T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
DİN EĞİTİMİ BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN DİN VE DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA DENEYİMİ

(BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)

Doktora Tezi

Berrin SARITUNÇ

BURSA - 2021

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
DİN EĞİTİMİ BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN DİN VE DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA DENEYİMİ

(BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)

Doktora Tezi

Berrin SARITUNÇ

Danışman:
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞANVER

BURSA - 2021

TEZ ONAY SAYFASI ÖRNEĞİ

T. C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim / Ana sanat Dalı, Din Eğitimi Bilim Dalı'nda 711721011 numaralı Berrin SARITUNÇ'un hazırladığı "**ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN DİN VE DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA DENEYİMİ (BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)**" konulu Doktora Çalışması ile ilgili tez s.a.sunma sınavı, 27/07/ 2021 günü 14:00-16:00 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının BAŞARILI olduğuna OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

Üye
(Tez Danışmanı ve
Sınav Komisyonu Başkanı)
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞANVER
Bursa Uludağ Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı,
Adı Soyadı
Prof. Dr. Mehmet Akif KILAVUZ
Bursa Uludağ Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi
Prof. Dr. Ali YAKICI
Gazi Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Ali ÇANAKÇI
Balıkesir Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali İhsan AKÇAY
Bursa Uludağ Üniversitesi

27 /07/ 2021

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans / Doktora Tezi/Sanatta Yeterlik Tezi/ Çalışması olarak sunduğum "ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN DİN VE DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA DENEYİMİ (BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)" başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

Adı Soyadı: Berrin Sarıtunç

Öğrenci No: 711721011

Anabilim/Anasanat Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri

Programı: Din Eğitimi

Statüsü: Yüksek Lisans [ ] Doktora X [ ]

: Sanatta Yeterlik [ ]

YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

07/06/2021

Tez Başlığı / Konusu: "**ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN DİN VE DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA DENEYİMİ (BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)**"

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 383 sayfalık kısmına ilişkin, 07/06/2021 tarihinde şahsım tarafından Turnitin* adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 13'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

1- Kaynakça hariç

2- Alıntılar hariç/dahil

3- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

07/06/2021

Adı Soyadı: Berrin Sarıtunç

Öğrenci No: 711721011

Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri

Programı:

Statüsü: Y.Lisans Doktora ■

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞANVER

07/06/2021

*** Turnitin programına Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphane web sayfasından ulaşılabilir.**

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı : **Berrin Sarıtunç**
Üniversite : **Bursa Uludağ Üniversitesi**
Enstitüsü : **Sosyal Bilimler Enstitüsü**
Anabilim/Anasanat Dalı : **Felsefe ve Din Bilimleri**
Bilim/Sanat Dalı : **Din Eğitimi**
Tezin Niteliği : **Yüksek Lisans Tezi/Doktora Tezi/Sanatta Yeterlik Tezi**
Sayfa Sayısı : **xvii +373**
Mezuniyet Tarihi : **……/……./2021**
Tez Danışman(lar)ı : **Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞANVER**

ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN DİN VE DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA DENEYİMİ (BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)

Günümüzde kitleleri etkileyen en önemli güç olarak görülen sosyal medya, yaşamımızın en önemli parçalarından biri olarak görülmektedir. Her kesimden insanların elinde olan akıllı telefonlar ile kimileri sosyalleşmekte, kimileri eski eş, dost, arkadaşlarını bulmakta, kimileri hayranı olduğu kişileri takip etmektedir. Her yaş grubunun sosyal medyayı kulalnma amacı farklı olmasına rağmen, her yaş grubuna bir şekilde etki eden sosyal medya gençlere de nüfuz etmektedir. Gençler bu mecralardan bazı bilgileri edinmekte, bazı değer algıları da buradaki paylaşımlardan etkilenmektedir. Değerler eğitimi dini yapının temel yapıtaşlarından biridir. Bu hususta kazandırılacak değerler eğitimi dini konularda da temel yaklaşımlarda etkili olacaktır. Öyle ki gençlerde değerler eğitimi, dini hayatı da etkileyen bir sistem ön görür. Araştırma; kavramsal, teorik değerlendirme ve alan araştırması olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sosyal medya, değerler ve gençlik kavramları üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise sosyal medya kullanımı ile gençlerin değerlere bakışı ele alınmıştır. Bu araştırma nitel araştırma yöntemine sahiptir. Bu çalışmada elde edilen veriler yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Bunun için konuyla ilgili görüşme formu hazırlanmıştır. Bu

kapsamda Bursa Uludağ Üniversitesinde öğrenim gören 96 öğrenci ile görüşülmüştür. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin din ve değerlere bakışında sosyal medyanın etkisi olmuş mudur? Üniversite öğrencileri sosyal medyadaki dini paylaşımlara nasıl bakmaktadır? sorusu incelenerek tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuçlara göre; sosyal medyanın gençlerin din ve değerlere bakış konusunda olumlu etkileri de olmakla birlikte olumsuz birçok tesiri de bulunmaktadır. Bu olumsuz etkileri giderebilmek için ailelere, eğitimcilere, medya sektöründe çalışanlara, Diyanet'e ve ilgili bakanlıklara büyük rol düştüğü söylenebilir. Bahsedilen kurum ve kuruluşların birlik olup çalışmaları genç nüfusu çok olan ülkemizin geleceğe dair politikalarını planlayabilmesi açısından stratejik bir önem arz etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Social Media, Youth, Religion, Values, Religion, Education, Values Education

ABSTRACT

Name and Surname : **Berrin Sarıtunç**
University : **Bursa Uludag University**
Institution : **Social Science Institution**
Field : **Philosophy and Religious Studies**
Branch : **Religious Education**
Degree Awarded : **Master/Doctorate/Proficiency in Art**
Page Number : **xvii +373**
Degree Date : **…../……/2021**
Supervisor/s :**Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞANVER**

SOCIAL MEDIA EXPERIENCE OF UNIVERSITY YOUTH IN TERMS OF RELIGION AND VALUES EDUCATION
(Bursa Uludag University Sample)

Social media, which is seen as the most important power affecting the masses today, is seen as one of the most important parts of our lives. Some people socialize with smartphones in the hands of people from all walks of life, some find old friends, some follow people they admire. Although the purpose of using social media for each age group is different, social media, which affects each age group in some way, also penetrates the youth. Young people get some information from these channels, and some of their value perceptions are also affected by the shares here. Values education is one of the basic building blocks of religious structure. The values education to be gained in this regard will also be effective in basic approaches to religious issues. So much so that values education for young people foresees a system that also affects religious life. In the first part, the concepts of social media, values and youth are emphasized. In the second part, the use of social media and the young people's view of values are discussed. This

research has a qualitative research method. The data obtained in this study were obtained by semi-structured interview method. For this purpose, an interview form has been prepared on the subject. In this context, 96 students studying at Bursa Uludağ University were interviewed. In this context, has social media had an effect on university students' view of religion and values? How do university students view religious posts on social media? These questions were examined and tried to be determined. According to the results; Although social media has positive effects on young people's view of religion and values, it also has many negative effects. Families, educators, those working in the media sector, the Diyanet and relevant ministries play a major role in eliminating these negative effects. The cooperation of the mentioned institutions and organizations have strategic importance in terms of planning the future policies of our country, which has a large young population

Keywords: Social Media, Youth, Religion, Values, Religion and Values Education

ÖN SÖZ

İnsan toplumsal bir varlıktır. Onun tarihselliğinde birlikte yaşama gereği vardır. Bu birlikte yaşama kuşkusuz toplumsallaşmanın dinamikleri ile belirginleşmiş ve belli kaidelere göre şekillenmiştir. Toplumların yaşam biçimi olarak nitelen kültür ise bireyden topyekün sosyal yapıya uzanan dinamik bir yapıdır. Kuşaklar arası bilgi aktarımı ve toplumsal devinimin devamında etkili olan kültür kodları ise kuşkusuz toplumların geçmişten geleceğe devamında büyük öneme sahiptir. İşte değerler eğitimi bu kodların analitik olarak devamını temin eden argümanlardır. Günümüz gençliğinin aktif olarak kullandığı sosyal medyanın da bir iletişim ve etkileşim platformu olduğu düşünüldüğünde bu yönde yapılacak olumlu yönlendirmelerin gençlerde kayda değer değerlere atıfta bulnacağı ve bunların kültürel aktarımda ileriye taşınacağı söz konusu olacaktır. Dolayısıyla söz konusu çalışmamızda geleceğimizin teminatı olan gençlerimizin yaşamlarında, düşüncelerinde, kararlarında, din ve değerlere bakışında sosyal medyanın ne gibi bir etkisi olduğunu, gençlerin konuyla ilgili düşüncelerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle tez konuma karar verirken bana yardımcı olan, tez çalışmam sürecinde kıymetli bilgi, birikim ve tecrübelerini benimle paylaşan değerli hocam Dr. Öğretim Üyesi Mehmet ŞANVER'e sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım. Yine araştırmalarımda değerli katkıları ile bana yardımcı olan kıymetli hocam Melike Tunç TEKİNDAL'a teşekkür ederim. Çalışmamı, beni sabırla bekleyen oyun ve uyku saatinden aldığım çalışmamı yazma sürecinde çok hakkı geçen biricik kızım Eylül Naz'a ithaf ederim.

04.05.2021

ÖN SÖZ

İnsan toplumsal bir varlıktır. Onun tarihselliğinde birlikte yaşama gereği vardır. Bu birlikte yaşama kuşkusuz toplumsallaşmanın dinamikleri ile belirginleşmiş ve belli kaidelere göre şekillenmiştir. Toplumların yaşam biçimi olarak nitelen kültür ise bireyden topyekün sosyal yapıya uzanan dinamik bir yapıdır. Kuşaklar arası bilgi aktarımı ve toplumsal devinimin devamında etkili olan kültür kodları ise kuşkusuz toplumların geçmişten geleceğe devamında büyük öneme sahiptir. İşte değerler eğitimi bu kodların analitik olarak devamını temin eden argümanlardır. Günümüz gençliğinin aktif olarak kullandığı sosyal medyanın da bir iletişim ve etkileşim platformu olduğu düşünüldüğünde bu yönde yapılacak olumlu yönlendirmelerin gençlerde kayda değer değerlere atıfta bulnacağı ve bunların kültürel aktarımda ileriye taşınacağı söz konusu olacaktır. Dolayısıyla söz konusu çalışmamızda geleceğimizin teminatı olan gençlerimizin yaşamlarında, düşüncelerinde, kararlarında, din ve değerlere bakışında sosyal medyanın ne gibi bir etkisi olduğunu, gençlerin konuyla ilgili düşüncelerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle tez konuma karar verirken bana yardımcı olan, tez çalışmam sürecinde kıymetli bilgi, birikim ve tecrübelerini benimle paylaşan değerli hocam Dr. Öğretim Üyesi Mehmet ŞANVER'e sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım. Yine araştırmalarımda değerli katkıları ile bana yardımcı olan kıymetli hocam Melike Tunç TEKİNDAL'a teşekkür ederim. Çalışmamı, beni sabırla bekleyen oyun ve uyku saatinden aldığım çalışmamı yazma sürecinde çok hakkı geçen biricik kızım Eylül Naz'a ithaf ederim.

04.05.2021

İÇİNDEKİLER

Sayfa

TEZ ONAY SAYFASI ÖRNEĞİ ..... **ii**
YEMİN METNİ ..... **iii**
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU ..... **iv**
ÖZET ..... **v**
ABSTRACT ..... **vii**
ÖN SÖZ ..... **ix**
İÇİNDEKİLER ..... **x**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **xiv**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xv**
KISALTMALAR LİSTESİ ..... **xvi**
GİRİŞ **1**
1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE PROBLEMİ 13
2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ 21
3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI 22
4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 23
5. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI 28
6. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ 28
7. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN TOPLANMA SÜRECİ 33
8. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZ SÜRECİ 36

BİRİNCİ BÖLÜM
SOSYAL MEDYA, DEĞERLER VE GENÇLİK

1. SOSYAL MEDYAYA BAKIŞ 39
1.1. Sosyal Medya Kavramına Genel Bakış 39
1.2. Sosyal Medyanın Genel Özellikleri Nelerdir? 40
1.3. Sosyal Medyanın Tarihçesi 41
1.4. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları 42

2. DEĞERLER OLGUSUNA KAVRAMSAL BAKIŞ 48
2.1. Değer Nedir? 48
2.2. Değerlerin Genel Özellikleri 54
2.3. Değerlerin Sınıflandırılması 61
2.3.1. Spranger'e Göre Değerlerin Sınıflandırılması 61
2.3.2. Morris'e Göre Değerlerin Sınıflandırılması 61
2.3.3. Rokeach'e Göre Değerlerin Sınıflandırılması 62
2.3.3.1. Amaç değerler 62
2.3.3.2. Araç değerler 62
2.3.4. Schwartz'ın Değerleri Sınıflandırması 63
2.3.5. Dilmaç'a Göre Değerlerin Sınıflandırılması 65
2.4. Değerlerin Görevleri 66
3. DİJİTAL ÇAĞDA GENÇLİĞE BAKIŞ 68
3.1. Gençlik Nedir? 72
3.2. Ülkemizdeki Genç Nüfus Oranı 74
3.3. Gençlik Döneminin Özellikleri 75
3.3.1. Y Kuşağı İnsanı 76
3.3.2. Z Kuşağı İnsanı 78
3.3.3. Z Kuşağının Özellikleri 80
3.4. Dijital Çağ ve Gençlik 80
3.5. Sosyal Medya ve Din Eğitimi 83
3.6. Sosyal Medyadaki Dini Uygulamalardan Örnekler 84

İKİNCİ BÖLÜM
SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE ÖĞRENCİLERİN DEĞERLERE BAKIŞI

1. GENÇLİĞİN "DEĞERLER ODAĞINDA" SOSYAL MEDYA KULLANIM DENEYİMLERİ 96
1.1. Liyâkat 98
1.2. Mahremiyet 102
1.3. Özgürlük 112
1.4. Tutumluluk- Gösterişten Kaçınma 121
1.5. Diğergâmlık 129
1.6. Gelenek ve Göreneklere Bağlılık 132

1.7. Adalet 135
1.8. Yardımseverlik, Paylaşımcılık, İşbirliği 138
1.9. Hoşgörü ve Farklı İnançlara Saygı 144
1.10. Büyüklere Sevgi- Saygı, Misafirperverlik 150
1.11. Kardeşlik 153
1.12. Sabır 156
1.13. Sorumluluk 162
1.14. Duyarlılık 167
2. GENÇLİĞİN GENEL SOSYAL MEDYA KULLANIM DURUMU VE DENEYİMİ 180
2.1. Ana Tema 1: Gençliğin "Sosyal Medyaya" Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri 182
2.1.1. Kullanılan Sosyal Medya Hesapları 183
2.1.2. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi 184
2.1.3. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları 185
2.1.4. Sosyal Medyanın Dini Amaçlı Kullanım Şekli 193
2.1.5. Sosyal Medya Üzerinden Yardım 200
2.1.6. Belli Sayıda Kişiye Gönderilen Dilekler 204
2.1.7. İçerik Türü ve Paylaşım Sıklığı ve Demografik Özellikler 207
2.1.8. Yapılan Paylaşımların Demografik Özelliklerle İlgisi 207
2.1.9. Sosyal Medya ve Mahremiyet: 210
2.1.10. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Yanları 214
2.1.11. Gençlerin Sosyal Medyayı Daha Olumlu Kullanması İçin Öneriler 219
2.2. Ana Tema 2: Gençliğin "Dine Yönelik" Görüş ve Değerlendirmeleri" 236
2.2.1. Kendini Dini Açıdan Gördüğü Seviye 237
2.2.2. Din ile İlgili Sorun Olduğu Zaman Başvurulan Referanslar 240
2.2.3. Nerede Daha Dindar 245
2.3. Ana Tema 3: Gençliğin "Sosyal Medya ve Din/Değerler" Bakışı 256
2.3.1. Sosyal Medya Üzerinde Yapılan Dini Tartışmalara Katılma Durumu 257
2.3.2. Dini Sorunun Cevabını Bulmak İçin Sosyal Medya Kullanımı 260
2.3.3. Yapılmayan Bir İbadetin Önemine Dair Paylaşım 264
2.3.4. Alt tema 4: Profil Fotoğrafında Dini Simge Kullanma 266

2.3.5. Sosyal Medyadan Dua İsteyenlere Yardım 268
2.3.6. Sosyal Medya ve Dinde Özgür Hissetme 271
2.3.7. Dini İçerikli Mesajlardan Huzur Bulma & Bulmama 274
2.3.8. Dini Zamanlarda Kutlama ve Tebrikler 277
2.3.9. İnternet ve Sosyal Medya Ağlarının Din Üzerinde Olumsuz Etkileri 279
2.3.10. Bireyler Sosyal Medyada Niçin Dini İçerikli Paylaşımlarda Bulunurlar? 286
2.3.11. Dijital İbadet/Halkalar/Hac/Sadaka 290
SONUÇ VE ÖNERİLER 303
KAYNAKÇA 312
İNTERNET KAYNAKLARI 348
EKLER 355
EK 1: TEZ GÖRÜŞME FORMU 355
EK 2: ETİK KURUL ONAYI 358
EK 3: SOSYAL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ BAĞLAMINDA ÇOCUKLARLA İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR 359
EK 4: SOSYAL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ BAĞLAMINDA GENÇLERLE İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR 361
EK 5: SOSYAL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ BAĞLAMINDA YETİŞKİNLERLE İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR 365
ÖZGEÇMİŞ 368

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgi Tablosu 30
Tablo 2: Gençliğin Sosyal Medyaya Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri 34
Tablo 3: Gençliğin 'Din ve Değerlere' Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri 34
Tablo 4: Gençliğin "Sosyal Medya ve Din/Değerler" Algısı 34
Tablo 5: Rokeach'te Değer Tasnifi 63
Tablo 6: Schwartz Değerlerin Sınıflandırılması 64
Tablo 7: 2021 Yılına Göre Ülkemizin Nüfus Dağılımı 74
Tablo 8: Gençlerin Aileleriyle İlişkileri ("Haftada Bir ve Daha Sık" Yanıtlarının Oranı) 152
Tablo 9: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları 187

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Nüfus Piramidi 2007-2020 72
Şekil 2: Yaş Gruplarına Göre Nüfus Oranı, 2007-2020 73
Şekil 3: Gençlerin Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılımı 164
Şekil 4: Gençliğin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Sosyal Medya Deneyimi (Maxqda Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli) 181
Şekil 5: Gençliğin Sosyal Medyaya Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri (MAXQDA Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli) 182
Şekil 6: Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ("Haftada Bir ve Daha Sık Kullanıyorum" Yanıtlarının Oranı) 184
Şekil 7: Gençliğin Din ve Değerlere Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri (MAXQDA Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli) 236
Şekil 8: Gençliğin Sosyal Medyaya İlişkin Din ve Değerler Algısı (Maxqda Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli) 256

KISALTMALAR LİSTESİ

ADNKS	: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
a.g.e.	: Adı geçen eser
a.g.g.	: Adı geçen görüşme
a.g.m.	: Adı geçen makale
b.	: Baskı
b.	: Bin
Bkz.	: Bakınız
C.	: Cilt
çev.	: Çeviren
DİA	: Diyanet İslam Ansiklopedisi
DİB	: Diyanet İşleri Başkanlığı
DKAB	: Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi
TDV	: Türkiye Diyanet Vakfı
ed.	: Editör
haz.	: Hazırlayan
haz.	: Yayına hazırlayan
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
MEB	: Millî Eğitim Bakanlığı
MEM	: Millî Eğitim Müdürlüğü
nşr.	: Neşr
trc.	: Tercüme
r.a.	: Radiyallahu anh
s.	: Sayfa
S.	: Sayı
s.a.v	.: sallallâhu aleyhi ve selem
SEKAM	: Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi
ss.	: Sayfa sayısı
SODEV	: Sosyal Demokrasi Vakfı

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

vd. : Ve diğerleri

GİRİŞ

İnsanoğlunun yaşayabilmesi için temel gereksinimlerinden bir tanesi de iletişim kurabilmektir. İletişim ile kişiler, çevresinde tezahür eden olayları öğrenirler. Fikir ve hislerini paylaşırlar. İletişim, kurumla bireylerin hedeflerini inşa etmek anlamında kullanılan bir olgudur. İnsanların yaşam standartlarıyla ilgili olarak bireylere bilgi aktarır. Bu bağlamda iletişim, toplumsal hayatın her aşamasında yer alır. İletişimsiz bir yaşam ise mümkün değildir.

