*”³⁴ hadisi sadece “Müslim” kaynağıyla verilmiştir.³⁵ Yapılan inceleme sonucunda hadisin Müslim, Zühd, 1 numaralı hadis olduğu bilgisine varılmıştır. Diğer bir örnek şu şekildedir: “*Ümmetim hakkında en çok korktuğum şey ağzı iyi laf yapan münafıktır.*”³⁶ Rivâyet için kaynak olarak İbn ‘Adiyy’in (ö. 365/976) *el-Kâmil* aldı eseri verilmiş ancak cilt, sayfa veya hadis numarası verilmemiştir. Yapılan araştırma sonucunda rivâyetin

²⁹ “مَنْ دَانَ نَفْسَهُ وَعَمِلَ لِمَا بَعْدَ الْمَوْتِ وَالْعَاجِزُ مَنْ أَتْبَعَ نَفْسَهُ هَوَاهَا وَتَمَنَّى عَلَى اللَّهِ”

³⁰ “إِنَّ مِنَ السَّرَفِ أَنْ تَأْكُلَ كُلَّ مَا اشْتَهَيْتَ”

³¹ <https://twitter.com/sunnetiseniyye/status/541931826106105856>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

³² İbn Mâce, Muhammed b. Yezîd, *Sünen-i İbn Mâce*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992, Et’ime, 51.

³³ <https://www.facebook.com/Hz.Muhammed.SAV.HadisiSerifleri/photos/a.167271129983400.34929.107566819287165/941162739260898/?type=1&theater>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

³⁴ “الدُّنْيَا سِجْنُ الْمُؤْمِنِ وَجَنَّةُ الْكَافِرِ”

³⁵ <https://twitter.com/HzMuhammedSAS/status/554240771193585664>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

³⁶ <https://www.facebook.com/ayetlerim.hadislerim/photos/a.144080149871.109224.144074689871/10153389477949872/?type=3&theater>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

mezkûr kaynakta üçüncü cilt, 104. sayfada olduğu tespit edilmiştir.³⁷ Ancak rivâyetin yer aldığı kaynağa bakılarak zayıf olduğu açıkça görülecektir. Nitekim İbn ‘Adiyy’in eseri zayıf râvîlerden nakledilen rivâyetleri içermektedir. Ayrıca rivâyetin münker olduğuna dair yorumlar da yapılmıştır.³⁸

Aynı şekilde “*Her şeyin bir özü vardır. İmanın özü ise namazdır.*”³⁹ şeklindeki rivâyet kaynak belirtilmeden sadece ‘Hz. Muhammed’ ifadesiyle paylaşılmıştır.⁴⁰ Yaptığımız araştırmalar neticesinde rivâyetin farklı kaynaklarda var olduğunu gördük. Rivâyet, Süyûtî’nin *Câmiu’l-Ehâdis* adlı eserinde iki yerde⁴¹, Beyhakî’nin *Şu‘abu’l-İmân* adlı eserinde⁴² ve el-Hindî’nin *Kenzü’l-Ummâl*’inde⁴³ bulunmaktadır.

d) Paylaşılan Rivâyetin Belirtilen Kaynakta Bulunmaması

Paylaşılan bazı rivâyetler ise kaynak gösterilmeden ‘Hz. Muhammed’ vb. ifadeler konularak Hz. Peygamber’e isnat edilmiştir. Ne var ki bu tür paylaşımların çoğunda aslında öyle bir rivâyetin olmadığı tespit edilmiştir. Kaynaklarda bulunmayan rivâyetler ya Hz. Peygamber’e (s.a.s.) ya da Allah’a (c.c.) isnat edilerek desteklenmek istenmiştir. Bunun yollarından birisi de herhangi bir sözü kudsî hadis formunda aktarmaktır. Örneğin, “*Ey benim için şehvetini terk edip gençliğini feda eden genç! Sen benim katımda bazı meleklerim gibisin.*” anlamındaki rivâyet herhangi bir kaynak gösterilmeden “Kudsî Hadis” rumuzuyla paylaşılmıştır.⁴⁴ Ancak yaptığımız incelemelerde ne muteber hadis kaynaklarında ne de uydurma

³⁷ İbn ‘Adiyy, EbûAhmed Abdullah b. ‘Adiyy el-Cürcânî, *el-Kâmil fi duafâi’r-ricâl*, DâruKütübî’l-İlmiyye, Beyrut, ty. III, 104.

³⁸ Makdisî, Muhammed b. Tâhir, *Zehîratü’l-huffâz*, (thk. Abdurrahman el-Feryevâî), Dâru’s-Selef, Riyad, 1996, I, 256.

³⁹ “لكل شيء صفة وصفة الإيمان الصلاة”

⁴⁰ <https://twitter.com/hergunhadis/status/571912772834869250>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

⁴¹ Süyûtî, *Câmiu’l-Ehâdis*, Dâru’l-Fikr, Beyrut, 1994, XVII, s. 469; XLI, s. 353.

⁴² Ebû Bekir Ahmed b. Hüseyin el-Beyhakî, *el-Câmi’ li-Şu‘abi’l-imân*, Dâru’r-Rüşd, Riyad, 2003, IV, s. 364.

⁴³ Ali b. Hüsameddin el-Müttakî el-Hindî, *Kenzü’l-ummâl fi Süneni’l-ekvâlve’l-ef’âl*, Müessesetü’r-Risâle, Beyrut, 1985, VII, s. 292, 430.

⁴⁴ <https://twitter.com/hergunhadis/status/571775665097199616>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

rivâyetlerin toplandığı kaynaklarda böyle bir rivâyete rastladık. Dolayısıyla aslı olmayan bu rivâyet kudsî hadis gibi paylaşılarak ifadenin güçlü kılınmak istendiği söylenebilir.

“*Din kardeşini seven kişi bunu ona bildirsin.*”⁴⁵ anlamındaki bir paylaşımda kaynak olarak “Ebû Dâvûd, Edeb, 113” gösterilmiş⁴⁶ ancak hadis belirtilen kaynaktan değil, Tirmizî, Zühd, 54’te bulunduğu tespit edilmiştir. Paylaşılan bu hadis 500’ü aşkın kişi tarafından “rt”⁴⁷ yapılırken, 420’nin üzerinde kişi de “fav”lamıştır.⁴⁸ Buradan anlaşılacağı üzere hadis oldukça fazla kişi tarafından okunmuş ve paylaşılmıştır.

Müslümanları iyi işlere yönlendirmek için bazı ifadeler Hz. Peygamber’e atılmış gibi kullanılmıştır. Nitekim hadis diye uydurulan metinlerin ortaya çıkma nedenlerinden birisi de budur.⁴⁹ Bu durumu yapılan paylaşımlarda da görmek mümkündür. Örneğin, “*Benim ümmetimin dilleri sussa dahi halleri İslam’ı konuşur.*” ifadeleri Hz. Peygamber’e ait olduğu iddia edilerek “Hadis-i Şerif” şeklinde paylaşılmıştır.⁵⁰ Ancak yaptığımız araştırmalarda böyle bir rivâyetin varlığına rastlayamadık.

Dine teşvik adına uydurulan metinlere örnekleri çoğaltmak mümkündür. Nitekim “*Bir anlık tefekkür 60 senelik ibadetten daha hayırlıdır.*” sözü “Hz. Muhammed” ifadesiyle birlikte bir hadis gibi paylaşılmıştır.⁵¹ Ancak yaptığımız incelemelerde rivâyetelbnü’l-Cevzi(ö. 597/1201), Aliyyü’l-Kârî(ö. 1014/1605), es-Süyûtî gibi âlimlerin uydurma dediği tespit edilmiştir.⁵² Diğer bir örneği ise şu şekildedir; “*Kulumun bana yaptığı ibadetlerden en çok sevdiğim ihlas*

⁴⁵ “إِنَّا أَحَبُّ أَحَدُكُمْ أَخَاهُ فَلْيُعَلِّمُهُ إِنِّي”

⁴⁶ <https://twitter.com/hadisderyasii/status/562317212707749888>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

⁴⁷ ‘rt’; Twitter dilinde paylaşmak anlamına gelmektedir.

⁴⁸ ‘Fav’; Twitter dilinde, paylaşımın görüldüğü ve beğenildiği anlamına gelmektedir.

⁴⁹ Bkz.: M. Yaşar Kandemir, *Mevzu Hadisler*, İFAV, İstanbul, 2012, s.52-57.