Kaynaktan hedefe doğru yönlendirilen bilginin paylaşımı olarak da bilinen iletişim aynı zamanda bir süreçtir. Bu anlamda iletişim unsurları çeşitli araçlarla yönlendirilmekte ve iletileri alan hedefte geri bildirim anlamında tepki ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda oluşan iletişim süreci bireyin hayatında bir devinim olarak devam etmektedir. Bu açıdan bakıldığında iletişimin çift taraflı gerçekleşen bir transfer aktarımı olduğu görülür. Bu süreçte kaynak olan da hedef olan da ortak etkileşim yaşarlar.[1]

İletişim, kişilerarası ilişkilerin aracı olup; onları anlamlandırmak, ifade etmek ve bu doğrultuda öteki bireylerle bir bağ kurmak için iletişim gerçekleştirilir. İnsan esasen bir iletişim ekseninde yer alır: Bu hususta gerek kendisi gerek başka bireylerin diyalogları haricinde bazen bir dinleyen bazen bir okuyan bazen de bir izleyen olarak bu sürece katılır.[2] Kişi kendisiyle ve başkalarıyla sürekli bir iletişim süreci içerisindedir. Burada değişen şey kişinin bu süreçteki rolleridir. Bu durum bazen dinleyici, bazen izleyici, bazen de okuyucu olarak değişebilir.

Latince kökenli "communication" sözcüğünün karşılığı olan iletişim, Türkçe'ye etimolojik olarak Fransızca'dan gelmiş ve "komünikasyon" kavramı olarak Türk dilinde yer almıştır. Komünikasyon, haberleşmede kullanılan "iletişim" kavramıyla anlam olarak muhabereyi de kapsayan çok yönlü bir "iletişim eylemi" anlayışını yansıtmaktadır.[3]

---

1 Veysel Çakmak, *İletişim Kaygısı ve Sosyal Medya,* Konya: Eğitim Yayınevi, 2018, s.1.
2 Ayseli Usluata, *İletişim*, 1. b., İstanbul: İletişim Yayınları, Mart 1994, s.7
3 Zehra Güngör Sanyer, *Diplomaside İletişim Yönetiminin Uygulanması*, (Doktora Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s.3.

İletişim sözlüğüne göre iletişimin pek çok tanımı vardır. Bunlardan bazıları şunlardır:

İletişim, düşüncelerin, hislerin, malumatlar vb.'nin semboller vasıtasıyla aktarılmasıdır.[4]

- İletişim, bir mana arayışı; bireyin kendisini çevreye bağlayan haberleri anlamlandıran dinamik bir eylemdir.[5]
- İletişim, semboller vasıtasıyla bir birey ya da topluluktan diğerlerine bilginin, aktarımıdır.[6]
- İletişim, iletilerle sağlanan sosyal bir bağdır.[7]
- İletişim, kendisinde yer alanların bilgiyi ortaya koyup, birbirlerini anlama maksadıyla verileri bölüştükleri bir vetiredir.[8]
- İletişim, evrenin anlamlandırılıp, bu mananın başka bireylerle paylaşıldığı dinamik bir süreçtir[9]
- İletişim, bireylerin toplumsallaşmayı gerçekleştirdikleri bir süreçtir.[10]

Türkiye'de yaşlı nüfus diğer ülkelerde olduğu gibi artmaktadır. Nüfus projeksiyonlarına göre yaşlı nüfus oranının 2025 yılında %11,0, 2030 yılında %12,9, 2040 yılında %16,3, 2060 yılında %22,6 ve 2080 yılında %25,6 olacağı öngörüldü.[11] Dünyada yaşlı nüfusun arttığı bilinmekte, insanların sağlıklı bir şekilde yaşamını devam ettirebilmesi ve gerektiğinde bunu bağımsız olarak gerçekleştirebilmesi esas iken ülkemizde bu süreç içe kapanıp sosyal hayattan elini eteğini çekme, yalnız kalıp geçmişi düşünme, yetersizlik duygusu ile başa çıkma ve yaşlılığın getirdiği bazı rahatsızlıkların getirisi olarak "kimseye yük olmama" endişesi ile geçmektedir. Tüm bunlar, yetişkin kesimin gençken sahip olduğu özgüvenin kaybolmasına, "ben yapamam, beceremem" endişesine ve sonuç olarak yeni bilgi öğrenmeye kendini kapatıp bilgiden, teknolojiden

---

4 Barbara Celarent, *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings. By Bernard Berelson and Gary A. Steiner*, New York: Harcourt, Brace & World, 1964, s.55

5 Barnlund Dean, *Barnlund's Transactional Model of Communication*,1970, s.99.

6 *A Modern Dictionary of Sociology* by George A. Theodorson and Achilles G. Theodorson London: Methuen and Co. Ltd., 1970.

7 Gerbner George, ''Mass Media and Human Communication Theory Frank E X Dance'', (eds), *Human CommunicationTheory Original Essays*, Canada: Holt, Rinehart Winston, 1967, ss.40-60

8 Everett Rogers, Lawrence Kincaid, *Communication Networks*, New York: Free Press, 1981, s.386.

9 John Masterson, Beebe Steven, Norman H. Watson, *Speech Communication*, 1983, s.287.

10 Mutlu Erol, *İletişim Sözlüğü,* 4. b., İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, ss.139-140.

11 Konu hakkında bkz: https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yaslilar, 37227(29.07.2021).

uzaklaşmasına neden olmaktadır. Oysaki yeni nesil teknoloji ile bankacılık işlemleri kolaylaşmakta, sağlık hizmetleri hızlanmakta, insanların ihtiyaçları, istekleri birkaç dakikada ayağına kadar gelmektedir. Bununla birlikte akıllı telefondaki pek çok uygulama yaşlıların sosyal hayata uyumunu kolaylaştırma amacıyla tasarlanmıştır.

Bazı yetişkin kesim bu süreci olumlu yönetmekte, kendini geliştirmekte veya belediyelerin, sivil toplum kuruşlarının bu konudaki desteğinden istifade etmektedir. Günümüzde sosyal medyayı gençler gibi kullanan, eş dost ile hasbihal eden, oyunlar oynayan, fotoğraf paylaşıp yorumlar yapan bir yetişkin kesim de oluşmaktadır. Bu durum, günümüz yetişkin kesimin teknoloji ile barışması adına olumlu bir gelişmedir, denilebilir. Sosyal medya ve teknoloji kullanımını başlangıçta tepkiyle karşılayan, sadece eş-arkadaş bulmak için kullanılan bir mecra olarak düşünen kesim, sosyal medya ve teknoloji ile kendi arkadaşlarını da bulmakta, sohbet etmekte, sosyalleşmektedir.

Yetişkin kesim, değişimin etkisinden kökleşmiş değerleri ve oturmuş kimlik yapısı ile kendini korurken; kimlik arayışı içerisinde olan, henüz yerleşmemiş değerlerini bulmaya çalışan gençler bocalamakta ve adeta bir imtihandan geçmektedirler. Bazen de geleneksel değerler ile küresel kültürün getirdiği değerler arasında kalarak bir girdabın içerisine sürüklenmektedirler. Oysa dinamik ve üretken bir sosyal kategori olarak gençlik, toplumlar açısından önemli potansiyel güçtür. İşte bu noktada çocukların, gençlerin din eğitiminde ailenin ve toplumdaki tüm unsurların etkisi bulunmaktadır.

Edindiğimiz değerleri, bünyesinde yaşadığımız sosyal hayatın, kurumsallaşmış yapıların, yaşıtlarla oluşturulan çevrenin ve grupları saran kültürel ve tarihsel yapılar içinde öğreniriz. Değerlerin kazanılmasında ilk ortam ailedir. Bu anlamda ailelerin çocuklara nasıl bir toplumsallaşma imkânı sağladıkları önem arz etmektedir. Aile, çocuğunun istenir davranışları edinmesi ve istenmeyen davranışlardan uzaklaşması için bazen çocuklarına rol model olarak, bazen de ödül-ceza yöntemiyle değer aktarımını gerçekleştirebilir.

Günümüzde değerlerin kazanılmasında aile ve okul ile kıyaslandığında daha başat bir argüman olan sosyal medyanın genç bireyler üzerinde büyük tesirleri görülmektedir. Bireyin sosyalleşmesi doğumla başlayıp, gençlik dönemiyle birlikte önemli sosyalleşme vasıtaları olarak aile, devam edilen okul, akranlar ve telefon gibi kitle iletişim araçları öne çıkmaktadır. Hatta "dijital çağ" adı verilen günümüzde gençler için "dijital yerli", yaşlılar

için "dijital göçmen" tabiri kullanılmaktadır. Çünkü sosyal medya, özellikle gençlerin ürettiği, tükettiği, değerleri dönüşüp değiştirdiği bir alandır.

Popüler kültür, günümüz sosyal hayatının genel bir kültürel formu olarak bilhassa medya yoluyla bireylere ulaşmaktadır. Bu bağlamda bireyler üzerinde televizyonun model alma ya da modelleme davranışlarının gelişmesinde önemli bir etken olduğu görülmektedir. Toplumsal öğrenmenin gerçekleşmesi anlamında ileri sürülen kuramlardan olan modelleme kuramı Albert Bandura[12] tarafından ortaya konulmuştur. Bu anlamda Bandura'nın yaklaşımı *"biz diğerlerini gözlemleyerek öğreniriz"* şeklinde ifade edilebilir. Bu kurama göre, birey kendi yaşamında edindiği bilgilerle değil, etkileşim halinde bulunduğu diğer bireylerin yaşamlarından edineceği çıkarımlarla öğrenir.

Sosyal öğrenme kuramının genel prensiplerinden birinci ilkesi şudur: "İnsanlar başkalarının davranışlarını ve bu davranışların sonuçlarını gözlemleyerek öğrenebilirler." Öğrenciler öğretmenlerini, çocuklar anne babalarını, daha sonra da medyada dizilerde gördükleri karakterleri taklit ederek kendilerini bulurlar. Bu taklitlerde beğenme, eleştirme, ödül-ceza çok yer tutmakta ve bu tür öğrenme yoluna da modelleme yoluyla öğrenme denilmektedir.[13] Yeni iletişim teknolojilerinin yaygın biçimde kullanılmaya başlanması yaşamımızda yeni bir kültür oluşturmaya başlamıştır. Bu yaşam formunun içine doğmuş olan kişiler ile bu kültüre yabancı olan bankacılık işlemlerini internetten yapmaktan çekinen, dışardan yemek sipariş vermeyi, uygulamaları kullanmayı garipseyen kültür arasındaki makas açılmaktadır. Yeni medya ile ortaya çıkan dijital medya kendi içinde gruplar da oluşturmaktadır. Bu kültür içinde doğan "indigo çocuklar" ile "telgraftan twitter"a geçiş yapmaya çalışan "dijital göçmenler" arasındaki farklar zamanla artmaktadır.[14]

Haber ve bilgi sağlama, eğitme/eğlendirme gibi fonksiyonları olan medya, farklı iletişim teknolojileri ile hayatın ayrılmaz birer parçası olma durumuna gelmiştir. Baudrillard, medyanın her yerde erişime hazır bir biçimde olmasının gerçeklik algımızı

---

[12] Albert Bandura, ''Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective'', *Asian Journal of Social Psychology*, (1999), 21-41., (20.03.2020).

[13] Vehbi Çelik, *Sınıf Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayınevi, 2003, s. 46.

[14] Burak Karabulut, "Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı 21, 2015, s.20.

ve gerçeklik kavramını köklü bir biçimde değiştirdiğini söyleyerek medya yoluyla üretilen "sanal gerçeklik"ten bahsetmektedir. [15]

Sosyal bir olgu olan iletişim, iki yönlü bir süreç olarak ortaya çıkarken bu eylemin gerçekleşmesi için her zaman bir medyaya ihtiyaç olduğu göz ardı edilmemektedir. Sosyal iletişimde medya çok sayıda anlam oluşturabilmektedir. Orhan Gökçe, iletişim için "*sembolik olarak anlamların karşılıklı paylaşılması"* şeklinde bir tanım yapmaktadır.[16]

İletişim ekseninde medya, temel iletilere aracı olurken, Mc Luhan'ın[17] ifadesiyle dijital medya, mesajın bilhassa kendisi olarak öne çıkmaktadır. Söz konusu medyanın bu özellikleri, iletişim evreninde süren kaynaktan hedefe olan uzamları radikal değişikliklere dönüştürmüştür. Bu anlamda bilgi ve enformasyonun yayılıp üretilmesinde gerekli olan herhangi bir etkeni pasif kılmıştır. Bu anlamda kullanıcı, medyanın kendisine sunduğu içeriğe mecbur olmaktan kurtulmuş ve kendi bilgi formunu oluşturma etkinliği elde etmiştir.[18] Dolayısıyla kullanıcı, kendisine sunulanlarla sınırlı kalmamakta; kendi kanalını oluşturmakta; kendi kitabını yazmakta; dizisini çekmektedir.

Günümüzde ayrıca sosyal medya, etkili bir iletişim teknolojisi olarak öne çıkmakta ve bireyleri sanal bir ortamda buluşturarak etkileşimlerini arttırmaktadır. Yapılan çalışmalara göre bireyler bu ortamda günden güne daha fazla zaman doldurmaya başlamakta hatta bir takım gerçek hayattaki ihtiyaçlarını da yine bu platformlardan karşılmaktadır. Bu anlamda insanlar sosyal medya üzerinden fikirlerini ortaya koymakta ve bu eksende başka bireylerle tartışmaktadırlar. İnsanlar ayrıca düşüncelerinin yanında fotoğraf ya da video gibi çeşitli etkinliklerini de bu platformlarda paylaşabilmekte ve bu yolla iş dahi arayabilmektedirler. Buradan hareketle sosyal medya kişileri ve toplumları etkileme gücüyle dikkate şayan olmakla birlikte farklı bir kavramsal dünya oluşturmuştur.[19]

---

15 Jean Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2016, s. 38.
16 Orhan Gökçe, *İletişim Bilimine Giriş*, Ankara: Turhan Kitabevi, Eylül 1993, s. 50.
17 Mcluhan, *The Medium is The Message: An Inventory of Effects*, California: Gingko Press, 2001, s. 26.
18 Mehmet Haberli, *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal Ve Pratik Boyutlarıyla İnternet Ve Din*, İstanbul: Açılım Kitap, 2014, s. 35.
19 Veysel Çakmak, *İletişim Kaygısı ve Sosyal Medya*, Konya: Eğitim Yayınevi, 2018, s. 15.

Çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin yaşamları incelendiğinde, toplumda takdir görme, ilgi, daha güçlü olma, kazananın yanında yer alma gibi unsurların; diğerkâmlık, helâl kazanç elde etme, milli ve manevi değerlere saygı duyma/yaşatma gibi değerlerden daha fazla önem arz eder olduğu görülmektedir. Bu durumda da sosyal medyanın büyük bir etkisi olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Şöhretli olma, beğenilme, takip edilme gibi özelliklerin beslenmesine imkân veren sosyal medya bir anda kendini dünyanın merkezinde gören, herkesin onu takip ettiğini düşünen, "youtuber" olmayı hedef sayan, narsistik bozukluk durumuna geçen bir gençlik oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Sosyal medyanın büyülü dünyasında yer alan gençler zamansal ve mekânsal olarak yaşadıkları ortamı aşıp başka bireylerle etkileşim kurmaktadırlar. Yani kısacası bu ortamda zaman ve mekan mefhumu muğlaktır. Bu bağlamda gençlerin sosyal medyaya tutkun olduklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Hatta bu muvazenede gençler adına bir sosyal medya bağımlılığından söz bile edilebilir.

Ortaya çıktığı ilk zamanlarda daha çok gençlerin tercih ettiği sosyal medya şu anda yediden yetmişe herkesin yaşamına girmiştir.[20] İnsanlar günümüzde sosyal medyada paylaşımlarda bulunmak, oyun oynamak, akranlarıyla eğlenmek gibi amaçlarla gereğinden fazla vakit doldurmaktadır.[21] Günümüzde insanlar sosyal medyayı sosyalleşmek, mutluluklarını paylaşmak, beğenilerini ve tepkilerini ortaya koymak için kullanmaktadırlar. Sosyal medya bazı insanların hayatını öyle bir kaplamıştır ki onsuz bir yaşam tahayyül edememekte, sosyal medya kullanmayanları garipsemektedirler. [22] Sosyal medya günümüzde her yaştan insanın ilgisini çekebilecek çeşitliliğe sahiptir. Sadece arkadaş edinmek, gündemi takip etmek için değil, dil öğrenmek isteyenden, yemek tarifine bakacak olan, yeni bir ürün tavsiyesi almak isteyen, memleketine gidemeyip oradaki gelişmeleri takip etmek isteyen her yaştan herkes bu mecrada yerini almaktadır.

---

[20] Vusala Güleç, "Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü," *Yeni Medya Elektronik Dergi*, (2018), s. 115.

[21] Khurana j. Mass, "The İmpact of Social Networking Sites On The Youth", *J. Mass Commun. Journal*, C.5, S.12, (2015), s. 5.

[22] Victoria Rideout, Michael Robb, ''Social Media, Social Life: How Teens View Their Digital Lives, Common Sense Media's Program For The Study Of Children And Media'', https://www.commonsensemedia.org/research/social-media-social-life-how-teens-view-their-digital-lives(21.03.2020).

Bu bağlamda özellikle çocuklar ve gençler, sosyal medyayı yaygın bir şekilde kullanmakta ve sosyal medyada giderek daha fazla zaman geçirmektedir.[23] Bu doğrultudan bakarsak gençlerin bu mecrayı çok daha sık kullandığı görülmektedir.

Değişen medya, toplumun değer algılarını ve değer yargılarını hızlı bir değişime uğratmaktadır. Medyanın tesiriyle eskiden olağan dışı görülen birçok şey artık günümüzde olağan görülür olmuştur. Bu husus, sosyal medyanın bireylerin değer yargılarında değişimler meydana getirdiğini ortaya koymaktadır.[24] Medya ve değişen değer algıları, toplumsal değer yapısında da değişikliğe, hatta bozulmaya neden olabilmektedir. Yıllar öncesi yanlış, ayıp, günah, tuhaf görünen şeyler bugün normal kabul edilebilir noktaya gelmiştir. İnsanlar evlerinin, özel hayatlarının, çocuklarının neredeyse tamamını ifşa etmekte; challenge denilen saçma yarışlara girmekte; değişik akımlar oluşturabilmekte; farklı saç ve giyim tarzlarını benimsemektedir.

İnsanlar üzerinde sosyal medya, bireylerin sosyalleşmesi, bazı alışkanlıkları kazanması ve onların kimlik geliştirmesi gibi tesirler uyandırmaktadır.[25] Bireylerin kimliğini oluşturmasında, beğenilerini meydana getirmesinde, tercihlerini belirlemesinde, değer algısının oluşmasında ve sosyalleşmesinde en önemli unsurlardan biri de sosyal medyadır.

Ayaydın ve Ayaydın'ın (2018) yapmış olduğu *"Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi"* adlı çalışmada da belirtilmiş olduğu gibi, çocuklarda değer oluşturma ekseninde sosyal medyanın tesiri iki yolla gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki, süreç içerisinde oluşan aşırı bağımlılığa bağlı olarak çocukların bazı değerleri artık görmezden gelmeleridir. İkinci yol ise çocukların bu sahada yaptıkları ya da maruz kaldıkları paylaşımlardır. Sosyal medyanın çocukların değer oluşturma sürecinde etkili olduğu, zamanla çocukların bazı değerleri bu sanal platform üzerinden hayata geçirmeye ve onu içselleştirmeye başladıklarından da ortaya çıkmaktadır. Örneğin yardımseverliği sosyal medyada yapılan bir paylaşımla özdeşleştiren çocuklar, icabında gerçek hayattaki yardımseverliği ve bunun anlamını

---

[23] Livingstone, Sonia, Bovill Moira, *Young People*, New Media: Final Report Of The Project, "Children, Young People and The Changing Media Environment", An LSE Report, London: London School of Economics And Political Science,1999, s. 4.

[24] Kubilay Yazıcı, "Medya ve Değerler'', Turan, R., & Ulusoy, K. (Ed.) *Farklı Yönleriyle Değerler Eğitimi,* Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 2014, ss. 144-189.

[25] Cemile Bakıroğlu, ''Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları'', Akademik Bilişim Konferansı, 23-25 Ocak 2013-Antalya, https://ab.org.tr/ab13/bildiri/228.pdf, (18.04.2020).

kavramakta zorluk çekmektedirler. Ama bu durumun tam tersi de yaşanabilmektedir. Örneğin yaralı bir hayvanla ilgili paylaşımla karşılaşan çocuk ve hayvanlara karşı daha saygılı, sevecen olabilmektedir. Bu anlamda verilen örnekler, değer oluşturma ekseninde sosyal medyanın çocuklar üzerinde olumlu ya da olumsuz tesirleri olduğunu bize göstermektedir.[26] Bu durum gençler için de söz konusudur.

Sosyal medya tüm değerleri olumlu veya olumsuz etkilerken insanların inanç dünyalarına da nüfuz etmektedir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle ön plana çıkan sosyal medya, aynı zamanda "sosyal medya dindarlığı" adlı yeni bir kavramı da toplum hayatına kazandırmıştır. Sosyal medya dindarlığı bu eksende Postmodern dünyanın dindarlığına evrilmiş ve bireylerin içselleştirdikleri inanç bağlamında birtakım tutumlarını diğer bireylere duyurma gibi aslında dindar olduğunun argümanı olarak ön plana çıkmaktadırlar. Bilhassa *pazarlama dindarlığı* ve *gösterişçi dindarlığı* biçiminde ön plana çıkan bu yaklaşımlar ile insanlar bu olguları pazarladıkları oranda adeta daha çok dindar olduklarını ortaya koymaktadırlar. Sosyal medyada söz konusu edilen din, eleştirmeye de müsait olduğu için aynı oranda daha geniş alanlara yayılmaktadır. Fakat "*sosyal medya dindarlığı*" yalnızca bu tür deyişlerden ibaret kalmaktadır.