⁵⁰ <https://twitter.com/sunnetiseniyye/status/545635041301495808>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

⁵¹ <https://twitter.com/sunnetiseniyye/status/537223238955565056>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

⁵² Bkz.: Aliyyü’l-Kârî, Ebu’l-Hasan Nureddin el-Molla el-Herevî, *el-Esrârü’l-merfû’afi’l-ahbâri’l-mevzû’a*, (thk. Muhammed es-Sıbâğ), Dâru’l-Emâne, Beyrut, 2010, s. 175; Süyûtî, *el-Leâli’l-masnû’afi’l-ehâdisi’l-mevzû’a*, Dâru’l-Ma’rife, 2010, II., s. 276; Şevkânî, Muhammed b. Ali, *el-Fevâidü’l-mecmû’afi’l-ehâdisi’l-mevzû’a*, DâruKütübi’l-İlmiyye, Beyrut, 1995, s: 251.

ile başkasına nasihat etmektir.” anlamındaki bir rivâyetkudsî hadis formunda nakledilmiş ve kaynak olarak da ‘*el-Câmi’u’s-sağîr*, I, no:7’ gösterilmiştir.⁵³ Ancak eserde yaptığımız incelemede böyle bir rivâyetin varlığına rastlayamadık.

Dikkat çeken paylaşımlardan birisi de Şia’nın en büyük hadis kaynağı kabul edilen *Bihâru’l-envâr*’dan nakledilen şu rivâyettir: “*İnsan, ramazan ayının faziletini bilseydi, yılın hepsinin Ramazan olmasını isterdi.*”⁵⁴ Belirtilen kaynakta rivâyet Hz. Peygamber’e isnat edilmiş olsa da muteber hadis kaynaklarında böyle bir rivâyete rastlayamadık. Öyle anlaşıyor ki *Bihâru’l-Envâr*’ın bir Şia kaynağı olduğu bilinmeden rivâyet paylaşılmıştır. Aynı şekilde rivâyeti sayfada gören takipçiler de kaynağı muteber zannedip paylaşmışlardır. Her ne kadar rivâyet anlam bakımından sakıncalı olmasa da Hz. Peygamber’in (s.a.s.) sözleri olmayan ifadelerin O’nunmuş gibi paylaşılması doğru değildir.

2. İslamî Sayfalarda Paylaşılan Rivâyetlerin Değerlendirilmesi

Sosyal medyada hadisler sadece hadis adı altında açılan sayfalarda değil diğer İslamî sayfalar, edebiyat sayfaları hatta haber sayfalarında dahi paylaşılabilir. Tüm bu sayfaları incelemenin çalışmanın hacmini oldukça artıracak açıktır. Bu nedenle biz burada sadece İslamî sayfaların, takipçileriyle paylaştıkları rivâyetlerden bazılarını inceleyeceğiz. Hadis adı altında açılmış sayfalardaki hataların genelinin bu sayfalarda da yapıldığı görülmekle birlikte, uydurma hadis metinlerinin daha sıklıkla paylaşıldığı göze çarpmaktadır.

a) Rivâyetin veya Kaynağının Eksik Verilmesi

Hadis adı altında açılmış sayfalarda görüldüğü gibi rivâyetin kaynağının yanlış veya eksik verilmesi durumuna İslamî sayfalarda da rastlamak mümkündür. Şöyle ki, “*Oruçlunun ağzından çıkan koku, Allah indinde misk kokusundan daha hoştur.*”⁵⁵ anlamındaki bir

⁵³ https://www.facebook.com/HadisveDual?ref=br_rss, ErişimTarihi: 29.07.2015.

⁵⁴ <https://www.facebook.com/ayetlerim.hadislerim/photos/pb.144074689871.-2207520000.1434995616./10153389930209872/?type=3&theater>, Erişim Tarihi: 29.07.2015; Muhammed Bâkır el-Meclisî, *Bihâru’l-envâr-il-câmi’a li-düreriahbârî’l-eimmeti’l-ethâr*, Dârulhyâi’t-Türâsî’l-Arabî, Beyrut, 1983, XCIII, s. 344

⁵⁵ “لِكُلِّ عَمَلٍ كَفَّارَةٌ، وَالصُّومُ لِي وَأَنَا أَجْزِي بِهِ، وَلَخُلُوفٌ فَمِ الصَّائِمِ أَطْيَبُ عِنْدَ اللَّهِ مِنْ رِيحِ الْمِسْكِ”

rivâyet ‘Kütüb-i Sitte’ kaynağıyla verilmiş ve hangi müellifin, hangi eserinde olduğuna dair açık ifadeler yer almamıştır.⁵⁶ Yapılan incelemelerde rivâyetin aslında Kütüb-i sitte’nin tüm eserlerinde yer aldığı görülmüştür.⁵⁷

Diğer bir paylaşımda ise; “Şehit öldürülürken, sizden birinizin karınca ısırmasından duyduğu acıdan fazla bir acı duymaz.”⁵⁸ anlamındaki rivâyet sadece ‘Hz. Muhammed’ kaynağıyla paylaşılmıştır.⁵⁹ Hâlbuki yaptığımız araştırma sonrasında rivâyetin ‘Tirmizî, Fedâilü’l-cihâd 26; Nesâî, Cihâd 35; İbni Mâce, Cihâd 16’da geçtiği görülmüştür. Paylaşılan rivâyet muteber kaynaklarda varken bunlar belirtilmeden kaynaksız nakledilmesi de yine sayfa yöneticisinin hadis kaynağı gösteriminde yeterli bilgiye sahip olmayışından kaynaklanıyor diyebiliriz. Diğer taraftan bu durum bilinçli okuyucular nezdinde muteber hadislerle bile çekinceli yaklaşılmasına sebep olmaktadır.

b) Paylaşılan Rivâyetin Uydurma Olması

Yukarıda da değindiğimiz gibi bu tür sayfalarda uydurma hadis metinlerine sıkça rastlamak mümkündür. Bunun en çarpıcı örneklerinden birisi şöyledir; “Birinizin kulağı çınladığında beni ansın ve bana salavat getirsin. Ve ‘Zekerellahu men zekeranibihayrin’ desin.”⁶⁰ şeklindeki rivâyet ‘İbnü’l-Cevzî, *el-Mevzûât*, 3/76’ kaynağıyla paylaşılmış ve duyan kişilerin diğer kişilere de nakletmesi tavsiye edilmiştir.⁶¹ Nitekim paylaşıma ulaşım sayısı da oldukça yüksek olup yaklaşık 60.000 kişi tarafından doğru sanılıp ‘beğenilmiş’, 160.000 kişi tarafından da paylaşılmıştır. Paylaşan kişiler sayesinde rivâyeti görenlerin de paylaşmasıyla uydurma olan bu rivâyetin yüzbinlere ulaşması söz konusudur. Bu da sosyal

⁵⁶ <https://twitter.com/islamehli/status/612154753980698624>, ErişimTarihi: 29.07.2015.

⁵⁷ Buhârî, *Tevhîd*, 50; Müslim, *Sıyâm*, 30; EbûDâvûd, Süleyman b. el-Eş’âs, *Sünen-i EbîDâvûd*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992, *Sıyâm*, 33; Tirmizî, *Savm*, 55; Nesâî, *Sıyâm*, 42; İbnMâce, *Sıyâm*, 1.

⁵⁸ “مَا يَجِدُ الشَّهِيدُ مِنْ مَسِّ الْقَتْلِ إِلَّا كَمَا يَجِدُ أَحَدُكُمْ مِنْ مَسِّ الْقَرْصَةِ”

⁵⁹ <https://www.facebook.com/islamipaylasim/photos/a.109932463431.92925.108484573431/10153179709488432/?type=1&theater>, ErişimTarihi: 29.07.2015.

⁶⁰ “إِذَا طَنَّتْ أذنُ أَحَدِكُمْ فَلْيَصِلْ عَلَى وَلِيْقِلْ: ذَكَرَ اللهُ بِخَيْرٍ مِنْ يَذْكُرُنِي”

⁶¹ <https://www.facebook.com/Laleguldergisi/photos/pb.158046017680476.-.2207520000.1437850370./180425922109152/?type=3&theater>, ErişimTarihi: 29.07.2015.

medyanın ne denli etkili olduğunu, aynı zamanda hadis konusunda bilgisi olmayanlar tarafından hadis sanılan ifadelerin nasıl yayıldığını göstermektedir.



Resim 1: Uydurma Metin Paylaşımına Örnek

Yapılan incelemede paylaşılan rivâyetin belirtilen kaynakta var olduğu gözlemlenmiştir. Ancak İbnü'l-Cevzî rivâyeti naklettikten sonra uydurma olduğunu belirtmiştir.⁶²

Paylaşımında kaynak olarak *el-Mevzûât*'ın gösterilmesi ve bu eserin sahih hadisler içerdiği zannedilerek sahih bir hadis gibi paylaşılması, sayfa yöneticisinin hadis alanındaki bilgi seviyesi hakkında bize gerekli malumatı vermektedir. Aynı zamanda rivâyetin kaynağına bakılmadığı yahut bakılsa bile paylaşan kişinin Arapça bilmediğinden dolayı uydurma olduğunu anlayamaması da paylaşımından çıkarılabilmektedir. Bu çalışmayı yapmamıza vesile olan bu paylaşım, tam anlamıyla sosyal medyada hadis paylaşan kişilerin hadis hakkında ne derece bilgi sahibi olduklarını gözler önüne sermektedir.