Din, insan ile yaradan arasındaki ilişkili olmasının yanı sıra sosyal hayatı da düzenleyen bir kurumdur. Din insan ile yaratıcı arasındaki diyaloğu belirlediği gibi sosyal hayatı da düzenlemeyi amaçlayan bir sistemdir. Bireyin kendi inanç varlığından toplumsal yaşam içindeki konumuna kadar kapsayıcı yaklaşımlarla ona yol gösteren din, ortaya koyduğu veriler ile ona yol gösterir. Hayatı kuşatan, ben neyim? Nereden geldim? Nereye gideceğim? veya herhangi bir durumda ne yapmalı, nasıl davranmalıyım? sorularına cevap veren ve bu dünyada yalnız olmadığımızı gösteren, bize rehberlik eden bir pusuladır. Bu anlamda tüm dinlerin temel amacının insanı iyi yöne sevk etmek, kötüden uzaklaştırmak olduğu söylenebilir. Peygamber efendimiz bir öğretmendir ve kutsal kitabımız Kur'an-ı Kerim de bize yol gösteren rehber kitap niteliğindedir. Peygamberimiz tutum, davranış, eylem ve söylemleriyle bize nasıl davranmamız, gençlerle nasıl konuşmamız, konuları basitten karmaşığa nasıl anlatmalıyız, muhataba göre nasıl hareket etmeliyiz, uygun iletişim metodunu nasıl seçmeliyiz noktasında tüm hayatı boyunca rehberlik etmiştir. Kimseyi rencide etmeden, konuyu en anlaşılır dille, en

[26] Yakup Ayaydın, Hatice Ayaydın, "Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi", *Değerler Eğitimi Dergisi*, Haziran C. 16, No. 35, (2018), s. 59.

sade örneklerle anlatmış, dini sevdirerek, yaşayarak, yaşatarak öğretmiştir.[27] Bununla beraber Kur'an-ı Kerim bize hayatın tümünde, ticaret, alışveriş, aile yaşamı, beslenme düzeni, çocuk terbiyesi, temizlik, dayanışma, kişisel bilgilerin gizliliği, mahremiyeti gibi şu anda değerler eğitimi adı altında işlenen tüm konularda izleyeceğimiz yolu göstermektedir.[28] Bu anlamda din dünya işlerinden ayrı değildir; din hayatın ta kendisidir ve her yerdedir. Evden çıkarken, otobüse binerken, alışveriş yaparken, yolculuğa çıkarken size nasıl davranmanız gerektiğini adım adım, ilmek ilmek anlatır. İşte bu noktadan hareketle din, değerler eğitiminin başında gelmektedir. Günümüzde bu kavramların yerlerini bıraktığı mecralar olmaktadır. İnsanların bunları öğrendiği yerlerden biri sosyal medyadır. İşte bu bağlamda din, değerler ve 21. Yüzyılda toplum mühendisliği görevini inşa eden sosyal medya mecralarının bu vazifeyi almakta ancak layıkıyla yapmakta mı; yoksa kişiler, kurumlar, cemaatler veya sivil toplum kuruluşları işlerine geldiği gibi tahrifata mı gitmektedirler? Tüm dinler, kendi inanç sitemlerini daha çok kişiye ulaştırmak ister. Bu da demektir din ve değerlerin öğretilmesi noktasında tüm dinlerin farklı yöntemleri kullandığı ve kullanacağı açıktır. Bu kaynak doğru kullanılır ise, gençler inanç zayıflığından, şüphelerden uzaklaşır; iyilik yolunda kendisi, ailesi, ülkesi, vatanı ve de tüm insanlık için çalışır. Ancak yalan yanlış dini bilgilerin yüklenmesiyle kaybettiğimiz gençlerin sayısı ne yazık ki çoktur. Bu nedenle sosyal medyadaki gruplar, WhatsApp'taki, Telegramdaki paylaşımlar, buralarda verilen örnekler, seminerlerdeki kişilerin verdiği bilgilere dikkat edilmesi çok önemlidir.

İnanç sistemleri, değerler eğitiminde önemlidir. Özellikle İslamiyet ve kutsal kitabımız Kur'an-ı Kerim'de ahlâkî değerlerden bahsedilir. İnsanın iyiye, doğruya, güzele yönelmesi gerektiği ifade edilir. Aynı zamanda Hz. Peygamber'in (s.a.s) hâdislerinde de bu durum vardır. Mesela israf haramdır, kibir, hırsızlık büyük günahlardan sayılmakla beraber; sabır, şükür, alçakgönüllülük gibi değerler ön plandadır. Zaten Kur'an-ı Kerim'de kıssaların anlatılma sebeplerinden birisi de insanlara bu değerleri kazandırmaktır. Aynı zamanda İslam dininde dini hikâyeler yani menkıbeler de vardır. Bu hikâyelerde veya menkıbelerde geçen karakterlerin çoğu gerçek olduğu için insanlar

[27] Emine Demil, "Hadisler Çerçevesinde Hz. Peygamber'in Eğitim Metodu*", Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi,* 2019, ss. 216-234.

[28] Mustafa Keskin, "Din ve Toplum İlişkileri Üzerine Bir Genelleme" *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 2004, s.16.

bunlardan etkilenir, iyiye doğruya, güzele yönlenir; yalandan, haramdan, riyâdan kaçınmaya gayret eder.

Yine dinimiz açısından önem arz eden siyer kaynaklarına baktığımızda da Hz. Peygamber (s.a.v)'in hayatından örnekler ile değerlerin aktarımının gerçekleştirildiğini görebiliriz. Nitekim Resulullah "*Ben güzel ahlâkî tamamlamak için gönderildim*."[29] buyurmuştur. Peygamber efendimiz İslam'ın ve İslamî değerlerin öğreticisidir. Onun hayatını bilen kişi bütün ahlâkî değerleri öğrenmiş sayılabilir. Amerika'da koronavirüs salgınında Peygamber efendimiz örnek gösterilerek el yıkamanın, karantinaya girmenin önemi ve hasta kişilerle temas kurmanın yanlış olduğunu anlatan duyurucu tabelalar asılmıştır.

Yine değerler eğitiminin önemli hususlarından biri olan ödül/mükâfat ile kötülükten men etmek, yalan söylemekten kaçmak ve karşılığında cennet/cehennem olgusunun bulunması dinin değerlerin aktarımına verdiği önemi ve ilişkiyi aktarır niteliktedir. Bu anlamda bunların öğretilmesi hususunda değerler eğitimi kavramı karşımıza çıkmaktadır. İnsanın doğuştan getirdiği fıtrata müdahale etmeden, onun iyi, güzel yanlarını geliştirmek, güzel ahlâk ile ahlâklanmasını sağlamak da eğitim sistemimizin bir amacı ve de değerler eğitiminin kapsamı altında yer almaktadır. Nitekim Hz. Muhammed (s.a.v.) Ebû Hureyre (r.a)'den gelen bir hâdiste insanın tevhide; Allah'a bağlanma özelliğinde yaratılmış olduğunu şöyle ortaya koymaktadır: *"Her doğan (çocuk) fıtrat üzere doğar, (sonra) ana-babası onu Yahudileştirir, Hristiyanlaştır veya Mecusîleştirir*."[30]

Dinin daim olması için onun esas öğretilerini bireylere öğretmek lazımdır. Ancak bu yolla bireyler yanlış yollara sapmaktan, sapkın inançlardan ve Allah'ın emretmediği şeylerden kurtulabilirler. Bu anlamda değerler eğitimi, dinin özünün kavratılmasını da ön görmektedir.[31]

Modern zamanların insanlara sunduğu hayat, toplumsal değişimlerin de tesiriyle insanlarda farklı ihtiyaç ve anlayışlar doğurmaktadır. Bu gelişmeler bireylerde ve bilhassa araştırmanın kapsamında bulunan gençlerde kimlik ve kişiliğe dayalı sıkıntıları,

---

[29] Muvatta, ''Hüsnü'l-Hulk'', 8; Ahmed b. Hanbel, 2/381.
[30] Müslim, ''Kader'', 2658.
[31] Mustafa Önder, Hüseyin Bulut, "Temel Dinî Değerler ve Değerler Eğitimi", *EÜSBED,* (2013), s. 25.

psikolojik bunalımları vb. sorunları gün yüzüne çıkarmıştır. Bu bağlamda bireylere psikolojik destek sunan meslek dallarının bu hususlara dair çözüme dayalı öneriler sunmaları düşünülmektedir. Zira söz konusu gelişmeler, kimi zaman bir ruhsal sorun olarak, kimi zamanda manevi bir huzursuzluk olarak ortaya çıkmaktadır. İnsanın normal şartlarda kendine saygı duyması olağan bir durum iken; kendine gereğinden fazla hayranlık hissetmesi modern çağın etnosantrik sorunu olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda bireyin gün içerisinde her anını insanlarla bireyi kendine özgü olmaktan çıkarıp onu sıradan yapmaktadır. Bu durumda bireylerin yaşam tarzı, hayata bakışı, toplumsal hayatta kendilerine yer edinme çabaları, kimlik arayışları gibi hususlarda yer yer sorunlar yaşadıkları ve bu bağlamda yardım aradıkları da söz konusudur. Bu yüzden gençlerin uzman kişilerle iş birliği içinde çalışması gerekmektedir. Ülkemiz gibi genç nüfusa sahip olan ülkelerin en büyük güçlerinden birisi bu gençlik potansiyelidir. Bu bağlamda Türkiye'de değerler eğitimi alanında çalışan eğitimcilerin, ilahiyatçıların, din psikologlarının, sosyal hizmet uzmanlarının ve gençlerle birebir etkileşimde olan mesleklerin; bunun dışında ailelerin, medyanın bu konuya eğilmeleri ve işbirliği içerisinde çalışmaları zorunludur.

Araştırma konusu ile ilgili olarak literatürde temel başvuru eserleri olarak kitaplar, makaleler ve tezler bulunmaktadır. Bu konuda gençlik ve gelişimi ilgili olarak Ünsal Söylemezoğlu'un Iskalanan Gençlik, medya ve tesirleri ile ilgili olarak, Defne Özonur'un Televizyon Mesih Mi Şeytan Mı?, adlı kitaplar söylenebilir. Yine iletişim ve araştırmaları ile akalı olarak Ali Şimşek'in İletişim Araştırmalarının Tarihi, iletişim Araştırmaları kitaplarından da bahs edilebilir. Yine konu ile alakalı olarak, Ali Murat Kırık ve Sevda Köyüstü'nün "Z Kuşağı Konusunda Yapılmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi'', çalışmasında günümüz gençliğinin büyük bölümünü ihtiva eden gençlerle ilgili akademik çalışmaları analiz ederken; değerler eğitimi ile ilgili olarak, Enver Uysal "Değerler Üzerine Bazı Düşünceler ve Bir Erdem Tasnifi Denemesi: İnsanî Erdemler–İslâmî Erdemler'' adlı çalışmasında değerler kavramının tespitlerini yapmaktadır. Çalışmada değer nedir? değerler öznel midir, nesnel mi? kişide ahlâk düşüncesi ve buna bağlı olarak değer yargısı nasıl oluşur? ahlâk anlayışlarının farklılığında değer yargılarının ve değerleri algılayış tarzımızın rolü nedir? Keza, bireyin davranışlarındaki tutarsızlıklarda değerler arasındaki çatışmanın etkisi nedir? sorularına cevap aranmıştır.

Literatürde ayrıca bireysel ve toplumsal değerlerin işlevlerine yönelik olarak, Emine Özmete ile Taner Algan'ın "Sosyal Hizmet Uygulamalarında Bireysel ve Toplumsal Değerlerin İşlevselliğine Kavramsal Bakış", adlı makale çalışması yapılmıştır. Yine değerler uyumu ve bu bağlamda uygulanan yöntemlerle ilgili olarak Mesut Sağnak'ın "Kişi-Örgüt Değer Uyumunu Ölçme Çalışmaları ve Kullanılan Yöntemlerin Karşılaştırılması" adlı makalesi de söylenebilir.

Değerler eğitimi, değerlerin kazanımı ve kavratılaması ile ilgili olarak ise yine literatürde yüksek lisans ve doktora tezleri de yer almaktadır: Buna göre film, sanat ve din eğitimi ile ilgili olarak Yunus Sancak'ın "Çizgi Filmlerin Din Eğitimindeki Rolü Hakkında Din Kültürü ve Ahlâk Bilgisi Öğretmenlerinin Görüşleri: Sivas ve Kars İli Örneği'', Mahir Kaya'nın, dini yaşamda internet ve sosyal medya tesirlerini ele aldığı "Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi", adlı yüksek lisans tezi ve yine ergenlik, din algısı yaklaşımlarından yola çıkılarak ergenlerde din algısı konulu Sümeyye Rabia Açar'ın "Televizyonun Ergenin Din Algısı ve Ahlâki Tutumu Üzerindeki Etkisi (Muş İli Örneği)'', adlı yüksek lisans tez çalışması ile Bülent Dilmaç'ın ilköğretimde öğrencilere değerler eğitiminin kazandırılmasına yönelik yaklaşımlar ve ahlaki olgunluğun durumu hakkındaki "İlköğretim Öğrencilerine İnsani Değerler Eğitimi Verilmesi ve Ahlâki Olgunluk Ölçeği ile Eğitimin Sınanması'' yüksek lisans tezi de söylenebilir.

Araştırma konusu ile ilgili literatürde doktora tezlerine de rastlanmaktadır: Bu konuda Süleyman Tuğral'ın Kur'an'da değerler ve değer sistemlerinin insan davranışları ile ilgisinin incelendiği "Kur'an'da Değerler Sistemi" adlı doktora tezi önemlidir. Değerler sisteminin analitik tahlili ve yatay değerler ile dikey değerlerin tespitlerinin yapıldığı çalışma, aynı zamanda değerlerin insan davranışları ile ilgisini de sorgulamaktadır. Yine Kadir Ulusoy'un "Lise Tarih Programında Yer Alan Geleneksel ve Demokratik Değerlere Yönelik Öğrenci Tutumlarının ve Görüşlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi'' adlı doktora tezi de literetüre katkı sağlamaktadır. Gençlerde tarih dersinde geleneksel ve demokratik değerlerin aktarımına yönelik incelemenin yer aldığı araştırma, aynı zamanda tarih programlarının amaçlar ve açıklamalar bölümünde geleneksel ve demokratik değerlere yönelik bakış açılarını da ortaya koymaktadır.

Bu anlamda kitle iletişim araçlarının ve özelde de sosyal medyanın din ve değerler eğitimine etkisi pek çok çalışmada yer almıştır. Alanda yapılan çalışmaların genel eğilimini, hedef kitlesini görebilmek, bundan sonraki araştırmalara yön verebilmek için konumuzla alakalı yapılmış çalışmalar taranmıştır. Literatüre bakıldığında kitle iletişim araçları ve özelde sosyal medyaya dönük çalışmaların çocukluk, gençlik ve yetişkinlik olmak üzere üç hedef kitleye dönük yazıldığı söylenebilir. Çocuklara dönük çalışmalarda daha çok çizgi filmler üzerinde durulurken, gençlerle ilgili çalışmalarda sosyal medyanın kullanımı, akademik başarıya, alışveriş alışkanlığına, beslenme şekline etkisi yönündeki incelemeler göze çarpmaktadır. Bu da, çocukların din ve değerleri öğrenme hususunda nasıl ki çizgi filmlerden fikirler ediniyor, Keloğlan, Pepee, Caillou gibi çizgi film karakterleri üzerinden yardımlaşma, dürüstlük gibi değerleri öğreniyor ise gençlerin de sosyal medya uygulamalarındaki paylaşımlar, dua halkaları, dijital ibadet yöntemleri, buradaki âyet ve hâdislerin paylaşımı, peygamber kıssaları gibi sayfalardan din ve değerlerle ilgili bilgi edindiğini görmekteyiz. Yetişkinlerle ilgili çalışmalar ise daha çok ibadet, itikat ekseni üzerindedir. Bunlara kısaca göz atmak gerekirse:

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE PROBLEMİ

Birey doğumdan itibaren önce aile sonra okul ardında da sosyal çevreden çeşitli bilgi kaynakları ile yüz yüze gelmektedir. Sosyal medya da bir bilgi platformu olarak hedef aldığı bireylerde bir farkındalık uyandırır. Bu farkındalık onları karşı karşıya getirdiği bilgi yığınları ile muhatap kılar. Sosyal medya dini konularda da bireyleri muhatap etmekte ve onları birçok bilgi ile yüz yüz getirmektedir. Gençler, aile, okul yanında informal eğitim ile de farklı pek çok değeri ve dini bilgiyi öğrenmekte, bazıları kabul görmekte, bazıları ise çelişkilerin doğmasına sebep olmaktadır. Bu anlamda sosyal medya bireyleri birçok bilgi ile karşı karşıya getirmektedir. Bu hususta bireylerin muhatap oldukları sosyal medya ile ilgili yönlendirici sosyal medya okuryazarlığının önemi ön plana çıkmaktadır.

Ahlâkî değerlerin fert ve toplum hayatındaki yeri, önemi ve belirleyiciliği tartışmasız bir gerçekliktir. Ancak hem insan yaşamını hem de içinde yaşadığı toplumu şekillendiren değerlerin niteliği, nasıllığı ve neredenliği hep tartışma konusu olmuştur. Evrensel değerler oluşturma ve bu değerleri yaşamın değişmez ilkeleri haline getirerek sağlıklı, huzurlu, müreffeh toplumlara ulaşabilme tarihin her döneminde insanlığın

gündeminde olmuştur. Birlikte yaşamı sağlayabilme faaliyeti olarak da adlandırabileceğimiz bu çabanın üzerinde kurgulandığı temel alan da ahlâkî değerler olmuştur. Bu değerlerin belirlenmesi, benimsenmesi, eğitiminin verilmesi ve değerler alanında evrensel bir yaklaşımın sağlanıp sağlanamayacağı konularında farklı görüşler ileri sürülmüş olsa da değerlerin ortaya çıkışı ile insan ve topluma mal edilip korunması aşamalarında dinin en etkili faktör olduğu genelde kabul görmüştür.[32]

Bu kavram aslında medya okuryazarlığının altında yer alan bir başlıktır. Sıradan okuryazarlık dışında entelektüel bir birikim gerektiren, eleştirel düşünmeyi, zihin açmayı, satır aralarını anlamayı hedefleyen bu kavram günümüzde finansal okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı ve konumuzla ilgili olan kısmı dini okuryazarlık şeklinde de yaygınlaşmaktadır.

Herkes her konuda eşit birikim, bilgi ve imkâna sahip değildir. Ayrıca tüm imkânlar, şartlar eşit bile olsa her insanın olayları yorumlama, hayata bakış tarzı, yetiştiği çevre vs farklıdır. Bu noktada formal eğitim ile belirli bir müfredat çerçevesinde öğrendiklerini anlamlandırmaya ve hayatında konumlandırmaya çalışan gencin sosyal medyadaki kontrolsüz şekilde bazen de bilgi kirliliği şeklinde akan süreci sağlıklı bir şekilde süzüp kendinde özdeşleştirmesi her zaman mümkün olmayabilmektedir. Dini bilgileri yetersiz olan bir gencin medyada söylenenleri sorgusuzca kabul etmesi de karşılaşılan olumsuz durumlardır. Bilgiyi araştırmak, sorgulamak, aslını öğrenmeye çalışmak gençlere verilecek en temel düstur olmalıdır. İlk emri "*Oku!*" olan dinimizde; körü körüne, sorgusuz sualsiz söylenen her şeye inanan, sosyal medyadan bilgi edinmeyi bilmek, öğrenmek sayen bir neslin din konusunda da olumsuz etkilere açık olması çok olağan bir durumdur.

Bununla birlikte süreç olarak kendini tanıma, hayatı anlamlandırma, hayatın getirdiği hazlara karşı olabilme, meslek sahibi olma, meslek edinme, gelecek kaygısı ile birlikte yaşanılan sıkıntılar gençlerin sorularının artmasına bazen de umutsuzluğa düşmesine sebebiyet vermektedir. Bu noktada okunulan görülen bir mesajın içeriğinin doğruluğu sorgulamadan, araştırmadan kabule açık olan gencin okuduğunu/gördüğünü benimsemesine neden olabilmektedir. Bağlamda dini medya okuryazarlık kavramına

[32] Eyüp Bekiryazıcı, Mehmet Dağ, "Toplumsal Birliğin Güçlendirilmesinde Ahlâkî Değerlerin Önemi", *Toplumsal Birliğin Güçlendirilmesinde Dinî Söylemin Önemi Tartışmalı İlmi Toplantı*, Gaziantep: (2018), s.336.

verilmesi gereken önem, okullarda ders olarak okutulması, yaygın eğitim kurumlarında bu tarz çalışmalar yapılması önem arz etmektedir.