Kaynaklarda rastlayamadığımız uydurma hadis metinlerine bir örnek de, “*Birinci gece teravih namazı kılanın bütün günahları bağışlanır.*” Anlamındaki rivâyetin Hz. Ali yoluyla Hz. Peygamber’e (s.a.s.) isnat edildiği paylaşımında karşımıza çıkmaktadır.⁶³ Ne var ki

⁶² İbnü'l-Cevzî, Ebu'l-Ferec Abdurrahman b. Ali b. el-Cevzî el-Kureysî, *Kitâbu'l-mevzûât*, (thk. Abdurrahman Muhammed Osman), Mektebetü's-Selefiyye, Medine, ts., III. 76.

⁶³ <https://twitter.com/CubbeliAhmtHoca/status/611227831419469824>, ErişimTarihi: 29.07.2015.

yapılan araştırmalar neticesinde muteber hadis kaynaklarında bu anlamda bir rivâyete rastlanamamıştır. Ramazan ayına has bir ibadet olan teravih namazına teşvik etmek amacıyla söylendiği açık olan bu ifadeler, kuvvetlendirilmek amacıyla Hz. Peygamber’e isnat edilmiştir diye düşünmekteyiz.

“Unutmayın yaktığınız can kadar canınız yanacak ve üzdüğünüz kadar üzüleceksiniz.” anlamındaki bir rivâyet kaynak gösterilmeden Hz. Peygamber’e (s.a.s.) isnat edilmiştir.⁶⁴ Ancak yapılan araştırmalarda muteber hadis kaynaklarında ve uydurma hadislerin toplandığı eserlerde böyle bir rivâyete rastlanamamıştır. Anlam olarak “Kötülüğün cezası misli ile dir.”⁶⁵ mealindeki ayeti hatırlatsa da Hz. Peygamber’in (s.a.s.) ağzından bu ifadelerin dökülmediği açıktır. Anlamı her ne kadar yanlış olmasa da Hz. Peygamber (s.a.s.) adına hadis uydurmak bizzat kendisi tarafından yasaklanmıştır.⁶⁶

Bebeklerin ağlamasıyla ilgili bir rivâyet Hz. Peygamber’den şu şekilde nakledilmiştir: “Bebeğin iki aya kadar ağlaması Allah’tan başka ilah olmadığına (ve Muhammed’in onun kulu ve resulü olduğuna) şehadettir. Dört aya kadar ağlaması, Allahu Teâlâ’ya itimattır. Sekiz aya kadar ağlaması Peygamber Efendimize salavâtır. İki seneye kadar ağlaması da anne babasına istiğfardır. Susadığı zaman Allahu Teâlâ annesinin göğsünde ona cennetten bir pınar ihsan eder de onu içer. Böylece yeme ve içme ihtiyacı karşılanmış olur. Bir seneye kadar, ağladıkları için çocuklarınızı asla dövmeyiniz. Zira onlar dört ay şehadette bulunurlar, dört ay bana salavât okurlar, dört ay da anne babasına dua ederler.” Kaynak olarak ise ‘Şehâvî, el-Kavlü’l-İbedî; s.132-133’ gösterilmiştir. Yine aynı konuyla alakalı ‘İmam Deylemî’ kaynağıyla şu rivâyet nakledilmiştir. “Çocuğun ağlaması zikir, tehlil ve Allahu Teâlâ’yı hamddir. Onun ağlaması, anne ve babası için dua ve istiğfardır.”⁶⁷

⁶⁴ <https://twitter.com/ISLAMIYET/status/578299849164136449>, ErişimTarihi: 29.07.2015.

⁶⁵Yûnus, 10/27.

⁶⁶ “مَنْ كَذَبَ عَلَىٰ مَنَعَدًا فَلْيَتَّبِرُوا مَفْعَدَهُ مِنَ النَّارِ” Ma‘mer b. Râşid, EbûUrveel-Basrî es-San‘ânî, el-Câmî‘(Abdurezzak’ın el-Musannef’i ile birlikte nşr. Habîburrahman el-A‘zamî,), Beyrut, ts. XI, 261.Buhârî, İlim, 38; Müslim, Zühd ve Rikâk, 16; Tirmizî, İlim, 8; EbûDâvûd, İlim, 4; İbnMâce, İmân, 4.

⁶⁷ <https://www.facebook.com/Arifan.Dergisi/photos/pb.166107622011.-2207520000.1437910812./10153103022312012/?type=3&theater>, Erişim Tarihi: 29.07.2015;

Yaptığımız araştırmada verilen kaynakta rivâyetin yer almadığı görülmekte, aksine Sehâvî'nin(ö. 902/1497) eserinde belirtilen sayfalarda Hz. İbrahim'e salat getirmenin hükmünden bahsedilmektedir.⁶⁸ Ayrıca kaynak belirtilirken dahi eserin isminin yanlış okunduğu ve '*el-Kavlu'l-bedî*' olması gerekirken, '*el-Kavlü'l-İbedi*' şeklinde verildiği görülmektedir. Anlaşılabacağı üzere bu ifadeleri hadis diye paylaşılan sayfa yöneticisinin hadis ilmine dair bilgisi ya çok azdır ya da bulunmamaktadır. Aynı zamanda Deylemî'nin (ö. 558/1163) eserlerinde yaptığımız inceleme sonucunda da böyle bir rivâyetin varlığına rastlayamadık. Yine aynı şekilde muteber hadis kaynaklarının hiç birisinde bu rivâyeti tespit edemedik. Uydurma olduğu açık olan bu rivâyet de diğer bazı uydurma metinler gibi sosyal medya kullanıcılarından oldukça ilgi görmüş ve binlerce kişi tarafından paylaşılmıştır.

Sonuç

Sosyal medyanın kolay iletişim kurma, haberlerin hızlı yayılması, kişilerin şahsî yorum yapmalarına olanak sağlaması gibi birçok olumlu yanı bulunmaktadır. Nitekim son yıllarda sosyal medyanın bu denli itibar görmesi tüm bu etkenlerin ürünüdür. Öteden beri insanlar kendi düşüncelerini paylaşabilecek, rahatça konuşabilecek ortamlar aramaktadırlar ve bunun son dönemlerdeki platformu ise sosyal medya olmuştur.

Sosyal medyanın bahsedilen olumlu yönlerinin yanında olumsuz yönleri de yok değildir. Bunlardan en önemlisi ise bilgi kirliliğidir. Zira sosyal medyada bilgilerin kontrolü ve doğruluğunun denetlenmesi söz konusu değildir. Durum böyle olunca yalan veya yanlış haberler doğru sanılarak halk nezdinde karşılık bulabilmektedir. Yayılan yanlış haberler ancak muhatabının uğraşısıyla yine sosyal medya aracılığıyla duyurularak düzeltilebilmektedir.

Halk arasındaki bazı kişiler ise sosyal medyanın bu imkânından faydalanarak İslamî sayfalar oluşturmuşlardır. Oluşturulan bu sayfalarda ayet ve hadis paylaşımları, İslam düşünürlerinin bazı sözleri gibi birçok bilgi paylaşılmaktadır. Paylaşılan bu bilgilerin arasında yanlış bilgilere de rastlamak

<https://www.facebook.com/GonulSofram/posts/10152032947376189>, Erişim Tarihi: 29.07.2015.

⁶⁸ Sehâvî, Muhammed b. Abdurrahman, *el-Kavlu'l-bedî' fi's-salâtialâHabibi's-Şefî'*, (thk. Beşir Muhammed Uyûn), MektebetüDâru'l-Beyân, Dimeşk, ts., s. 132-133.

mümkündür. Ancak din adına yapılan bu paylaşımların toplum içerisinde sorumlu bir muhatabı olmadığından denetlenmesi ve doğrulanması mümkün değildir. Denetleyici bir mekanizmanın bulunmaması da yanlış bilgilerin yüzbinlere ulaşması sonucunu doğurmaktadır.

Nitekim araştırmamızda görüldüğü kadarıyla özellikle hadis konusu, tarih boyunca olduğu gibi sosyal medyada da fazlaca istismar edilmiştir. Sayfa yöneticileri kaynağına bakmadan, doğruluğunu araştırmadan yüzlerce rivâyeti hadis olarak paylaşmaktadırlar. Özellikle mübarek gün ve gecelerde, o gün veya gecenin fazileti ile ilgili birçok uydurma rivâyetin paylaşıldığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde toplum içerisinde cereyan eden bazı olaylar sonrasında-şehitlik gibi- yine hadislere müracaat edilmiş ve konuyla alakalı rivâyetler paylaşılmıştır. Hz. Peygamber (s.a.s.) vasıtasıyla bir nebze de olsa halkın umudu korunmak istense de bu paylaşımlar arasında uydurma rivâyetlerin varlığı tespit edilmiştir.