Bundan on on beş yıl öncesine kadar ansiklopedilere bakıp araştıran, ilmihal karıştıran veya din alanında uzman kişiyi bulup sorusunu yöneltecek olan genç, artık parmaklarının ucunda her türlü dini bilgiye doğru veya yanlış ulaşabilmektedir. Tabletinde, telefonunda, arabasındaki radyoda veya TV'deki her 4-5 kanaldan birinde dini yayınlar yapıldığını gören, şifalı dualar sorular başlığı altında ticari pazarlama, içinde olan kişilerle her Cuma mesaj kutusuna düşen, hazır şablondan oluşan mesajlarla karşılaşmaktadır.

Medyadaki faaliyetlerin genellikle amacı kazanmaktır, beğenilmektir. Medyanın asıl görevi, okul veya din gibi doğruyu öğretmek değildir. Medya sektörü, insanın insana vereceği zarardan kaçmaz, hatta reyting uğruna özellikle çatıştırır, yaptığı tartışma programlarıyla gıybeti, iftirayı kanıksatır; yemek programlarıyla sofra adabını, moda programlarıyla giyim adabını değiştirir ve bundan herhangi bir hoşnutsuzluk duymaz. Bu anlamda daha çok insana ulaşmak adına olayların manipüle edilmesi, çarpıtılması, sunuş şeklindeki bilinçli müdahaleler ancak bilen gözlerin görebileceği şeylerdir ki herkesin özellikle de genç neslin anlaması öğrenmesi gereken bir noktadır.

Buna, farkına varmadan yoğun bir alt bilinç dışı (subliminal) aktivitesi yaşarlar. Bunun neticesinde özellikle gençlerde, kaygı ve öfke düzeyi artar. Türk halkının yaklaşık %25'lik bir kısmının medyayı bir dini bilgi kaynağı olarak gördüğünü hesaba katarsak burada ticari kaygılarla üretilen dini bilginin etki alanının azımsanmayacak kadar büyük olduğu daha açık bir şekilde anlaşılacaktır.[33]

Çağın vazgeçilmez bir fenomeni haline gelen medya, din ve ahlâk eğitimi için şüphesiz bünyesinde ciddi riskler barındırmaktadır. Çünkü hem medya hem de din ve ahlâk kurumu yapısal olarak birbirlerinin zıttı fonksiyonlara sahiptir. Birinin temel amacı, bireyi eğlendirerek reyting, tiraj ve para kazanmak iken; diğerinin temel amacı, olumsuz koşullar karşısında bireyi kontrol ederek onu muhtemel yan etkilerden ve telafisi zor zararlardan muhafaza etmektir. Bu noktada en mantıklı çözüm yolu, iki alanı ortak

[33] Diyanet İşleri Başkanlığı, *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*, Ankara: DİB Yayınları, 2014, s. 113.

noktada buluşturmak, insanları medyayla eğlendirirken kendilerine koruma kalkanları oluşturmaktır. Bunun adı da genelde medya özelde dini medya okuryazarlığıdır.[34]

Başlangıçtan günümüze insan, her zaman rehberliğe ihtiyaç duyan bir varlık olmuştur. İnsanın, yaratıcısına karşı kulluk bilincine ulaşabilmesi, iyi ve kötü, sevap ve günah arasında doğru tercihte bulunabilmesi için, doğuştan taşıdığı din duygusunu sağlıklı ve sağlam bilgiyle beslemesi, yani din konusunda sağlıklı bilgiler edinmesi gerekir. Bu, bireysel ve toplumsal bir ihtiyaçtır. Değerlerin öğrenilmesinde bilgi ve düşünce boyutunun da önemli olduğunu söylememiz mümkündür. Bireyler tercihlerini ve yargılarını yeni öğrendikleriyle şekillendirmekte ve yeniden yapılandırma sürecine girmektedirler. Değerlerde genetiksel olarak bireyler arasında geçiş yapılmadığı gibi sosyal rollerle öğrenme sürecine kuşaktan kuşağa aktarılarak öğrenmeleri gerçekleşmiş olur.[35] Değerlerde genetiksel olarak bireyler arasında geçiş yapılmadığı gibi sosyal rollerle öğrenme sürecine kuşaktan kuşağa aktarılarak öğrenmeleri gerçekleşmiş olur. Bu durum bireyin yaşamına bilgi potansiyeli kazandırarak onu sosyal ve kültürel hayatta hazır bulunmuşluğa taşır. Böylelikle birey edindiği değerler ile hayatını şekillendirir. Bu durum bireyin yaşamına bilgi potansiyeli kazandırarak onu sosyal ve kültürel hayata hazırlar, birey kazanımları ile daha bilinçli bir şekilde yaşamına yön verir.

Buradan hareketle nesiller arası bilgi, görgü, etkileşim ve paylaşımın artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması, bireylerde bilgi ve düşünce gücünü örnek almayı ön planda tutan yaklaşımların oluşmasına imkân verecektir. Bu durumda değerlerlerin doğru aktarımında etkli olacak bir husus olarak ön plana çıkacaktır.

Günümüz teknolojik gelişmeleri dünya görüşlerimizde ve inançlarımızda birtakım değişikliklere yol açmakla birlikte, inanç ve görüşlerimizin de teknolojik gelişme üzerinde büyük etkisi olduğu muhakkaktır. Teknolojik gelişmenin hızı, sosyal gelişmeden fazla olduğu zaman insani değerlerin tehlikede olduğu söylenir. Günümüzde teknoloji, yapay zekâ, uzay çalışmaları, tıptaki ilerlemeler son hızla ilerlemesine rağmen insanî değerler konusunda aynı şey söylenememektedir. Hâlbuki insanın bilimle birlikte

---

[34] Bayramali Nazıroğlu, "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı", *Dinbilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi,* C. 15, (2015), ss.191-220.

[35] Enver Sarı, "Öğretmen Adaylarının Değer Tercihleri: Giresun Eğitim Fakültesi Örneği", Değerler Eğitimi Dergisi, C. 3, S.10, (2005), ss.73-88.

yaradılış gayesini bilmesi, dünyaya gönderilme sebebini anlaması da üzerinde durup düşünmesi gereken konulardandır.

Ancak unutmamak gerekir ki, bir toplulukta fertler diğerkâmlık özelliklerini unutmuş, ayrı ayrı biz duygularını taşıyan gruplara dönüşmüş ise o topluluk sosyal açıdan çözülmüş demektir. Hangi toplum yapısı olursa olsun, toplumdaki küçük grupların sayısının fazlalığı, bunları bünyesinde bulunduran büyük grupların bütünlüklerini olumsuz etkilemektedir. Toplumsal bütünlüğü zedelenmiş ülkelerde din, mezhep ve ırk farklılıklarının artması topluluk içerisinde yaşayan bireylerin bir arada yaşayamaz hale gelmesine neden olmuştur. Oysaki İslam medeniyeti, müslümanların dışında kalan farklı dinlere mensup kesimler dâhil olmak üzere, toplum içerisinde yaşayan tüm birey ve grupları kapsayıcı, kuşatıcı bir anlayışa sahip olması ve herkese din, akıl, mal, can ve namus emniyeti sağlamasıyla birlikte yaşama kültürünün medeniyet düzeyinde ideal bir örneğini sergilemektedir.[36]

"(*Resûlüm!) Biz seni ancak âlemlere rahmet olarak gönderdik*"[37] Bu ayette İslamiyet'in tüm insanları sarıp sarmalayan, kuşatan yönünü ortaya koymaktadır.

"*Gökleri ve yeri yaratması, lisanlarınızın ve renklerinizin birbirinden ayrı olması da O'nun (azamet ve kudretine delâlet eden) alâmetlerindendir. Şüphesiz ki bunlarda, bilenler için ibretler vardır"* [38]

"De ki: Gerçek Rabbinizdendir. Dileyen inansın, dileyen inkâr etsin" [39]

"Allah dileseydi, sizi elbette tek bir ümmet yapardı. Ama size vermiş olduklarıyla sizi imtihana çeksin diye, öyle yapmamıştır. O halde hayırda yarışınız. Hepinizin dönüşü Allah'adır. O size, tartışmış olduğunuz şeylerin esasını bildirecektir"[40]

Bu ayetler de gösteriyor ki farklı mezhep, ırk ve inançlar aslında Kur'an-ı Kerimin bize vermek istediği mesajlarının birer göstergesidir. Ancak sosyal medyada ötekileştirici, ayrıştırıcı bu tip paylaşımlar toplumsal bütünlüğe zarar verir niteliktedir.

---

[36] Nevzat Fırat Kunduracı, "İslam Medeniyetinde Birlikte Yaşama Kültürü", *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (2015), s. 64.
[37] Enbiya, 21/107.
[38] Rûm, 30/22.
[39] Kehf, 18/29.
[40] Mâide, 5/48.

Evreni anlamaya yönelik yaklaşımlar geliştiren Kur'an-ı Kerim'i anlama ve yorumlamanın en temel şartı her şeyden önce kendimizi merkeze koyarak onu anlamaya gayret göstermekten geçmektedir. Kişi aldığı mesajı hayatına tatbik etmeden ve bu inanç sistemini hayatında uygulamadan bunu başkalarına yansıtması mümkün görünmemektedir. Bu anlamda Kur'an-ı Kerim hayata geçirilmeyip, kişinin gerçek dünyasında alması gereken yeri almadığı vakit, gönderilme amacı olan evrensel mesajı da anlaşılmamış ve hak ettiği yeri bulamamış olacaktır.

Yukarıda belirtilen hususlar doğrultusunda çalışmamızın amacı farklı bölgelerden hatta farklı ülkelerden Bursa Uludağ Üniversitesi'nin çeşitli fakülte ve yüksekokullarına gelmiş olan öğrencilerin, sosyal medyanın toplumsal ve bireysel değerlere bakışında etkisini görmek; gençlerin sosyal medya ile din ve değer eğitimi hakkındaki görüş ve düşüncelerini tespit edebilmektir.

Toplumu oluşturan tüm bireyler değerlidirler. Eğitimde hiçbir fert feda edilemez. Okul öncesi çocuklar da yetişkinler de her yaş dönemi önem arz eder. Okul öncesinde ne anlayacak daha denerek, gençlikte geç kalındı diyerek, yetişkinlikte iş işten geçti diye düşünülerek bu konu atlanamaz. Bununla birlikte gençlik dönemi diyebileceğimiz üniversite döneminde çocukluk ve yetişkinlik arasında kalmış, henüz kimlik arayışı içinde olan, kendisine rol model arama sürecinde olan genç kuşağın sosyal medyadan etkilenmesi kaçınılmazdır. Bu nedenle çalışmamız, toplumda çok sık karşılaştığımız olumsuz pek çok olay ile sosyal medyanın gençlerde oluşturduğu din ve değer algısına etkisinin incelenmesini konu almaktadır. Nitekim Kamiloğlu ve Yurttaş'ın 2014 yılındaki *"Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması*"nda[41] Facebook'un gençler için adeta birer sanal okul olduğunu ve çalışmaya katılan öğrencilerin %40'ının burada görüp bir konsere, filme, kursa gitmeye karar verdiğini göstermektedir.

Kırık'ın da çalışmasında belirttiği internet ve sayısal teknolojiler ekseninde gelişen günümüz medyası ile sosyal bir başkalaşım başlamış ve bireylerin büyük bölümü bu durumdan etkilenmiştir. Önceki yıllarda komik, saçma, belki de ayıp diyebileceğimiz davranışlar, giysiler, şakalar, espriler, müzik anlayışı, sosyal medyadaki beğeniler,

[41] Fatma Kamiloğlu, Özge U. Yurttaş, "Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması", *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, S.21, (2014), 129-150.

akımlar, takipler ile şekillenmekte ve tüm dünyaya büyük bir hızla yayılmaktadır.[42] Medya, hâlihazırdaki kültürel ögeleri yaygınlaştırma imkânı olmasına rağmen, kendisi yepyeni bir kültür, bir davranış biçimi oluşturarak suni ve aldatıcı bir dünya oluşturmaktadır. Bu nedenle yok sayamayacağımız sosyal medya gerçeğinin etkisini gençlerin davranışlarını yönlendirmeleri hususunda herkesin konuştuğu, ancak bir politika veya çalışmanın planlanmadığı da bilinen bir gerçektir. Dünyanın avucumuzda olmasının getirdiği cazibenin akımına/etkisine kapılan bizler, yeni nesil gençlik ile ilgili şikâyetlerimizi belirtirken bu konuda ne yapabiliriz? sorusu ne kadar sorulmaktadır? Her kuşağın bir öncekini eleştirdiği bilinen bir gerçektir. X, Y, Z kuşakları veya "İndigo çocuklar" diye de adlandırılan ve her bir kuşağın diğerinden farklı olduğu bilinmesine rağmen, değişen din ve değer algısı çok keskin bir şekilde göze çarpmaktadır. Bu nedenle gençleri eleştirmek yerine onları anlayıp dünyayı onların gözünden görmenin ve sosyal medyayı onların hayatlarındaki konumu açısından kavrayabilmenin, değişen din ve değer algısını daha iyi anlamamızı ve konuyla ilgili daha kalıcı, etkili yaklaşımlar geliştirebilmemizi sağlayacağı kanaati oluşturmuştur.

Sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunun sosyal medya ile ilgili betimlemeden öte gitmediği, ancak hayatımızdaki özellikle ülkemiz gibi genç nüfusun yoğunlukta olduğu bir ülkede gençlere etkisi ve özelinde din ve değerler gibi hassas önem arz eden, "klavye delikanlılığı" ile herkesin bir şeyler yazdığı konuda araştırma yapmak, toplum sosyolojisi, gençlik çalışmaları ve din ve değerlerin öğretimi noktasında yapılan hatalar, yeni planlamalar, eğitimdeki revizyonlar veya bilgiye ulaşmadaki ekonomik politikalara katkı sunması açısından önem arz etmektedir. Çünkü alfa kuşağı da denilen bu nesil, olayları bizler gibi algılamamakta, tepkilerini bizler gibi vermemektedir. Paylaşımları, öğrenme şekilleri farklıdır. Onları anlamak, ülkenin geleceğini emanet edeceğimiz kişileri tanımak ve ona göre hareket etmek demektir. Bu noktada bu tür çalışmalar önem arz etmektedir.

Toplumsal hayatın içinde birlikteliğin, aidiyet duygusunun gelişmesi, huzurun sağlanabilmesi, değerlerin bilinmesi, öğretilmesi ve yaşatılması ile mümkündür. Üniversite öğrencileri çocukluktan çıkmış bir sonraki yetişkinlik aşamasına geçmek için

[42] Ali Murat Kırık, "Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, (2017), s. 30.

kendini yer açma aşamasında olan kişidir. Bu bağlamda değerlerin gençler arasındaki algılanış ve yaşatılış biçimini anlamak önemlidir.

Bu nedenle bu çalışma, üniversite gençliğinin bireysel ve toplumsal değerlerle ilişkisini sosyal medya kullanımı ile ele alarak, gençleri daha iyi anlayabilmek, farkındalık kazandırmak ve konuyla alakalı kurumların önümüzdeki plan ve projelerinde bu konuyu da baz alarak çalışmalar yürütebilmesi açısından önem arz etmekle çalışma elbette ki bütün değerleri kapsamamaktadır. Çalışmamız Milli Eğitim Bakanlığının belirlemiş olduğu kök değerler doğrultusunda sınırlandırılmıştır.

Çalışmamızın konusunu belirlemede öğrencilerde karşılaşılan bazı davranış değişikliklerinin gözlemlenmesi ve bundan duyulan rahatsızlıklar belirleyici etken olmuştur. Nesiller arasındaki farklılığın olması kaçınılmazdır; ancak teknolojinin etkisiyle birlikte meydana gelen davranış değişikliklerinin, söylemlerin öğrenciler bazında karşımıza açıkca çıkması meslek hayatımıza başladığımız zaman karşılaştığımız öğrenci profili ile 22 yılın sonundaki öğrenci profilinin kendini ifade etmedeki sığlığı, hayatta önem verdiği şeylerin maddi unsurlara kayması, özel günlere karşı yaklaşımındaki duyarsızlık, toplumsal konulara olan boşvermişlik, aile ve arkadaşlarıyla olan ilişkilerindeki günübirlik yaklaşımlar, geleceğe dair güvensizlik söylemleri, inanma noktasında artan şüpheleri sosyal medya kullanımı ile ilişkili olabilir mi sorusunu akla getirmektedir. Bu bağlamda öğrencilerin dile, tarihe, kültüre, geleneklere, kandil ve bayramlara, bayrağa, vatana, isrâfa, mahremiyete, evliliğe, aileye, devlet kurumlarına olan söylem ve eylemlerinin sosyal medya kullanımıyla ilişkili olabileceği düşünülerek bu problem ele alınmak istenmiştir. Elbette ki tüm gençliği tek vasıf altında toplamak mümkün ve de doğru değildir. Ancak gençlerle iç içe olan bir meslek grubunda yer almamız ve konuya yakın başka çalışmalarımızın da olması hasebiyle gençlik ve sosyal medya konusu seçilmiştir. Nitekim tüm dünyada gençlik esas güç olarak kabul edilmekte ve de onların enerjisini doğru yola kanalize etmeye dönük çalışmalara ağırlık verilmektedir. Bu bağlamda onları doğru anlamak ve anlatmak adına bu konu seçilmiştir. Biz eskiden… şeklinde başlayan cümleler yerine, nasıllar, neden böyleler, dünyayı ve hayatı nasıl algılıyor, ne bekliyorlar, ne düşünüyorlar kısmına yoğunlaşmak problemlerin çözümünde önemli mesafe kat ettirecektir.

Bu anlamda söz konusu çalışmanın temel problemi, günümüzün etkin iletişim ve etkileşim platformlarından olan sosyal medyanın gençlerde dini ve manevi değerlerin öğrenilmesindeki etkisini ortaya koyup, bu etkinin gençlerin ilgili değerleri kazanmadaki bakışına tesirini tespit etmektir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmayla teknolojinin gelişmesiyle birlikte etkisini iyiden iyiye arttıran sosyal medyanın üniversite gençliğine ne anlam ifade ettiğini din ve değerler eğitimi açısından görünür kılıp, olumsuz etkilerini en aza indirebilmek için konuyla ilgili kişi ve kurumlara çeşitli öneriler sunup farkındalık geliştirmek ve katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Çalışma her geçen gün etkisini daha da artıran ve özellikle değerlerin yozlaşması konusunda etkisi yadsınamaz olan kitle iletişim araçlarından sosyal medyanın din ve değerler eğitimi açısından gençlere ne anlam ifade ettiğini incelemektedir.

Bu ana amaç kapsamında araştırmanın temel soruları;

1. Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin din ve değer algısına etkisi konusunda öğrencilerin görüşleri nelerdir?
2. Sosyal medya, kullanımı öğrencilerin din, dindarlık, değerler, mahremiyet, isrâf, gösteriş vb. kavramlarını algılayış şeklini nasıl etkilemiştir?
3. Sosyal medya kullanımı, üniversite gençlerinin dini öğrenme konusundaki yönelimini nasıl etkilemektedir?
4. Sosyal medya, üniversite gençlerinin dini konular hakkındaki sorularına cevap araması yönünde ne gibi bir fonksiyon üstlenmektedir?
5. Üniversite gençliği, özel gün ve bayramların kutlanması konusunda sosyal medyanın araç olarak kullanımı hakkında ne düşünmektedir?
6. Üniversite gençliği, sosyal medyadaki dini konulardaki bilgi kirliliği hakkında ne düşünmektedir?
7. Üniversite gençliğinin sosyal medyanın daha etkili ve verimli kullanılması yönündeki görüş ve önerileri nelerdir?
8. Üniversite gençliği, sosyal medyadaki dini paylaşımlar konusunda kendini özgür hissetmekte midir?

9. Üniversite gençliğinin sosyal medya üzerinden yapılan yardım isteklerine, sadaka zincirlerine, dua halkalarına bakışı nasıldır?
10. Üniversite gençliğinin din eğitiminde sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin görüş ve önerileri nelerdir?

Buna göre yapılan çalışmanın literatüre katkısı, günümüzde gençlerin sıklıkla kullandıkları sosyal medya iletişim ağlarının, değerler eğitimi açısından onlarda kazandırdığı kazanımları sorgulamak ve ortaya koymaktır. Günümüz üniversite gençliğinin din ve değerler eğitimi açısından yaklaşımlarının tespitine yönelik amaçlar da taşıyan araştırma, aynı zamanda ilgili değerlerin hangi yollarla kazanıldığı ve nasıl yorumlandığını da ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Konuyla ilişkili birçok eserin bulunmasına rağmen, doğrudan sosyal medyanın din ve değerlere bakışına etkisi özelinde araştırma konusu yapan eserlerin az olması, böyle bir çalışmanın hazırlanması gereğini gündeme getirmektedir. Bu gereklilik, insan eylemlerine yön veren en önemli etkenlerden birinin değerler sistemi olmasından kaynaklanmaktadır. Kur'an-ı Kerim'de de insanlara yol göstererek onlarda davranış değişikliğini amaçladığına göre, sosyal medyanın da toplumları şekillendirme noktasındaki gücü var kabul edildiğine göre Kuran-ı Kerim'in insanlara buyurdukları ile sanal ortamdaki yansımasının nasıl olduğu gençler özelinde incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu anlamda çalışmanın alandaki bir boşluğu dolduracağına inanmaktayız.