İslamî sayfalarda paylaşılan rivâyetlerin, hadis adı altında açılmış sayfalarda paylaşılan rivâyetlere nazaran daha zayıf veya uydurma oldukları görülmektedir. Bunun en önemli nedeni ise İslamî sayfaların genelde bir cemaate bağlı olan veya belli bir düşünceyi savunan yöneticiler tarafından idare ediliyor olmalarıdır. Bunun sonucunda paylaşılan rivâyetlerde kendi düşüncelerine uygun ifadelerle rastlanmaktadır.

İslamî sayfa yöneticilerinin, İslam’a hizmet etme arzusuyla hadis uydurma girişiminde bulunanları hatırlattığını söyleyebiliriz. Nitekim hadis uydurma girişimlerinin nedenlerinden biri de İslam’a hizmet etme arzusudur. Teknoloji çağında bu faaliyet uydurma metinlerin halkla paylaşılmasıyla devam etmektedir. Ancak Hadis tarihinde hadis uydurmacılığı karşısında alınan önlemlerin, bugünkü uydurma metin paylaşımı için de alındığını söylemek ne yazık ki mümkün görünmemektedir.

Araştırma esnasında varılan bilgilerden birisi de sayfa yöneticilerinin hadis alanındaki yetkinlikleriyle ilgilidir. Nitekim sayfa yöneticilerinin aslında hadis ile doğrudan ilgili olmadıkları, günlük yaşantılarında farklı meslekî gruplarda bulundukları, hatta öğrenci olduklarına dair bilgilere ulaşılmıştır. Doğal olarak bu durum, hadis diye paylaşılan rivâyetlerin kaynağına inmeye, doğruluğunu tespit etmeye veya en azından bu konuda hassasiyet sahibi olmaya imkân tanımamaktadır.

Kanaatimizce tüm bu sorunları ortadan kaldırmak mümkün olmasa bile asgarîye indirmek, iki farklı tavırla sağlanabilecektir. Bunlardan ilki, sosyal medya hakkında bir bilinç oluşturmak ve

güvenilmezliğini açıkça ortaya koymaktır. Bu bağlamda sosyal medyanın bilgi kirliliği yönünden güvenilemez olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Diğer önlem ise hadis alanında yetkin ve bilgili olan kişilerin sosyal medya kullanımına önem vermeleri ve yanlış yapılan paylaşımlar karşısında hadis âlimlerince sahih kabul edilmiş meşhur hadisleri paylaşmalarıdır. Paylaşılan tüm rivâyetlerin denetlenmesi ve doğrulanmasını istemek ütopyik bir düşünce olduğundan en azından kişisel gayretlerle uydurma metinler karşısında sahih hadisin varlığını göstermenin nispeten de olsa mümkün olduğu kanaatindeyiz. Bu nedenle hadis alanında söz sahibi olan kişilerin, sosyal medyayı daha aktif kullanarak sahih hadis paylaşımını yaygınlaştırmalarının hadis ilmi ve toplumun zihin sağlığı açısından faydalı olacağını düşünüyoruz. Yaptığımız bu çalışmanın sosyal medya bilinci oluşturma konusunda hadis alanında bir başlangıç niteliği taşımasını ve kanaatimizce günümüz hadis problemlerinden birisi olan “sosyal medya ve hadis” konusunda yeni çalışmalar yapılmasına teşvik etmesini umuyoruz.

KAYNAKÇA

Alabay, Mehmet N., “Sosyal Medyada Tüketiciler Ve Pazar Bölümleme Uygulamaları”, *XVI. Türkiye’de İnternet Konferansı*, İzmir 2011.

Aliyyü’l-Kârî, Ebu’l-Hasan Nureddin el-Molla el-Herevî, *el-Esrâru’l-merfû ‘afi’l-ahbârî’l-mevzû’a*, (thk. Muhammed es-Sıbâğ), Dâru’l-Emâne, Beyrut, 2010.

Arslan, Pınar, *Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011.

Aydınlı, Abdullah, *Hadis Istılahları Sözlüğü*, İFAV, İstanbul, 2011

Aymankuy, Yusuf, M. Emin Soydaş ve Çağrı Saçlı, “Sosyal Medya Kullanımının Turistik Tüketicilerin Tatil Kararlarına Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama” *International Journal of Human Sciences*, 10(1), ss. 376-397.