3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Bu çalışmada yönetici, öğretmen ve öğrencilerin görüşme sorularına ve anketlere verdikleri cevaplar gerçeği yansıtmaktadır. Öğrencilerin veriği cevaplar değiştirilmeden, aynen aktarılarak yazılmıştır.

Sosyal medya, öğrencilerin tutum ve davranışlarını etkilemektedir.

Sosyal medya, öğrencilerin değer algısını etkilemektedir.

Sosyal medya, öğrencilerin din ve değerleri öğrenme mecralarından biridir.

Sosyal medya öğrencilerin dini kurum ve kuruluşları takip etmede kullandığı yerlerden biridir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma nitel araştırma yöntemine sahiptir. Nitel araştırmanın herkes tarafından kabul edilen bir tanımını yapmak güçtür. Nitekim nitel araştırma alanyazınında birçok yazar böyle bir tanım yapmaktan özellikle kaçınır. Bunun nedeni ise, nitel araştırma kavramının bir şemsiye kavram olarak kullanılmasından ve bu şemsiye altında yer alabilecek birçok kavramın değişik disiplinlerle yakından ilişkili olmasından kaynaklanır. Kültür analizi, antropoloji, durumsal araştırma, yorumlayıcı araştırma, eylem araştırması, doğal araştırma, betimsel araştırma, kuram geliştirme, içerik analizi bu kavramlardan sadece birkaç tanesidir.[43]

Nitel araştırma, değerlendirmeci yaklaşımı ön görür. Bu araştırmanın tekniği ise bireylerin toplumsal hayatı nasıl anlayıp, yorumladıklarını kavramayı amaçlayan yaklaşım ve stratejileri kapsamaktadır. Bu bağlamda sosyal gerçeklik yaklaşımı, birbirleriyle ilişki içinde bulunan sosyal aktörlerin gayeli fiilleriyle ortaya çıkar. Söz konusu sosyal gerçeklik, ortama ve zamana göre devamlı değişliklik gösterir. Bu, statik ve yaygın değildir. Sosyal gerçekliğin ne anlam ifade ettiği bireylerin onu nasıl yaşadıkları, nasıl anlam verdiklerine dayalı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu cümleden hareketle sosyal gerçekliğin esasen genelleştirilerek tahmin edilmesi mümkün değildir. Bu hususta sosyal araştırmanın gayesi, bireylerin deneyimledikleri sosyal gerçekliği nasıl yaşadıklarını, bunları nasıl anlamlandırdıklarını, ortaya çıkan toplumsal olay ve olguların birbirleriyle ilişkilerini doğru kurarak değerlendirmektir. Toplumsal olgular birbirleriyle karşılıklı diyalog içinde olarak çok yönlü, heterojen ve belirsizdir. Bunlar arasındaki ilişkinin yönünü net olarak belirlemek zordur. Bu bağlamda nitel yaklaşım nedensellik yaklaşımına önem atfetmez. Burada araştırmanın konusu, bireylerin gözlemlenebilen davranışları olmayıp, grup içinde toplumu en doğru anlama yolu olan toplumdaki aktörlerin kendileri yani bizzat bireylerin kendileridir. Bu nedenle nitel yaklaşıma dayalı çalışmalar, toplumsal aktörlerin edimlerini, yaklaşımlarını anlamaya ve ortaya çıkan toplumsal yapı içinde onları *"içeriden bakarak''* değerlendirmeye çalışır. Çalışmayı yürüten girişken ve subjektiftir. Mevcut çalışmada toplumsal olguların kendi evrenlerinde incelenmeleri gerektiği için, araştırmayı yürüten araştırmacı, söz konusu bireylerle bire bir görüşerek, onlarla ilişki kurar. Araştırmacı bu süreçte tarihi ve toplumsal olguyu

[43] Ali Yıldırım Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemler***i**, 8.b, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2011, s.39.

deneyimlenen bireylerin bakış açısını sezmeye çalışır. Bu süreçte araştırmacı deneyimlenen bireylerle birebir görüşerek bilgiler toplar ki bu bilgiler karşılıklı etkileşim süreci içinde edinilir. Çalışma kendi evreninde devam eder. Bu nitel çalışmalarda, yürütülen sürece müdahil olunmaz; coğrafi ve toplumsal koşullar kontrol edilmez. Bu sebeple tarihi ve toplumsal olguların kendi evrenlerinde ve kendi yasalarına bağlı işleyen süreçlerde incelenmesi dolayısıyla varılan sonuçların başka ortamlara genellenmemesi lazımdır. Araştırmada özelden genele doğru gitme söz konusudur. Değerlendirmeyi esas alan anlayışa göre bütün, kendini meydana getiren bölümlerin toplamlarından daha çoğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda nitel çalışmalarda tarihi ve toplumsal olgular kendini oluşturan eklemelere ayrılarak araştırılamaz. Bir başka anlatımla çalışmanın problemini ortaya koyan değişkenler birbirlerinden bağımsız değerlendirilemezler.[44]

Yine sosyal gerçeklik, prososyal bireyler tarafından daimi sûrette hayata geçirildiği için, söz konusu inceleme sonuçları kadar ilgili süreçlerinde anlaşılıp yorumlanmasını öngörür. Dolayısıyla söz konusu yaklaşım önden ortaya konulmuş bir hipotezle yürümeye başlamaz. Bilhassa bu araştırmanın süreci daha elastiki ve esnektir. Araştırma sürecinde varılan sonuçlar bir yaklaşımı ortaya koyacak değerleri sağlıyorsa araştırmayı yürüten, ulaşılan bulgulara bağlı olarak analitik hipotezini ortaya koymaya çalışır. [45] Ayrıca sosyal gerçeklik, konusu tarihi ve sosyal olay ile olgular olduğu ve yapı olarak karmaşık bulunduğu için bunun belli bir standart bir ölçüm aracı yoktur. Bu doğrultuda çalışma sırasında araştırmanın sorunsalları ve teknikleri değiştirilebilir. İşte bu sebeple nitel araştırmada nicel araştırmaya göre araştırmanın bizzat kendisi, teknikten daha önemlidir [46] diyebiliriz. Bu bağlamda nitel çalışmalar, kendi verilerini öz zenginliği içinde sergiler

Araştırmada bulguların doğruluk değeri ise geliştirilen teori, çalışılan kişilerce tutarlı görülüyorsa ve öteki bireylerin de bunların gerçekliğine girmesini mümkün kılıyorsa doğru kabul edilir.[47]

---

44 Yıldırım, Şimşek, a.g.e., s.52.
45 Yıldırım, Şimşek, a.g.e., s.59.
46 Ali Yıldırım, Hasan Şimşek, a.g.e., s.51-52.
47 http://www.bingol.edu.tr/media/204988/sayt-bolum8-sosyolojide-nicel-ve-nitel-arastirma-yontemleri.pdf (08.02.2021).

Nitel araştırma, sosyal veya beşeri bir probleme bireylerin veya grupların atfettiği anlamları keşfetme ve anlamaya yönelik bir çabadır. İnsanların veya grupların bir davranışı neden, niçin yaptığını anlamaya çalışmak, bazı toplumsal olguları daha net anlayabilmek ve aralarındaki ilişkiyi açıklayabilmek için uygun bir yöntemdir. Çalışmamızın konusu olan sosyal medyadaki din ve değerlerle ilgili paylaşım, bunlar hakkında gençlerin düşünceleri, konunun neden ve niçinlerini örneklemimiz olan gençlerin birebir kendi cümleleriyle dinleyebilmek ve de anlayabilmek için çalışmada bu yöntem kullanılmıştır.

Katılımcılar, öğrencilere daha çabuk ulaşabilmek için araştırmacının ders vermekle görevli olduğu ilahiyat fakültesi ve diğer fakülte ve meslek yüksekokullarından seçilmiştir. Ardından franklin yerleşkesinde ulaşabildiğimiz rastgele öğrenci gruplarıyla görüşmeler yapılmıştır. Çalışmaya birçok öğrenci gönüllü olarak katılmak istediğini, belirtmiş, "söyleyecek sözüm var, rahatsız olduğum şeyler veya önerilerim bulunmakta" şeklinde gönüllü katılımlarla da desteklenerek gerçekleştirilmiştir.

Görüşme formunda yer alan sorular konuyla ilgili gözlemler- tespitler, akademide yapılmış ve ilgili literatür kısımında zikredilmiş olan çalışmalar ile çeşitli tartışma platformlarında dile getirilen hassasiyetler üzerinden seçilmiştir. 96 kişilik öğrenci görüşmeleri sonrasında, öğrencilerin söylemlerinin tekrara düşmesi (veri doygunluğuna ulaşılması) sebebiyle görüşmeler sonlandırılmıştır. Coreq ve Srqr kriterlerine göre nitel araştırma raporu yazılmıştır.

Nitel araştırmada geçerlik, araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi anlamına gelmektedir.[48] Bu anlamda öğrencilerin sorulara verdikleri cevaplarda tarafsız yönlendirmeden ve etkiden uzak davranılmasına özen gösterilmiştir.

Araştırma sürecinin ve sonuçlarının açık, tutarlı ve başka araştırmacılar tarafından teyit edilebilir olması gerekir.[49] Çalışmanın veri toplama süreci, görüşme soru formunun hazırlanması, öğrencilerle yapılan görüşmeler, söylemlerin kodlanması ve yazıya

---

[48] L. Dana Miller, One Strategy For Assessing The Trustworthiness Of Qualitative Research: Operationality The External Audi, (Higher Education), Chicago: 1 Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association 1997. s.4.

[49] Joseph Maxwell, ''Understanding and Validity İn Qualitative Research'', *Harvard Educational Review,* (1992) s. 979-1000.

aktarılması, ardından yazılım programlarıyla tematik analizi ve kod kitabının oluşturulma süreci açık ve net bir şekilde yapılmış, uzman görüşleri alınmış, burada da ifade edilmiş olup bir başka araştırmacı tarafından da kullanılabilir özelliğe sahiptir.

Nitel araştırmacılar için Maxwell, bunların, çalıştıkları alandaki objeleri insanlar veya gerçekleşen davranışların sadece geçerli fiziksel tanımlamalar yapmakla kalmayıp araştırdıkları olay içerisinde insanların nasıl davrandıklarını ya da olayın içerisinde hangi şartlarda yer aldıklarını incelediklerini ifade eder. [50]

Biz de çalışmamızda iç geçerliliği sağlayabilmek için sürecin dışında kalmak yerine anlamaya ve konuya dâhil olmaya özen gösterdik. Öğrencilerin yoğunlukta olduğu internet sayfaları/WhatsApp gruplarında veya kandil, bayram gibi özel günlerin yapıldığı günlerdeki paylaşımlarda bulunulan alanlarda ne tarz söylemler yapıldığı, ne gibi geri bildirimler alındığı, öğrencilerin dini konularda en çok neleri, kime sordukları gibi hususların içinde yer alarak anlamaya gayret gösterdik. Gözlemlerimiz ve tespitlerimiz elde ettiğimiz verilerle tutarlılık oluşturduğu söylenebilir.

Çalışmamızda kalıtımcılarla olan diyaloglarımızda onların söylemleri, tepkileri, hassasiyetleri, öncelikleri, kızgınlıkları gibi durumlarda kişisel önyargılardan, eleştirel cümlelerden bağımsız hareket edilerek çalışmanın niteliğinin artırılmasına özen gösterilmiştir.

Nitel araştırmalarda nicel araştırmalardan farklı olarak çalışmanın güvenirliği ile farklılıklar oluşabilmektedir. Nicel araştırmalarda anketi defalarca uygulayıp her seferinde aynı sonuçları elde etme imkânı olurken, nitel araştırmalarda aynı çalışmayı farklı araştırmacı uyguladığında farklı çalışmalar elde edebilir. Çünkü burada araştırmacı esas kilit isimdir. Bu nedenle nitel araştırmalarda araştırmacının çalışma sürecini tüm aşamalarıyla şeffaf şekilde vermesi önemlidir. Konuyla ilgili olarak Creswell, nitel araştırma varsayımlarla ve bireyler veya grupların bir sosyal ya da insan sorununa atfettikleri anlamlara değinen ve araştırma problemlerinin incelenmesini içeren yorumlayıcı/kuramsal çerçevelerin kullanımı ile başlar. Bu problemi araştırmak için, nitel araştırmacılar; araştırmada, çalışmadaki insan ve yerlere duyarlı olan doğal ortamdaki veri koleksiyonlarını ve hem tümevarım hem de tümdengelimli, örüntü ve temalar kuran veri analizlerini içeren nitel bir yaklaşım kullanırlar. Nihai yazılı bir rapor veya sunum;

[50] Maxwell, a.g.e., s. 1002.

katılımcıların seslerini, araştırmacının derin düşünmelerini, problemin kompleks bir açıklama ve yorumlamasını, ve literatüre katkısını veya değişim çağrışım içerir şeklinde yaklaşımını ortaya koyarak[51] nitel araştırmaların özelliğini tespit etmektedir.

Nitel araştırmalarda çalışmanın etkin, verimli olabilmesi için araştırmacının sınırlarını baştan net olarak ortaya koyması gerekmektedir. Bu çalışmada da çalışmamızın ilk uygulanacağı yer olarak; din ve değerler ile bağlantılı olması hasebiyle ilahiyat fakültesi ve öğrencilere değerler eğitimini aktaracak ilk kişilerden olan öğretmenleri yetiştirmesi sebebiyle eğitim fakültesi olmuştur. Bunun dışında sadece fakülte öğrencileri değil meslek yüksekokulları öğrencilerinin de konuya yaklaşımını anlayabilmek için ders/sınav koordinatörü olunan meslek yüksekokulu öğrencileriyle de görüşülmüştür. Bununla beraber Bursa Uludağ Üniversitesi yurt dışından öğrenci sayısı çok olan bir üniversite olduğu için farklı ülkelerde yetişmiş öğrencilerin de düşüncelerini anlayabilmek için konuk öğrencilere de ulaşılmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmada katılımcılar ile bulunulan ortam dokümanlar büyük önem arz ettiği için çok fazla kâğıt, kalem, kitap, kayıt cihazı, telefon gibi uyaranların olmadığı sessiz sakin bir şekilde öğrencinin kendini iyi rahat hissedebileceği ortamlarda görüşülmeye öncelik verilmiştir.

Öğrencilerle görüşmenin başında etik kurul onayı alınmış, bilgilerin gizliliği konusunda açıklama yapılmış, görüşmeler Kasım 2019'da başlamış Nisan 2020'de tamamlanmıştır. Görüşme öncesinde 10 kişilik bir pilot görüşme gerçekleştirilmiş, ardından soruların net, açık, anlaşılır oması için düzenlemeler yapılmış, sorulara eklemeler yapılmıştır. Görüşme esnasında ses kayıt cihazı veya başka bir teknolojik alet kullanılmamıştır. Öğrencilerin kendilerini rahat ifade edebilmesi için sohbet tarzında konuşmalar ile kısa notlar alınmış, daha sonra alınan notların kodları açılıp Word programına aktarılmıştır.

Çalışmamızı yürütürken alanyazın incelemesi sonucu ilgili kaynaklardan istifade edilmiştir. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

Silverman, D. (2006). Nitel Verilerin Yorumlanması (3 Ed.). Londra: Bilge.

Silverman, D. (2015). Nitel Verilerin Yorumlanması (5 Ed.). Londra: Bilge

[51] John W. Creswell, *Nitel Araştırma Yöntemleri,* çev. Mesut Bütün- Selçuk Beşir Demir, 3.b., Ankara: Siyasal Kitabevi, 2013, s.44.

Creswell, J.W. (2009). Research Design: Quantitative, Qualitative, And Mixed Methods Approaches. 3rd Ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

Karasar, N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler. 15. Bs. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Tekindal, M. & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı ve Sürecine Yönelik Bir Derleme. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 20 (1), ss. 153- 182.

5. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Bursa Uludağ Üniversitesinde 2019-2020 yılları arasında öğrenim görmekte olan 18-25 yaş arasındaki farklı fakülte ve meslek yüksekokullarında okuyan, farklı sosyo-demografik bölgelerden gelmiş 96 öğrenciden oluşmaktadır. İlgili yıllarda üniversitenin lisans ve ön lisans programlarından mezun öğrenci sayısı 12678'dir. Çalışma ilgili eğitim öğretim yıllarında öğrenim görmekte olan öğrencilerle sınırlıdır. [52]

6. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırma sonuçlarının genellendiği araştırma kapsamı içerisinde yer alan ortak özelliklere sahip birimler bütününe evren (yığın, ana kütle, toplum) denir. [53]

Varolan evrenden, onu temsil edebilecek bir parça seçme işine örnekleme denir.[54] Örneklem, herhangi bir evrenden belirli bir yolla seçilmiş daha küçük sayıdaki obje ve bireylerin oluşturduğu gruptur.

Çalışmanın evreni 2019-2020 yılları arasında Bursa Uludağ Üniversitesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerdir. Örneklemimiz ise ilgili yıllarda bu üniversitede öğrenim görmekte olan 18-25 yaş arasındaki üniversite öğrencilerinden farklı fakülte ve meslek yüksekokullarında okuyan, farklı sosyodemografik bölgelerden gelmiş 96 öğrencidir. Bu öğrencilerin soruları tam ve doğru anladığı, yeterli bilgi verildiği ve örneklemi temsil ettiği kabul edilerek bu çalışma yürütülmüştür.

---

[52] https://uludag.edu.tr/dosyalar/oidb/19_20_mezun_ogrensi_sayilari_tablo.pdf

[53] Ayhan Ural, İbrahim Kılıç, Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011, s.13.

[54] Saim Kaptan, Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri, Bilim Kitap Kırtasiye Limited Şirketi, 11. Baskı, 1998, s.118.

Bursa Uludağ Üniversitesinde öğrenim görmekte olan 18-25 yaş arasındaki farklı fakülte ve meslek yüksekokullarında okuyan, farklı sosyo-demografik bölgelerden gelmiş 96 öğrenciden oluşmaktadır.

Çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, sınırlı kaynakların en etkin kullanımı için nitel çalışmalarda yaygın olarak kullanılan analitik bir yöntemdir. Bu yöntemde, deneyimli bireylerin ya da grupların tanımlanması ve seçilmesini içerir. Bu araştırmalarda ayrıca doygunluğa önem atfedilir.[55] Bu cümleden hareketle bahsi geçen doygunluk, kaynaklarda *"satürasyon"* biçiminde ortaya konulmaktadır. Bu kavram, örneklem yöntemlerinde çalışmaların farklı bir bilgi ortaya konulmayana kadar çalışmanın sürdürülmesi biçiminde ifade edilmektedir. [56]

Bu noktadan hareketle çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden birisi olan maksimum çeşitlilik örneklemesi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme kapsamında kullanılan bu yöntemde amaç, izafi biçimde kısa çaplı bir örneklem ortaya koymak ve söz konusu örneklemde sorunsala meyil gösteren kişilerin farklılığını azami ölçüde ortaya koymaktadır. Bu çeşitliliği sağlamak, problemin farklı boyutlarının ortaya konulmasında da başat bir yaklaşım olmaktadır.[57] Bu amaçla örneklemin araştırma konusuna ilişkin mümkün olduğunca geniş çeşitlilikte deneyim, bakış açısı, algı, durum bilgisi sağlayacak kişileri kapsamasına önem verilir. Dolayısıyla katılımcıların konuya ilişkin daha kapsamlı fikirlerini öğrenebilmek adına, maksimum çeşitlilik örneklemesi esas alınacaktır.

Maksimum çeşitlilikte temel amaç, izafi biçimde bir örneklem ortaya koymak ve bu yaklaşımda yer alan probleme taraf kişilerin farklılığını ortaya koymaktır. Misal, ilköğretim ile alakalı sorunları araştırmak isteyen kişinin, örneklemini Ankara'nın il merkezi, kırsal, ve varoşlar bünyesindeki okullardan seçmesi olabilir.

Bu kapsamda konu ile ilgili maksimum çeşitliliği sağlamak için, Bursa Uludağ Üniversitesinde öğrenim görmekte olan 18-25 yaş arasındaki üniversite öğrencilerinden farklı fakülte ve meslek yüksekokullarında okuyan, farklı sosyodemografik bölgelerden

---

55 Palinkas Lawrence vd., "Purposeful Sampling For Qualitative Data Collection And Analysis İn Mixed Method İmplementation Research", *Administration And Policy İn Mental Health And Mental Health Services Research,* C. 42, S.5, (2015), s. 533.

56 Stephen Gentles vd., ''Sampling İn Qualitative Research: Insights From 9 An Overview Of The Methods Literature'', *The Qualitative Repor,* C.20, S. 11, (2015), s. 1772.

57 Yıldırım, Şimşek, a.g.e., ss. 51-52.

gelmiş özellikteki kişiler belirlenerek verilerin doygunluğa ulaşmasında çeşitlilik sağlanması amaçlanmıştır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgi Tablosu

	Cinsiyet	Yaş	Sınıf	Memleket	Aylık Gelir (TL)	Fakülte	Görüşme Tarihi	Görüşme Süresi (dk)
1	Erkek	18	1. Sınıf	Hatay	700	Sosyal Bilimler MYO	26.12.2019	45 DK
2	Kadın	21	1. Sınıf	Bursa	700	Keles MYO	06.01.2020	40 DK
3	Kadın	21	1. Sınıf	Çorum	600	Fen Edebiyat Fakültesi	25.12.2019	40 DK
4	Kadın	21	1. Sınıf	Bursa	2.000	Fen Edebiyat Fakültesi	25.12.2019	30 DK
5	Kadın	22	1. Sınıf	Türkmenistan	750	Fen Edebiyat Fakültesi	25.12.2019	45 DK
6	Erkek	24	1. Sınıf	Bursa	1.500	Fen Edebiyat Fakültesi	25.12.2019	30 DK
7	Kadın	21	1. Sınıf	Bursa	1.500	Fen Edebiyat Fakültesi	25.12.2019	30 DK
8	Erkek	22	4. Sınıf	Muğla	1.000	Ziraat Fakültesi	30.12.2019	50 DK
9	Erkek	21	1. Sınıf	Ankara	200	İlahiyat Fakültesi	08.12.2020	75 DK
10	Kadın	27	1. Sınıf	Bursa	900	Keles MYO	06.01.2020	15 DK
11	Kadın	22	1. Sınıf	İzmir	700	Keles MYO	06.01.2020	60 DK
12	Kadın	21	2. Sınıf	Diyarbakır	500	Keles MYO	06.01.2020	15 DK
13	Kadın	21	1. Sınıf	Bursa	700	Keles MYO	06.01.2020	15 DK
14	Erkek	24	1. Sınıf	Bursa	1.000	Keles MYO	06.01.2020	15 DK
15	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	900	Eğitim Fakültesi	09.01.2020	45 DK
16	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	400	Eğitim Fakültesi	09.01.2020	45 DK
17	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	1.500	Eğitim Fakültesi	16.01.2020	45 DK
18	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	1.500	Eğitim Fakültesi	16.01.2020	45 DK
19	Kadın	23	3. Sınıf	Suriye	600	Fen Edebiyat Fakültesi	10.01.2020	45 DK
20	Kadın	23	4. Sınıf	Bursa	700	İlahiyat Fakültesi	23.01.2020	30 DK
21	Erkek	23	3. Sınıf	İstanbul	4.000	Fen Edebiyat Fakültesi	10.01.2020	45 DK
22	Kadın	22	4. Sınıf	Samsun	500	İlahiyat Fakültesi	23.01.2020	30 DK
23	Erkek	20	1. Sınıf	Yurt Dışı	500	İlahiyat Fakültesi	30.01.2020	75 DK
24	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	1.000	Fen Edebiyat Fakültesi	17.01.2020	30 DK
25	Kadın	25	4. Sınıf	Kahramanmaraş	1.000	İlahiyat Fakültesi	17.02.2020	40 DK
26	Kadın	18	1. Sınıf	Antalya	400	Fen Edebiyat Fakültesi	14.02.2020	30 DK
27	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	1.000	Fen Edebiyat Fakültesi	14.02.2020	75 DK

28	Kadın	25	4. Sınıf	Mardin	1.000	İlahiyat Fakültesi	23.02.2020	40 DK
29	Kadın	21	1. Sınıf	Bayburt	210	İlahiyat Fakültesi	23.02.2020	15 DK
30	Kadın	24	1. Sınıf	Türkmenistan	500	Fen Edebiyat Fakültesi	24.02.2020	40 DK
31	Kadın	20	1. Sınıf	Artvin	1.800	Fen Edebiyat Fakültesi	24.02.2020	30 DK
32	Kadın	24	1. Sınıf	Türkmenistan	500	Fen Edebiyat Fakültesi	24.02.2020	75 DK
33	Erkek	19	1. Sınıf	İzmir	500	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	15 DK
34	Kadın	19	1. Sınıf	Zonguldak	450	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	15 DK
35	Kadın	19	1. Sınıf	Mersin	600	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	15 DK
36	Kadın	19	1. Sınıf	Artvin	600	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	15 DK
37	Kadın	19	1. Sınıf	Kahramanmaraş	500	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	60 DK
38	Kadın	20	1. Sınıf	Trabzon	650	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	15 DK
39	Kadın	21	3. Sınıf	Bursa	500	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	15 DK
40	Kadın	49	1. Sınıf	Rize	1.500	Eğitim Fakültesi	02.03.2020	15 DK
41	Kadın	21	3. Sınıf	Trabzon	400	İlahiyat Fakültesi	06.02.2020	30 DK
42	Kadın	22	3. Sınıf	Hatay	500	İlahiyat Fakültesi	06.02.2020	30 DK
43	Kadın	19	1. Sınıf	Rize	3.000	Eğitim Fakültesi	9.03.2020	20 DK
44	Kadın	19	1. Sınıf	Bingöl	1.000	Eğitim Fakültesi	9.03.2020	20 DK
45	Kadın	23	4. Sınıf	Bursa	700	İlahiyat Fakültesi	6.02.2020	30 DK
46	Kadın	18	1. Sınıf	Bartın	500	Fen Edebiyat Fakültesi	16.03.2020	20 DK
47	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	750	Eğitim Fakültesi	24.03.2020	60 DK
48	Kadın	20	2. Sınıf	Bursa	600	Eğitim Fakültesi	24.03.2020	60 DK
49	Kadın	25	3. Sınıf	Bursa	1.000	İlahiyat Fakültesi	3.01.2020	60 DK
50	Kadın	22	3. Sınıf	Mersin	500	İlahiyat Fakültesi	3.01.2020	60 DK
51	Kadın	18	1. Sınıf	Edirne	2.000	Büyükorhan MYO	6.01.2020	60 DK
52	Kadın	19	4. Sınıf	Bursa	1.500	Ziraat Fakültesi	24.03.2020	60DK
53	Erkek	19	1. Sınıf	Bursa	600	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	50 DK
54	Erkek	23	2. Sınıf	Edirne	2.000	Büyükorhan MYO	6.01.2020	60 DK
55	Erkek	21	3. Sınıf	Bursa	750	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	45 DK
56	Kadın	23	3. Sınıf	Bursa	600	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	45 DK
57	Kadın	22	3. Sınıf	Bursa	1.500	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	45 DK
58	Kadın	23	3. Sınıf	Bursa	750	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	45 DK
59	Kadın	23	2. Sınıf	İstanbul	1.500	Ziraat Fakültesi	31.01.2020	45 DK

60	Erkek	20	1. Sınıf	Ordu	1.500	Keles MYO	6.01.2020	15 DK
61	Kadın	21	2. Sınıf	Kırşehir	1.000	İİBF	30.01.2020	15 DK
62	Kadın	20	2. Sınıf	İstanbul	1.000	Ziraat Fakültesi	31.01.2020	20 DK
63	Kadın	19	2. Sınıf	Gümüşhane	2.000	Sağlık Bilimleri Fakültesi	30.01.2020	15 DK
64	Kadın	20	2. Sınıf	Trabzon	1.500	İlahiyat Fakültesi	30.01.2020	20 DK
65	Kadın	21	4. Sınıf	Bursa	1.500	Eğitim Fakültesi	24.03.2020	60 DK
66	Kadın	23	4. Sınıf	Kahramanmaraş	1.000	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	40 DK
67	Erkek	23	4. Sınıf	Antep	1.000	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	20 DK
68	Kadın	23	4. Sınıf	Bursa	1.500	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	20 DK
69	Kadın	23	4. Sınıf	Bursa	1.500	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	20 DK
70	Kadın	22	4. Sınıf	Konya	750	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	20 DK
71	Kadın	23	4. Sınıf	İstanbul	1.000	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	20 DK
72	Kadın	21	2. Sınıf	Batman	750	İlahiyat Fakültesi	17.03.2020	20 DK
73	Kadın	21	2. Sınıf	Aksaray	1.000	İlahiyat Fakültesi	17.03.2020	20 DK
74	Kadın	22	2. Sınıf	Adıyaman	800	İlahiyat Fakültesi	17.03.2020	20 DK
75	Kadın	25	4. Sınıf	Bingöl	1.000	İlahiyat Fakültesi	17.03.2020	20 DK
76	Kadın	24	4. Sınıf	Kastamonu	600	İlahiyat Fakültesi	17.03.2020	20 DK
77	Kadın	22	2. Sınıf	İzmit	700	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	15 DK
78	Kadın	23	3. Sınıf	Balıkesir	1.000	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	15 DK
79	Kadın	23	3. Sınıf	Balıkesir	900	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	15 DK
80	Kadın	22	3. Sınıf	Bitlis	1.000	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	15 DK
81	Erkek	23	4. Sınıf	Erzurum	750	İlahiyat Fakültesi	17.03.2020	15 DK
82	Erkek	23	4. Sınıf	Kosova	650	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	40 DK
83	Erkek	21	Hazırlık	Yurt Dışı	700	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	40 DK
84	Kadın	21	Hazırlık	Yurt Dışı	600	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	40 DK
85	Kadın	24	Hazırlık	Yurt Dışı	750	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	40 DK
86	Kadın	23	3. Sınıf	Trabzon	900	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	40 DK
87	Erkek	25	4. Sınıf	Üsküp	1.000	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	15 DK
88	Erkek	24	1. Sınıf	Bursa	2.000	Fen Edebiyat Fakültesi	16.03.2020	20 DK
89	Kadın	19	1. Sınıf	Bursa	900	Eğitim Fakültesi	24.03.2020	15 DK
90	Kadın	24	3. Sınıf	Bursa	900	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	15 DK
91	Kadın	21	3. Sınıf	Bursa	850	Eğitim Fakültesi	24.03.2020	15 DK

92	Kadın	22	3. Sınıf	Hatay	500	İlahiyat Fakültesi	10.03.2020	20 DK
93	Erkek	19	1. Sınıf	Muş	900	Sosyal Bilimler MYO	26.12.2019	60 DK
94	Erkek	24	1. Sınıf	Bursa	1.000	Fen Edebiyat Fakültesi	16.03.2020	20 DK
95	Erkek	25	4. Sınıf	Bosna	600	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	60 DK
96	Erkek	25	4. Sınıf	Kosova	600	İlahiyat Fakültesi	24.03.2020	60 DK

7. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN TOPLANMA SÜRECİ

Form, öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amacı, dini sorulara cevapları bulma şekli, özel gün ve gecelerdeki dini kutlamaların sosyal medya üzerinden yapılması hakkındaki görüşleri, dua zincir halkalarına bakışı gibi konularda öğrencilerin yaptığı değerlendirmeleri içeren sorulardan oluşmaktadır.

Mevcut formun ortaya konulmasında her şeyden önce çalışmanın temel amacı öncelikli görülmüş ve ilgili araştırmalardan yola çıkılarak literatür taranmıştır. Yine bu doğrultuda bir havuz oluşturulmuş ve araştırmanın kavramsal çerçevesine uygun olarak nitel çalışmada olması gereken sorular oluşturulmuş ve alan uzmanlarından görüş alınmıştır. Ayrıca mevcut görüşme formu, araştırmanın amacı ve nitel çalışmaya uygunluğu açısından değerlendirilmek üzere üniversite etik kuruluna iletilmiştir. Yine bu yapılandırılan görüşme formu örgün olarak 45-50 dakikalık bir zaman diliminde uygulanmıştır. Görüşmelerin hepsi randevu alınarak, öğrencilerin kendi okullarındaki boş bir odada, kendilerini rahat ifade edebilecekleri bir ortamda ve bilgilerinin gizlililik esasına dayalı olduğu belirtilerek gerçekleşmiştir.

İkinci bölümünde araştırmanın amacına yönelik belirlenmiş olan ana temalar, sosyal medya kullanımı, din ve değerlere bakış, dini zamanlarda yapılan kutlama ve tebrik, sosyal medya üzerinden yardım isteği, dini sorulara cevap arama noktasında belirlenen sorular kapsamında oluşturulmuştur.

Gençliğin din ve değerler açısından sosyal medya deneyimi üç ana temadan meydana gelmektedir. Bu ana temalar; *“Gençliğin ‘Sosyal Medya’ya’ Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri”, “Gençliğin ‘Din ve Değerlere’ Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri”, “Gençliğin "Sosyal Medya ve Din/Değerler" Algısı”* şeklinde kümelenmiştir. Bu üç ana tema kendi içinde de alt temalara ayrılmaktadır.

Birinci ana temamız olan "*Gençliğin Sosyal Medyaya Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri*" beş alt temadan oluşmaktadır ve bu temalar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Gençliğin Sosyal Medyaya Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri

1. Alt tema	Sosyal medyanın kullanım amaçları
2. Alt tema	Sosyal medyanın dini kullanım şekli
3. Alt tema	Kullanılan sosyal medya hesapları
4. Alt tema	Sosyal medyanın olumlu- olumsuz yanları
5. Alt tema	Gençlerin sosyal medyayı kullanması için öneriler

İkinci ana temamız olan *"Gençliğin 'Din ve Değerlere' Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri"*ise üç alt temadan oluşmaktadır. Bu alt temalar Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Gençliğin 'Din ve Değerlere' Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri

1. Alt tema	Dinle ilgili sorun olduğu zaman başvurulan referanslar
2. Alt tema	Gençlerin kendini dini açıdan gördüğü seviye
3. Alt tema	Gençler nerede daha dindarlar?

Üçüncü ana temamız olan *'Gençliğin "Sosyal Medya ve Din/Değerler" Algısı'* ise on alt temadan oluşmaktadır. Bunlar Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Gençliğin "Sosyal Medya ve Din/Değerler" Algısı

1. Alt tema	Dini sorunun cevabını bulmak için sosyal medya kullanımı
2. Alt tema	Sosyal medyadaki dini paylaşımlarda kendini özgür hissetme
3. Alt tema	Dini zamanlarda yapılan kutlama ve tebrikler
4. Alt tema	Yapılmayan bir ibadetin önemine dair paylaşım
5. Alt tema	Dini içerikli mesajlardan huzur bulma/bulmama
6. Alt tema	Sosyal medyada dua isteyenlere yardım
7. Alt tema	Profil fotoğrafında dini simge kullanma
8. Alt tema	Sosyal medya üzerinden yapılan dini tartışmalara katılma durumu
9. Alt tema	İnternet ve sosyal medya ağlarının din üzerinde olumsuz etkisi

10. Alt tema	Bireyler sosyal medyada niçin dini içerikli paylaşımlarda bulunurlar?

Ortaya konulan görüşme sorularında soruların anlaşılır olması, çok yönlü olmaması, başka anlam ve sahalara yönlendirici olmaması[58] gibi hususlara dikkat edilmiştir.

Çalışmada araştırmacı tarafından alanyazın taraması ışığında geliştirilmiş yarı yapılandırılmış görüşme formu ve demografik bilgi formu üzerinden veri toplanmıştır. Yapılandırılmış ve yarı-yapılandırılmış görüşme formlarının belirli ve az sayıda soru içermesi; gözlemler için önceden belirlenmiş davranış çizelgeleri geliştirilmesi; metin ve söylev analizi için hangi ölçütlerin nasıl ele alınması gerektiğini gösteren bilgi botları hazırlanması önemlidir. [59] Hazırlanan görüşme formunun amaca uygunluğu, anlaşılırlığı ve uygulanabilirliği için alan uzmanlarının görüşlerine başvurulmuş ve bu doğrultuda gelen düzenlemeler ile son hali verilmiştir. Bu düzenlemeler sonrasında çalışmanın içerik güvenirliği sağlanmıştır.

Çalışmanın temaları, soruların konularına göre belirlenmiştir. Ardından bir alan uzmanının görüşleri doğrultusunda temalara son hali verilmiştir. Verilerin güvenirliği açısından kayıtlar ve kaydın dökümü zaman zaman alan uzmanıyla birlikte gözden geçirilerek karşılaştırılmış ve tutarlılık sağlanmıştır.

Nitel araştırmalarda esas özellik, insanların gerçek olanı toplumsal hayatlarıyla etkileşimleri içinde nasıl kurguladığıyla alakalıdır.[60], Nitel araştırma yöntemini Yıldırım ve Şimşek (2011) görüşme, doküman değerlendirme ve gözlem gibi nitel veri elde etme yöntemlerinin kullanıldığı, araştırma olarak ifade etmektedirler.[61]

Görüşmeler, kaynakların ulaşılabilirliğine ve araştırmada toplanmak istenen verilerin özelliklerine göre; yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmamış görüşme, yarı yapılandırılmış görüşme, etnografik görüşme ve odak görüşmesi olarak sınıflandırılmaktadır.[62] Bu çalışmada elde edilenler yarı yapılandırılmış görüşme

---

58 Robert C. Bogdan, Sari Knopp Biklen, *Qualitative Research in Education: An Introduction to Theory and Methods*, Boston: Allyn ve Bacon, 1998, s.276.

59 Ali Baltacı, "Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?", *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2019, s.374.

60 Merriam Sharan, *Qualitative Research And Case Study Applications İn Education: Revised And Expanded From Case Study Research İn Education*, USA: Jossey-Bass, 2013, s.275.

61 Ali Yıldırım, Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayınları, 2016, s.39.

62 Şener Büyüköztürk vd., *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: PegemA, 2014, s.159.

yöntemiyle elde edilmiştir. Bu görüşmelerde, sorular yazar tarafından araştırma öncesi hazırlansa bile araştırmanın gidişatına göre yeni soruların hazırlanması da mümkün olabilir. Bu noktadan bakılacak olursa çalışmayı yürüten, çalışma devam ederken katılımcılara esneklik tanıyarak soruların bazen yeniden oluşturulmasına, tartışılmasına imkân vermektedir.[63]

Araştırmada da, amaca bağlı kalınarak sosyal medya kullanım amaçları, dini ve değerlerle ilgili sorularda danışılan kişi, kurum veya mecralar, dindarlık, dijital ibadet, dua zincirleri, sosyal medya üzerinden yardım odakları ele alınmıştır.

Bu çalışmada gençlerin tutum ve davranışlarını etkileyen unsurları ve öne çıkan değerleri inceleyebilmek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu öncelikle katılımcıların demografik bilgilerini içeren sorulardan ve öğrencilerin din ve değerlerin aktarımı, öğretimi konusunda sosyal medyadaki uygulamalar hakkındaki görüşlerini anlamaya yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Görüşme süresince sorulara bağlı kalınmıştır. Mülakat esnasında devamlı konuşan biri olmak yerine, iyi bir dinleyici olmaya gayret edilmiştir. Öğrencilerin daha rahat konuşabilmeleri adına notlar alınarak kısa tanıtıcı kartlar hazırlanmış, çalışmalar daha sonra aynen alıntı şeklinde Word'e aktarılmıştır.

Üniversite gençliğinin din ve değerler eğitimi açısından sosyal medya deneyimi konusundaki görüşlerinin belirlenmesi amacıyla "Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu (EK1)" hazırlanmıştır.

8. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZ SÜRECİ

Araştırmada verilerin analiz yönteminde öncelikle yapılan her bir görüşmenin kısa notları alınmış, kodlanmış ve bu kodlamaların deşifreleri yapılmıştır. Deşifresi yapılan notların word halleri üzerinden, MAXQDA 20 nitel araştırma programı kullanılarak analiz edilmiştir.[64] Analizde araştırmanın amacına uygun olarak tematik içerik analizi yapılmıştır.

---

[63] Durmuş Ekiz, *Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metodlarına Giriş*, Ankara: Anı Yayıncılık, 2003, s.37.

[64] Melike Tekindal, (Türkçe çeviri editörü), *Nitel Araştırmalar Yazılım Kullanımı, Adım Adım Rehber* (Nitel Araştırmada Yazılım Kullanımı. Adım Adım Kılavuz, Silver, C. & Lewins, A. Eds. SAGE Yayınları, 2014) Ankara: Nika Yayınevi, 2018.

Bu tür çalışmalarda üç yol söz konusu olmaktadır: Bunlardan ilki, verilere bağlı kalınarak ve katılımcı ifadelerinden doğrudan alıntı yapma yöntemi. İkincisi, betimsel yaklaşımla veriler sunulurken bazı temalar belirlenip bunlar arasında bağlar kurmak. Üçüncü yol ise araştırmacının araştırmaya dayalı olarak elde ettiği tematik analiz ve betimlemeler yanında kendi yorumlarını da ortaya koymasıdır. [65]

Çalışma boyunca elde edilen veriler, içerik, söylev ve metinsel analiz gibi farklı yollarla ayrıştırılır. Betimsel analiz yönteminde, demografik özellikler, bir coğrafyanın özelliklerinin ifade edilmesi, bir bireyin biyografisi betimsel analiz olarak ifade edilebilir.[66] İçerik analizi ise elde edilen bulguların detaylı araştırılmasını ve bunları açıklamaya yarayan kavram, diyagram gibi imgelere ulaşılmasını sağlar. Bu yöntemde eldeki veriler merkeze konulur. Ve katılımcılara dayalı ilgili olay ve olgulardan kodlara ulaşılır. Bunlardan yola çıkılarak kod-kategori ve tema bağlamlarına ulaşılır. [67]

Bu çalışmada üçüncü yöntem kullanılmıştır. Yani betimleme ve tematik analiz birlikte kullanılarak araştırmacının da yorumları eklenmiştir.