Babacan, Mehmet Emin, İrfan Haşlak ve İsmail Hira, “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 2, 2011, ss. 64-91.

el-Beyhakî, Ebû Bekir Ahmed b. Hüseyin, *el-Câmi’ li-Şü’abi’l-imân*, Dâru’r-Rüşd, Riyad, 2003.

el-Buhârî, Ebû Abdullah Muhammed b. İsmail, *Sahîhu’l-Buhârî*, Mektebetü’r-Rihâb, Kahire, 2007.

Bülbül Oğuz, Betül, “Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi”, *TurkishStudies - International PeriodicalForTheLanguages, LiteratureandHistory of TurkishorTurkic*, Volume 7/4, Fall 2012, ss. 1157-1166, Ankara.

Büyükşener, Ercüment, “Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış”, *Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, XIV, İstanbul, 2009.

EbûDâvûd, Süleyman b. el-Eş’âs, *Sünen-i EbîDâvûd*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992.

el-Hindî, Ali b. Hüsameddin el-Müttakî, *Kenzü’l-ummâl fi Süneni’l-ekvâlve’l-ef’âl*, Müessesetü’r-Risâle, Beyrut, 1985.

İbn’Adiyy, EbûAhmed Abdullah b. ‘Adiyy el-Cürcânî, *el-Kâmil fi duafâi’r-ricâl*, DâruKütübi’l-İlmiyye, Beyrut, ts.

İbnMâce, Muhammed b. Yezîd, *Sünen-i İbnMâce*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992.

İbnü’l-Cevzî, Ebu’l-Ferec Abdurrahman b. Ali b. el-Cevzî el-Kureyşî, *Kitâbu’l-mevzûât*, (thk. Abdurrahman Muhammed Osman), Mektebetü’s-Selefiyye, Medine, ts.

Kandemir, M. Yaşar, *Mevzu Hadisler*, İFAV, İstanbul, 2012.

Ma’mer b. Râşid, EbûUrve el-Basrî es-San’ânî, *el-Câmi’* (Abdurezzak’ın el-Musannefi ile birlikte nşr. Habîburrahman el-A’zamî,), Beyrut ts.

Makdisî, Muhammed b. Tâhir, *Zehîratü’l-huffâz*, (thk. Abdurrahman el-Feryevâî), Dâru’s-Selef, Riyad, 1996.

el-Meclisî, Muhammed Bâkır, *Bihâru’l-envârî’l-câmi’a li-düreriahbâri’l-eimmeti’l-ethâr*, Dâru’lhyâi’t-Türâsî’l-Arabî, Beyrut, 1983.

Müslim, Ebu’l-Hüseyn Müslim b. Haccâc, *Sahîh-u Müslim*, Mektebetü’r-Rihâb, Kahire, 2008

Nesâî, Abdurrahman Ahmed b. Şuayb, *Sünen-i Nesâî*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992.

Şehâvî, Muhammed b. Abdurrahman, *el-Kavlu’l-bedî’ fi’s-salâtialâHabîbi’s-Şefî’*, (thk. Beşir Muhammed Uyûn), MektebetüDâru’l-Beyân, Dimeşk, ts.

Şevkânî, Ebu Abdullah Muhammed b. Ali b. Muhammed es-San’ânî el-Yemenî, *el-Fevâidü’l-mecmû’afi’l-ehâdisi’l-mevzû’a*, DâruKütübi’l-İlmiyye, Beyrut, 1995.

Süyûtî, Celaleddin Abdurrahman b. Ebubekir b. Muhammed b. Sâbıkuddin, *el-Câmi’u’s-sağîrminhadîsi’l-Beşîri’n-Nezîr*, DâruKütübi’l-İlmiyye, Beyrut, 2004.

_____, *el-Leâli’l-masnû’afi’l-ehâdisi’l-mevzû’a*, Dâru’l-Marife, 2010.

_____ *Câmiu'l-Ehâdîs, Dâru'l-Fikr*, Beyrut, 1994.

Tirmizî, Ebû İsa Muhammed b. İsa, *Sünen-i Tirmizî*, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992.

Tonta, Yaşar, “Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği”, *Türk Kütüphaneciliği*, 23, 4, 2009, ss. 742-768.

Vural, Z. Beril Akıncı, Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University*, 2010, ss. 3348-3382.

Yağmurlu, Aslı, “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 2011.

İnternet Siteleri

<http://www.sabah.com.tr/teknoloji/2015/06/25/facebookun-aktif-kullanici-sayisi-oyle-bir-rakama-ulasti-ki>

http://www.zaman.com.tr/newsDetail_getNewsById.action?newsId=2000756

<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

<https://tr.wikipedia.org>

<https://twitter.com>

<https://www.facebook.com>