Ayrıca araştırmanın sonuçları MAXQDA20 bilgisayar destekli nitel veri analizi programından "görsel araçlar" ile haritalandırılmıştır.

Etik hassasiyetler: Araştırmanın verilerini elde edebilmek için hazırlanan görüşme sorularında öğrencilerin inanç dünyasını zedelemeyecek, ayrıştırmayacak, ötekileştirmeyecek, yönlendirme yapmayacak şekilde hassasiyetle hazırlanmasına özen gösterilmiştir Soruların hazırlanmasında veya sorulmasında suçlayıcı, yönlendirci ifadelerden kaçınılmıştır. Daha önce yüksek lisans tezimizde alan çalışmasında kişilerle birebir görüşmeler yaptığımız ve bu yöntem ile çalışma yürütme tecrübesine sahip olduğumuz için bu yöntem tercih edilmiştir. Evet, hayır, belki gibi yüzdelik dilimler yerine öğrencilerin konuya ilişkin fikirlerini kendi cümleleriyle dinlemeye, anlamaya çalışılmıştır. Öğretmenlik yaptığımız süre boyunca öğrencilerimdeki davranış değişikliklerini gözlemleme imkânı bulunmuştur. Bu esnada internetin gelişimi ve sosyal medya kullanımının öğrencilerin değerlerine, tutumlarına etkide bulunmuş olabileceğini

---

65 Yıldırım, Şimşek, a.g.e., s. 221.

66 Matthew Miles, Michael Huberman, Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. New York: Sage Publications, Inc.1994, s.132.

67 Mariette Bengtsson, *How To Plan And Perform A Qualitative Study Using Content Analysis*, Nursingplus Open, 20162, s. 8-14.

düşünerek ve bu alanda yapılmış çalışmaları da takip ederek, konuyu öğrencilerle uzun uzun görüşerek anlamaya çalıştık. Bu esnada soruları hazırlamamda uzman görüşü alınmış ve yazılım programı kullanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM
SOSYAL MEDYA, DEĞERLER VE GENÇLİK

1. SOSYAL MEDYAYA BAKIŞ

Bu bölümde son yirmi yıl içerisinde yaşamımıza giren ve hayat şeklimizi değiştiren, kolaylaştıran, etkileyen sosyal medya kavramının ne olduğu, tarihçesi, genel özellikleri ve kullanım amaçları üzerinde durulacaktır.

1.1. Sosyal Medya Kavramına Genel Bakış

Geleneksel medya olarak tanımlanan gazete ve televizyonun ardından gelişen ve dijital çağ adı verilen teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza giren ve günün her anında yanımızda, hayatımızda olan sosyal medya elbette ki dijital yerli dediğimiz teknolojinin içinde doğan gençleri de etkileyecektir. Ülkemizde sosyal medya ile betimleyici çalışmalar yapılmıştır. Ancak bununla yetinmeyip sosyal medyanın bireysel ve toplumsal hayatta önemli bir fenomen olduğu kabul edilip onun ne olduğunu, hayatımızdaki fonksiyonunu araştırmak elzem olmuştur. Peki nedir bu sosyal medya? Geleneksel medyadan bugüne nasıl gelinmiştir?

Sosyal medya kavramı: Literatüre bakıldığında özellikle sosyal medya ortamları ve sosyal medyanın tanımı konusunda birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Literatürdeki çeşitli tanımlamaların varlığına rağmen, özellikle sosyal medya alanıyla ilgili olarak kesin bir tanımlama yapılmamıştır.[68] Alanla ilgili pek çok çalışma yapılmış olmasına rağmen belli belirgin net bir tanım yapılamamıştır.

Sosyal medya, katılım, açıklık, diyalog, topluluk ve bağlantılılık gibi özellikleri bünyesinde barındırmaktadır: Bu anlamda katılım, medya, izleyici ve katılımcı arasındaki durumdur. Açıklık, katılımcıların herhangi bir engelle karşılaşmamalarıdır. Diyalog, sosyal medyanın çift yönlü iletişim olanağıdır. Topluluk, birbirleriyle iletişim kuran birey öbekleridir. Topluluklar, fotoğraf karesi, TV'de bir programda ya da bir politik kulvarda

[68] Buket Buluk, Bekir Eşitti, "The Effects Of Social Media On Before And After Visiting A Destinatıon: A Research İn Gallıpoli Peninsula", *Journal Of İnternational Social Research*, (2015), s.1147.

oluşabilmektedir. Bağlantılılık ise, sosyal medya literatüründe link yordamıyla kurulan iletişim zenginliğidir.[69]

Sosyal medyaya ilişkin olarak çeşitli kaynaklarda detaylı sınıflandırmalar yapılmaktadır.[70]

Bloglar: Wordpress, Movabletype…
Rss: Google Reader, Google Alerts, FeedBurner…
Wikiler: PbWiki, GoogleSites, MediaWiki…
Sosyal Ağlar: Facebook, Twitter, Linkedin, MySpace…
MikroBloglar: Hooutsuite, Co-Tweet, Hastags.org…
Forum ve Gruplar: Google Groups…
Online Video Siteleri: Youtube, Wimeo, Ustream…
Podcastler: BlogTalkRadio, PodBean, iTunes,,,
Dosya Paylaşım Siteleri: SlideShare, Scribd…
Foto Paylaşım Siteleri: Flickr, Picasa…
Özel Bilgi Paylaşım ve Araştırma Ağları: Evernote, Dii-go
Sosyal İşaretleme Siteleri: Digg, Del.ico.us, Reddit…
Ticari Topluluklar: eBay, Amazon.com…

1.2. Sosyal Medyanın Genel Özellikleri Nelerdir?

Özkan ve McKenzie (2008), sosyal ağların kendilerine münhasır özellikleri olduğunu ifade ederek şu tespitlerde bulunmuşlardır: Sosyal medya uygulamaları kişilerin diğer insanlarla etkileşim içerisine girebileceği paylaşım ve haberleşme imkânları sunmaktadır.

- Sosyal medya uygulamaları sayesinde kişiler, kendilerinin hoşlandığı şeylerle ilgilenen farklı insanlarla aynı ortamda buluşurlar.
- Sosyal ağlar kişiye kendi hikâyesini ve kendi network'ünü oluşturma imkânı sağlar.

[69] https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf, (24.02.2020).
[70] http://www.gilgiardelli.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/11/70-Social-Media-Tools.pdf, (24.02.2020).

- Sosyal ağların paylaşımının kontrolü kişinin kendi elindedir. Kişiler neyi, ne kadar ve ne şekilde paylaşacağını kendisi belirler.[71]

1.3. Sosyal Medyanın Tarihçesi

İletişimin tarihsel gelişiminde sosyal medyanın dönüşümünden önce en önemli aşama olarak sanayi devrimi gösterilebilir. Sanayi devrimiyle ticaret ve iletişim olanakları dünya genelinde büyük bir hızla dönüşmüş ve büyümüştür. 19. yüzyılın ardından 20. yy, mekânı aşan ve iletişimin içeriğini dönüştüren araçların arka arkaya kullanıma girmesine sahne olmuştur.

Bilgi, insanların ihtiyacından doğar. Sosyal medya da insanların var olan ihtiyaçlarını gidermek için doğmuştur. İnsanlarda bireysel farklılıklar olduğu için farklı sosyal ağlar ortaya çıkmıştır. Her toplum kendi özelinde kendi içinde uygulamalar yaparken, bazı uygulamalar ise (Facebook, Youtube gibi) dünya çapında geçerlik görmüştür.

Kullanım özellikleri ve uygulama imkân ve seçenekleriyle birbirinden farklı olan sosyal paylaşım araçları, farklı isteklere cevaplar vererek tercih edilme yolunda çaba sarf etmektedir. Örneğin; bazı uygulamalar anlık mesajlaşma, fotoğraf gönderme, konum bildirimi yapabilme gibi imkânlar sunarken, bazıları fotoğraf paylaşma, takip etme-edilme, beğenme-beğenilme gibi özellikler ile kullanıcılar açısından daha cazip hale getirilmektedir. Söz gelimi yazı okumayı sevmeyen, sadece resimlere bakmak isteyen bir kimse İnstagramı tercih ederken, bir başkası yurtta ve dünyada meydana gelen olayları takip edebilmek için Twitter'ı tercih edebilmektedir. Yine aynı şekilde iş yaşamındaki paylaşımları, ilanları, duyuruları, projeleri takip etmek isteyen kimseler Linkedin'ı tercih ederken, anlık mesajlaşma için viber, whatsapp'ı tercih edenler olmaktadır. Ülkemizde ve dünyamızda sosyal medya kullanım pratikleri ve altta yatan sebeplere baktığımızda farklılıklar görülebildiği gibi, etnik yapı, siyasal iletişim, uluslararası özgürlük ve kişisel özgürlük gibi konularda değerlendirmeler yapıldığını görmekteyiz. Bu yüzdendir ki bloglar, podcastler, web siteleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Buradan hareketle bu

[71] B. Özkan, B. Mckenzie, ''Social Networking Tools For Teacher Education'', In K. Mcferrin Et Al. (Eds.), *Proceedings Of Society For Information Technology And Teacher Education International Conference*, 2008, s.2772.

dünyada ben de varım, söyleyeceyeceğim sözler de diyen her bir kişi burada kendisine bir alan açabilmektedir.

İletişimle ilgili çalışmaların bir disiplin olarak kabul edilmesi batıda 1950'li 1960'lı yıllara kadar gitmektedir. Bu çalışmaların büyük bir kısmını da kitle iletişim çalışmaları oluşturmuştur.[72]

İletişim Araçlarının Tarihi isimli araştırmada süreç Arpanet'in ortaya çıkması ile başlatılmış, mağara resimlerine kadar götürülmüştür. Mağara ile başlayan süreç arpanet ile devam etmiş, mikroişlemci, vhs video kaydı, teletext ve telefax kullanımı iletişim alanında önemli mesafe kat edilmesini sağlamıştır. 1979'da walkmanin ardından da IBM in kullanımıyla birlikte iletişim aygıtlarının gelişim süreci hızlanmıştır. Apple, Macintosh bilgisayar ile Word'ün kullanımı ile bilgisayar kullanımı hayatın her alanına girmiştir. 2004'te Zuckerberg'in kurduğu ve yüz kitabı olarak bilinen ve eski arkadaşları bulmak amacıyla yola çıkılan Facebook ile sosyal medya hayatımıza girmiş bulunmaktadır.[73]

1.4. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları

Haberleşme- İletişim

Sosyal medya araçlarının en çok kullanıldığı alanların başında hiç kuşkusuz mevcut arkadaş ve akraba çevresiyle iletişime geçmek ve var olan iletişimi sürdürmek gelmektedir. Çalışmamızı yürüttüğümüz üniversite öğrencileri de bu kapsamda sosyal medya kullanmalarındaki birinci amaçlarının iletişim kurmak, haberdar olmak olduğunu belirtmişlerdir.

Sadece ülkemizde değil, dünyanın birçok yerinde sosyal paylaşım ağlarının çoğunda kullanıcılar yeni insanlarla karşılaşma ve iletişime geçme amacının ötesinde, mevcut arkadaşları veya tanıdıkları ile de iletişimi sürdürme amacını gütmektedirler.[74] Sosyal medyanın en yaygın kullanım platformlarından biri olan Facebook'un eski arkadaşları, komşuları, öğretmenleri bulma ile ivme kazanmasını göz önünde bulundurursak

---

[72] Erol Mutlu, *Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'de Basın Yayın Eğitimi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı, 1991-1992, s. 119.

[73] Ali Şimşek, *İletişim Araştırmalarının Tarihi. İletişim Araştırmaları*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012, s. 33.

[74] Boyd Danah, Ellison Nicole, *Social Network Sites: Definition, History* and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, s. 216., (17.03.2020)

kullanıcıların büyük çoğunluğunun "sosyal sermaye" adı da verilen "sosyal ağ" oluşturmak için bu platformu kullandığını görürüz.

Floros ve Siomos'un (2013) Yunanistan'daki okumakta olan lise öğrencileri ile yaptığı bir çalışma bulunmaktadır. Sosyal medya kullanım bozukluklarını sosyal medya kullanım ölçeği ile araştıran çalışmada öğrencilerin en çok arkadaşlarıyla bağlantı halinde olma, irtibatı kesmeme isteği olduğu sonucuna varılmıştır.[75]

Bilgi Alma

Kalabalık ortamlarda veya resmi yerlerde kendini ifade etmede çekinen, pasif kalan, utanan kişiler sosyal medyaya daha çok rağbet etmektedir. Gerçek hayatta dillendiremediği şeyleri, kimliğini deşifre etmeden burada çekinemeden dile getirebilmektedirler. [76]

Gençlerin bilhassa ön plana çıkmalarına imkân sağlayan sosyal ağlar bu bağlamda olumlu etkiler de yapmıştır. Fakat internet ve sosyal medya bağlılığı bazen kişilerin toplumsal hayattan izole bir biçimde yaşayarak bazı ruhsal sorunlar yaşamalarına neden olabilmektedir. Bu duruma dikkat etmek lazımdır.

Çömlekçi ve Başol'un 2019 yılında yapmış olduğu *"Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi"* ndeki sonuçlara göre gençlerin eğlenme, diyalog kurma, gibi boş zamanlarını doldurma öne çıkmaktadır.[77]

Bilgi alma, dünyadaki ve ülkedeki gelişmelerden haberdar olma, ilgi alanlarıyla ilgili duyuruları takip etme gibi pek çok konuda bilgi bombardımanına tutan sosyal medya bazen her türlü bilgiye erişimimizi sağlayarak dünyanın küçük bir köy haline gelmesini sağlarken, bazen de bilgi kirliliği veya bilgiden uzak kalıp hayattan kopma endişesi ile sosyal medya bağımlılığına sebebiyet verebilmektedir.

---

[75] Floros Georgios, "Konstantinos Siomos The Relationship Between Optimal Parenting, Internet Addiction And Motives For Social Networking İn Adolescence", *Psychiatry Research*, 209(3), 2013, s. 529-534.

[76] Papacharissi Zizi, Rubin Alan, "Predictors Of Internet Use", *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 2000, s. 175-196.

[77] Mehmet Fatih Çömlekçi Oğuz Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi", *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2019), s. 173-188.

Eğlence

Demir (2016) tarafından yapılan "*Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi"* araştırmasında öğrencilerin tercihlerini araştırma sonucunda öğrencilerin yarısının sosyal medya aracılığıyla ödev yapma, sosyal medyadaki kampanyalara katılma, arkadaşlarına destek olma ve oyun oynama amacıyla iş birliği yaptıkları tespit edilmiştir. Bu durum öğrencilerin arkadaşlık ilişkilerini geliştirmelerine olanak sağlayabilir.[78] Araştırmanın verilerine göre, katılımcıların sosyal medya aracılığıyla derslere daha istekli katılma, sosyal sorumluluk projelerinde yer alma, oyun oynama gibi konularda iş birliği yaptıkları, bunun da arkadaşlık ilişkilerini geliştirmelerine zemin hazırladığı görülmektedir.

Punyanunt-Carter ve diğerlerinin (2017)[79] ABD'de bir sosyal medya uygulaması olan Snapchat kullanıcısı 475 üniversite öğrencisini bağımlılıkları arasında pozitif bir bağlılık olduğu görülmüştür.[80] Chen ve Kim'in (2013) de araştırmalarında bu doğrultuda, bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.[81]

Eğitim

Eğitim, sistemli ve bilinçli bir davranış değişikliği olarak görülmektedir. Türk millî eğitim amaçlarında da belirtildiği gibi bilinçli, kültürlü, değerlerine sahip çıkan, yurttaşları bu doğrultuda yetiştirme konusunda eğitim sistemimize önemli görevler düşmektedir.[82]

İnsanoğlu kendinden sonrakilere bildiklerini eğitimle aktarabilen tek canlıdır. İnsanın aktardığı mirasa "kültür" denilir. İnsan yaşam biçimi olarak kültürünü kuşaktan kuşağa aktarır. İşte söz konusu aktarmada en önemli görevi eğitim ve öğretim almaktadır.[83] Zamanımızda sosyal medya da bir eğitim aracı olarak ön plana çıkmaktadır.

---

78 Ümit Demir, "Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, C.9, S.2, (2016), s. 27-50.

79 Narissra Punyanunt Carter vd., *Investigating The Relationships Among College Students' Satisfaction, Addiction, Needs, Communication Apprehension, Motives, And Uses & Gratifications With Snapchat*, Computers in Human Behavior, 2017, s. 870-875.

80 Punyanunt Carter, a.g.e., s. 870.

81 Hsuan-Ting Chen Yonghwan Kim, *Problematic Use Of Social Network Sites: The İnteractive Relationship Between Gratifications Sought And Privacy Concerns*, Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking, C.16, (2013), s. 806–812.

82 Kadir Ulusoy, *Lise Tarih Programında Yer Alan Geleneksel ve Demokratik Değerlere Yönelik Öğrenci Tutumlarının ve Görüşlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi*, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi), 2007, s.15.

83 Abdülkadir Çüçen, *Felsefeye Giriş*, Bursa: Asa Kitabevi, 2001, s. 367.

Eğitimin ögelerinden olan işbirlikli öğrenme, araştırma ve problem çözme becerilerini geliştirmek için Facebook'un etkili bir şekilde kullanılabilidiğini [84] belirten araştırmacılar vardır.

Nitekim Rowan University'de eğitim almakta olan 18 yaşından büyük 116 lisans öğrencileriyle 2016'da Tara Heffner tarafından yapılmış olan *"The Effects of Social Media Use in Undergraduate Students"* adlı çalışma da bu görüşü destekler niteliktedir. Araştırmanın bulgularına göre, çalışmaya katılan 18 yaşından büyük olan lisans öğrencilerinin sosyal medya kullanımı, öğrencilerin üniversiteye uyumuna destek olmuş, ders materyallerinin paylaşılmasını sağlamış, öğretmen ve öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen Facebook'tan yapılan uzaktan eğitim, öğrencilerin genel akademik not ortalamasının yükselmesini sağlamıştır.[85]

Keleş ve Demirel (2011)'in yaptığı araştırmada, fizik dersinin Facebook ortamı ile desteklenmesi; bazı öğrenciler için, ders içeriğini görselleştirmiş ve dersi ilgi çekici hale getirmiştir. Facebook grubunda öğrenciler tarafından paylaşılan video ve resimlerin, özellikle de fizikle ilgili ilginç bilgiler içeren paylaşımların, öğrencilerin ilgisini çektiği düşünülmektedir. Özellikle "Interactive Physics" programı ile geliştirilen animasyonları içeren videolar bu ilgiyi arttırmış olabilir. Bu animasyonlar; hem fizik dersinde öğrenilen teorik bilginin somutlaştırılmasını sağlaması hem de öğrenciler tarafından geliştirilmiş olması sebebiyle dikkat çekicidir.[86]

McCool (2011) bir sosyal medya kullanımı olan Twitter'in kullanıcısı akademisyenlerle ilgili çalışmasında bu platformun gerektiğinde bir ders ögesi olarak dahi kullandığını belirtmiştir.[87]

---

[84] Yasemin Gülbahar, Fılız Kalelioğlu, Orçun Madran**,** *Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı, XV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, İstanbul, İnternet Teknolojileri Derneği, 2010, s.10.

[85] Tara Heffner, *The Effects Of Social Media Use İn Undergraduate Students*, Rowan University (Thesis), 2016, s.21.

[86] Esra Keleş, Pınar Demirel, ''Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook'un Formal Eğitimde Kullanımı'', *P.5th International Computer & Instructional Technologies Symposium*, 22-24 September 2011, Elazığ: Fırat University, 2011, s. 103.

[87] Mccool Lynn Beth, *Pedagogical Use Of Twitter İn The University Classroom*, Unpublished Master "S Thesis, Ames, Iowa: Iowa State University, 2011, s. 30.

Sosyal ağlar, birer pedagojik araç olarak gördüklerini belirten McLoughlin ve Lee (2007), bunların yararlarını enformasyon gruplaması ve içerik modifikasyonu şeklinde ortaya koymaktadırlar.[88]

Muijs vd. (2010) bir çalışmada niçin sosyal medya sorusuna cevap aramış, sosyal medyanın network oluşturmada, eğitimde veri paylaşımında, iş fırsatları yaratmada faydalı olduğunu belirtmiştir. Eğitimsel bağlamda düşünüldüğünde sosyal ağların okul geliştirme, fırsatları arttırma (örneğin işletmelerle işbirliğine gitme), kaynak paylaşımı gibi yararlarının olduğunu ifade etmektedirler.[89]

Ajjan ve Harsthone (2008) çalışmalarında sosyal ağlar vasıtasıyla öğrencilerin öğrenme oranının yükseldiğini ortaya koymuşlardır. Bununla birlikte bu araçların okul ile öğrenci ve öğrenci ile öğrenci arasında etkileşim gerçekleştirmeye yardımcı olduğunu; öğrencilerin derslere ilişkin ilgi ve motivasyonunu arttırdığını; öğrencilerin yazma becerilerini geliştirdiğini ve derslere uyumunun sağlanmasına katkıda bulunduğunu ortaya koymuşlardır.

Selwyn (2007), çalışmasında sosyal ağların özellikle öğrencilerin akademik çalışmalarında, öğretici personele ve akademik sohbetlerdeki ilişkilerde içine düştükleri rol karmaşasının üstesinden gelmelerine yardımcı olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmaların, sosyal ağların öğrenci motivasyonu ve etkililiği ile öğrencilerin iletişim kurma becerileri üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca verilen bütün araştırma sonuçlarının sosyal ağların eğitim ortamlarında öğrenci açısından motivasyon, etkililik ve iletişim bakımından olumlu sonuçlar doğurduğu da görülmektedir.[90]

Albion (2008)[91], çalışmasında öğretmen eğitiminde teknolojinin kullanımına dikkat çekerek yeni yetişecek olan öğretmenlerin eğitiminde bu gelişme sürecine paralel bir yol izlemeyi ve öğretmenleri de bu sürece dâhil etmek gerektiğini vurgulamışlardır. Çalışmada öğretmenlerin öğrencilere bu anlamda hitap edebilecek, çağın gereklerini

---

88 Catherine Elizabeth McLoughlin, Mark JW Lee, "Social Software And Participatory Learning: Pedagogical Choices With Technology Affordances İn The Web 2.0 Era," *Paper Presented At The Ascilite,* Singapore, Media Networks, (2007), s. 403.

89 Mel Ainscow vd., "Why Network? Theoretical Perspectives On Networking", *School Effectiveness And School Improvement*, (2010), s. 78.

90 Selwyn, N., "The Use Of Computer Technology İn University Teaching And Learning: A Critical Perspective", *Journal of Computer Assisted Learning*, (2007), s. 150.

91 Peter Robert Albion, Web 2. 0 in Teacher Education: Two Imperatives for Action, 2008 s. 131.

yerine getirip bilgi aktarımında teknolojiyi kullanabilen öğretmen yetiştirme sürecinin eğitim kalitesine olan etkisi üzerinde durulmaktadır.[92]

Sosyalleşme

Sosyal medya platformları bazılarının yalnızlığını doyasıya yaşadığı, bazılarının başkalarının her halini takip edip sessiz kaldığı, bazıları için kendini mutlu ettiği, bazılarının arkadaş edindiği, bazılarının fikirlerine taraftar topladığı, bazılarının ruhunu okşadığı, beğenildiği, izlendiği, takip edilip övüldüğü bir yer olarak herkesin derdine çare olan aspirin gibi her hastalığa şifa olan bir yere dönüşmüştür.[93]

Bireyin yalnızlığını paylaşıp gerçek hayatta sosyalleşme adına yaptıklarını sanal ortama taşımasıyla gerçekleştirilen durum, bu mecranın en yaygın kullanım sebebidir diyebiliriz. Bu anlamda yüz yüze iletişimin yerini sanal ağlar almaktadır. Yani aslında bireyler ne yapıyorlarsa aynını yapmaktadırlar. Buradaki tek fark bunu sanal ortam ve araçlarla yapmalarıdır. Örneğin; sohbet etmek yerine chat odasına girmek veya anlık mesajlaşma uygulamasını seçmek gibi; hayvan sevgisini tatmak için çiftlik kurmak gibi… Günlük yaşam artık resmen sanal ortama taşınmıştır.

Rideout (2012), araştırmada sosyal medyanın arkadaşlık bağlarını güçlendirdiği, yeni arkadaşlar edinme, var olanlarla her daim irtibat halinde olmaya etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.[94]

Gerçek hayatta birbirlerini tanımayan veya tanısa bile selamlaşmayan kişiler birbirlerini takip etmekte, her şeylerini bilmekte, bununla birlikte de yüzüne söyleyemediği şeyleri sosyal medya üzerinden yazarak ayrışma yoluna gitmektedir. Bu da, sosyal medyanın yanlış kullanımının ortaya çıkardığı olumsuz bir sonuçtur. Sosyal medyanın arkadaşlık bağlarını güçlendirmesi gibi olumlu yanları yanında yukarıda da belirtildiği gibi, görüş ayrılıklarını acımasızca ifade eden paylaşımlar yüzünden toplumda bazı kutuplaşmalara neden olabilmektedir.

---

92 Albion, a.g.e., s. 131.

93 Çetin Murat Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S.32, (2011), s. 153.

94 Rideout Victoria, "Social Media, Social Life: How Teens View Their Digital Lives*", Common Sense Media's Program For The Study Of Children And Media*, (2012), https://www.commonsensemedia.org/research/social-media-social-life-how-teens-view-their-digital-lives (20.03.2020).

Sosyal medyanın bir diğer kullanım sebebi, kişilerin kendilerini ifade edebildikleri bir ortam bulabilmelerdir.

Kendini ifade etme

Söz konusu kavram kişilerin düşünce ve muhayyilelerini özgür olarak istedikleri hedefe iletmeleridir. Bu yüzden demokrasilerde sosyal medyanın önemi ön plana çıkmaktadır. Eski dönemlerde mektup, dilekçe, tegraf gibi bireylerin kendilerini ifade etme araçlarını günümüzde bilgisayar ile internet sayesinde ve sosyal medya eksenli çok yönlü iletişim almıştır.[95]

Günümüzde sosyal medyanın hızı, dini ve kültürel değerlere aykırı fikirlerin de kısa zaman içinde geniş gruplar arasında yayılmasını sağlamaktadır ki bu olumsuz bir durum olarak ön plana çıkmaktadır. Söz konusu platformların, yanlış bilgiyi bireyleri peşinden sürükleyecek oranda hızlı yayabildiği tehlikesini bir fetva *"İlim bir dindir, dininizi kimden aldığınıza bakınız.*"[96] biçiminde tespit etmiştir.

2. DEĞERLER OLGUSUNA KAVRAMSAL BAKIŞ

Bu bölümde değer kavramı üzerinde durulacak, toplumsal fonksiyonları, genel özellikleri ve görevleri hakkında bilgi verilecek ardından Spranger, Morris, Rokeach, Schwartz ve Dilmaç'a göre yapılmış olan değer tasnifleri aktarılacaktır.

2.1. Değer Nedir?

Değerler, insanlar ve olayları değerlendirmede kullanılan ölçütler arasında en üst sırada yer almaktadır. Bu yönüyle doğru kararlara varılmasında bireylere yardımcı olan genel ilkeleri içermektedir. Aynı zamanda birey ve toplum için dış dünyadaki nesnelerin taşıdıkları (doğa ve toplum fenomenlerinde yatan iyi ve kötü, güzel ve çirkin v.b) olumlu ya da olumsuz anlamlarını gösterecek biçimde, toplumsal olarak kabul görmüş değerlendirmeleridir.[97] Değerler, antropoloji, sosyoloji, psikoloji, felsefe gibi farklı disiplinlere dayalı teorik temel ve yaklaşımlara sahiptir. Bu da değer olgusuna çok yönlü ve karmaşık sayılabilecek bir yapı kazandırmıştır.[98] "Değer" bir taraftan, her bireyin şu

---

95 Mehmet Emin Babacan, *Sosyal Medya ve Gençlik*, İstanbul: Açılım Kitap, 2017, s. 88.
96 Müslim, ''Mukaddime'', 5.
97 İvan Frolov, *Felsefe Sözlüğü,* çev. Aziz Çalışlar, İstanbul: Cem Yayınları, 1997, s. 98.
98 Mesut Sağnak, "Kişi-Örgüt Değer Uyumunu Ölçme Çalışmaları ve Kullanılan Yöntemlerin Karşılaştırılması", *Değerler Eğitimi Dergisi*, İstanbul, (2004), s. 102.

veya bu nesneye verdiği kıymeti gösterir ki, bu anlamıyla bireyseldir, sübjektiftir ve çeşitli değer yargılarına göre değişir.[99]

Enver Uysal ise değer kavramını "kutsallığı olan, kutsallık atfedilen" bir kavram olarak ifade ederek doğruluk, namuslu olma, iyilikseverlik... kutsallığı olan, sahip olunduğu takdirde insanı yücelten; bunlara sahip olmayanlarla kıyaslığında kendi varlık alanında ona bir ayrıcalık ve erdem kazandıran bir ilkeler bütünü şeklinde yaklaşımını ortaya koymaktadır.[100]

Değer, kavramının ilk kez 1918'de Znaniecki tarafından sosyal bilimler literatürüne kazandırıldığı ileri sürülmüştür. Kelime, Latince "değerli olmak" ya da "güçlü olmak" anlamına gelen "valere" den türemiştir. Değerler kavramıyla ilgili farklı tanımlar yapımışsada bunlar özde aynı anlamları ifade etmektedir. Bu konuda Rokeach'e göre her bir birey bir değerler sistemine vakıftır.[101] Buna göre değerler, hedefler ve mevcut hedeflere ulaşma, yöntem ve yollarıyla alakalı yollardır.[102] Yine değerler, bireylerin yaşam amaçları bağlamında inançları olarak davranışa rehberlik eden imgelerdir. Karşılaştığımız bir olay, olgu veya durum karşısında neyi yapıp neyi yapmayacağımız konusunda bize yol gösteren bir rehber, bir referans noktasıdır. İnsanların belli bir durum karşısında nasıl düşünüp nasıl hareket edeceğini belirleyen unsur değerlerdir. Dolayısıyla bireyin davranışlarına yön veren durum, olay, olgu karşısındaki tutumunu belirleyen şey değerdir. Değerler üzerinde toplumlarda genel bir kabul olsa da (yalan söylememek, hırsızlık yapmamak gibi) bazen aynı toplumda bile değer çatışması görülebilmektedir. Değerler konusunda uzlaşmazlıkların sebebi, kişilerin olayları nesnel bir dil ile ifade etmek yerine kendi değer algısı ve algılayış biçimi ile dile getirmesinden kaynaklanmaktadır.

Toplum, ortak kültüre dayalı gruptur. Her topluluğun bir kültürünün olduğunu Wells'de tespit ederek ortaya koymaktadır.[103] Kültür, kuşaklar arası aktarılan bir sosyal mirastır. Bu anlamda kültür, insanların sahip oldukları bilgi, inanç, ahlâk, adet ve gibi

---

[99] Nazmi Avcı, *Toplumsal Değerler ve Gençlik,* Ankara: Siyasal Kitabevi, 2007, s. 5.

[100] Enver Uysal, ''Değerler Üzerine Bazı Düşünceler ve Bir Erdem Tasnifi Denemesi: İnsanî Erdemler–İslâmî Erdemler'', *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,* C. 12, S. 1, (2003), s.52.

[101] Milton Rokeach, *Nature of Human Values*, New York: The Free Press, 1973, s.758.

[102] Shalom H Schwartz, Galit Sagie, "Value Consensus And İmportance: A Cross-National Study", *Journal of Cross Cultural Psychology*, (2000), s. 465-497.

[103] Calvin Wells, *Sosyal Antropoloji Açısından: İnsan ve Dünyası*, Türkçesi Erzen Onur, Istanbul: Remzi Kitabevi, B.F.K. Dizisi, 1972, s.17.

içtimai ögelerin kodlarını içerir.[104] Bu anlamda kültür kavramı, bireylerin gelenek ve göreneklerine, ayrıca, inanç ve değerlere de bir atıftır. Bu manada değer, kültürden bağımsız olarak düşünülemeyeceği vasıtasıyla sosyal bağlar kurarlar. Toplum, üyelerinin görüş, değer ve tutumlarının biçimlenmesinde asıl role sahiptir.

Dinsel yaşamın temel kaynaklarından olan Kur'an- Kerim'in de bir değerler sistemi taşıdığı ve insana bu hayatta çok yönlü bakış açısı kazandırma argümanları ortaya kouyduğu düşünüldüğünde kuşkusuz Kur'an-ı Kerim'in de değerler eğitimine katkı sağladığı anlaşılmaktadır.

Kur'an-ı Kerim'de değerler ve değerlerin ortaya konulması ile ilgili olarak, değer kavramının belirlenmesinde 'değer'in kendisiyle nesnelerin önem derecesinin ilişkili olduğu görülmektedir. Buna göre değerler sisteminin temellerinde Allah'ın kendi hakkında gerekli gördüğü değerler olduğu gibi, Allah'ın insan hakkında gerekli gördüğü değerlerinde olduğu görülmektedir.[105] Bu durum değerlerin insan davranışları ile ilişkisinin de olduğunu düşündürtmektedir. Zira değerler toplumsal bir sistemi ön görmekted olup bireylere toplum içinde çok yönlü yaklaşım kazandırmaktadır.

Toplum ise toplumsallaşmanın gerçekleştiği birimdir. Dolayısıyla toplumsallaşma denince ister çocuk ister yetişkin içinde yaşayacağı toplumun gereklerini yerine getirme, ortak alanlardaki kuralları, günlük yaşam pratiklerini bilme ve anlama süreci denebilir.[106] Toplum tarafından ortak kabul edilen değerler ise sosyal dayanışmayı güçlendirir. Ramazan, doğal afetlerden zarar görenlere yardım elini uzatma, kimsesi olmayan çocuklara destek olma gibi.

Tüm dünyada kabul gören evrensel değerler olduğu gibi, toplumlar arasında değişen değer yargıları da bulunmaktadır. Türkiye'de aynı aileden kan bağı olan birinci dereceden akraba (baba, kardeş vs) ile evlilik haram, günah ve suç iken; Afrika'da bir ülkede bir kadın evlilik öncesi ailesinden birinci dereceden kan bağı olan bir akrabasıyla

---

[104] Çiğdem Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, İstanbul: Evrim Yayınevi, 1988, s.100.

[105] Süleyman Tuğral, *Kur'an'da Değerler Sistemi* (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005, s.128.

[106] Nuri Bilgin, *Sosyal Psikoloji Sözlüğü, Kavramlar, Yaklaşımlar*, İstanbul: Bağlam Yayınları, 2003, s. 351.

birlikte olmak zorundadır. Yine ülkemizde ve toplumumuzda haram, yasak ve günah olan eşcinsellik Hollanda gibi ülkelerde legal karşılanabilir.[107]

Ülkemizde misafirliğe giden birinin önüne ikramlık konulduğunda buyur edilip afiyet olsun denmeden alınması ayıp karşılanırken; başka bir ülkede önüne konan yemek hiç beklenmeksizin yenebilir ve gâyet normal karşılanabilir. Bizim toplumumuzda günün her saati her ortamda içebileceğimiz bir içecek olan çay Japonya'da bir "meditasyon seremonisine" dönüşen, felsefi boyutu olan sanatsal bir eylemdir.

Toplumsallaşma, bir süreç olarak ailede başlayan, okul, arkadaş grupları ve kitle iletişim araçları etkisiyle süregelen bir hususiyet göstermekte olup söz konusu etkenler toplumsallaşma araçları olarak adlandırılmaktadır. Bireyin içinde bulunduğu toplumla uyum içinde olabilmesi, kişi ve kurumlarla uzlaşı içinde bir yaşam sürdürebilmesi toplumsallaşma süreciyle ilgilidir.[108]

İnsanlığın gelecekte bazı sıkıntılarla karşılaşacağı düşünülmektedir. Bu anlamda değerler eğitimi, zamanımızda eğitimin önemli temalarından biri olmuştur. Değer, bireyin hareketinin nedeni, karakterinin bir parçasıdır. Değerler evreninde inanç başat bir imge olarak ön plana çıkmaktadır.

İnsanlığın geleceğini şekillendirecek ortak değerlerin gelecek nesillere aktarılmasında en etkili araç eğitimdir. İnsanlar toplu halde yaşamak zorundadır. Toplumu meydana getiren bireylerin din, can, akıl, nesil ve mal güvenliği için bu değerlerin anlam ve önemi, öğretimin temel konuları arasında yer almalıdır. Değerler eğitimi, bu temel değerlerin yeni yetişen kuşaklara öğretilmesinde aracı olmalıdır.

Değerler eğitiminin önemli bir yönü de, bunun verilme yaşının ne olduğudur. Bu soru eğitimcileri daima düşündürmüştür. Hâlbuki değerler eğitimi her yaşta verilebilir. İnsan kişiliğinin beş yaşa kadar olan dilimde %80'inin geliştiğine bakılırsa, bu durum daha iyi anlaşılmaktadır. Bu hususta yine aileler çocukların değer ve ahlâki eğitiminde okullarla işbirliği içinde olmalıdırlar.[109]

---

[107] Kâzım Sedat Sirmen, "Eş Cinsel Birliktelikler ve Bunların Kanunlar İhtilâfı Hukukunda Düzenlenişi", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2009, s.829.

[108] Mustafa Erkal, *Sosyoloji*, İstanbul: Der Yayınları, 2000, s. 80.

[109] Ahmet Doğanay, *"Değerler Eğitimi", Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi-Yapılandırmacı Bir Yaklaşım,* Ed. C. Öztürk, Ankara: Pegem-A Yayıncılık, 2006, ss. 255-286.

Erken çocukluk döneminde çocuklara kazandırılmaya çalışılan değerlerin gelişimi, bilişsel ve sosyal gelişimin dışında tutulamaz.[110] Değerlerin hayata geçmesini meşru, doğru, yanlış vb. kavramlar belirler. Bunların ölçüsüyle ele alınan değerlendirme sonuçları ödül, ceza, nötr kalma gibi kavramlarla ortaya konularak bireyler arası diyalogları anlamlı kılar. Teknolojinin gelişmesi bireyler arası ilişkileri zayıflatmış ve bu bağlamda değerler eğitiminin önemini arttırmıştır. Bu bağlamda yaşanan ve varılan durumlarla ilgili olarak bilginin teknoloji yarattığını ancak değer yaratmadığını; sanayi devriminde bilgilerin arttığı ancak bunların öz anlamda kültürel değerler inşa edemediğini; rekabetçi toplumsal bir düzenin, aynı zamanda kamusal çıkış noktası olarak ön plana çıktığını görmek mümkündür.[111]

Değerler, istenilen, bireylerin yaşamlarına rehberlik eden, önem sıralamaları farklı durum ötesi amaçlardır.[112] Ahlâki bağlamında ise değer; bireyin başka insanları değerlendirirken başvurduğu bir ölçüttür[113] biçiminde de düşünülmektedir. Erol Güngör, değeri aynı zamanda bir "inanç" olarak ön görmektedir.[114] Bu, insanların kendileri de dâhil olmak üzere başka bireyleri ve onların eylemlerini dahi nitelemek için kullandıkları bir ölçektir.[115]

Sosyal değerler bir şeyi doğru, yanlış, iyi, kötü gibi ölçütlerle değerlendirirler. Toplum yaşamında hemen her şey, bu değerlere göre algılanır. Böylelikle bireyler yaşamın anlamını öğrenirler."[116] Bundan dolayı, tutumları toplumsal değerlerle tanımlamak gerektiği gibi; toplumsal değerleri de, karşıt olarak, tutumlar, kişisel tercih ve güdülerle tanımlamak gereği ortaya çıkmaktadır[117] Bu bağlamda değerler, bir kültürü diğer kültürden ayıran ve belli sınırlılıklar içerisinde yaşamını sürdüren bireylerin parçalanmasını engelleyici, bir başka anlamda birlik, bütünlük ve beraberliğin gerçekleşmesine yardımcı, pekiştirici ve kaynaştırıcı unsurlardır.

---

[110] Gülden Balat, "Değerler Eğitimi ve Değerler Eğitimi Programları, Okul Öncesi Eğitimde Güncel Konular", Ed. A. Oktay ve Ö. Polat Unutkan, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları, 2003, s. 197-209.
[111] Kadir Ulusoy, Bülent Dilmaç, *Değerler Eğitimi*, Pegem Akademi, 2016, s. 11.
[112] Kluckhohn, 1951; Rokeach, 1973; Schwartz, 1992'den Akt. Mehmedoğlu, 2007, s. 799.
[113] Erol Güngör, *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, İstanbul: Ötüken Yayınları, 2010, s. 28.
[114] Güngör, age, s. 27.
[115] Shalom Schwartz, Universals İn The Content And Structure Of Values: Theoretical Advances And Empirical Tests İn 20 Countries, In Advances In Experimental Social Psycholog, San Diego: Academic Press, 1992, ss. 1-65.
[116] Sami Güven, *Toplumbilim*, Bursa: Ezgi Kitabevi, 1999, s. 163.
[117] Suat Anar, "Değerlerin Sosyolojik Açıdan İncelenmesi", *Çağdaş Eğitim Dergisi*, (1983), s. 844.

Değerlerden yoksunluk, bir noktada ahlâksızlık ve köksüzlük olarak ifade edilmiştir.[118] Kişilere doğru bilmenin, doğru düşünmenin, doğru değerlendirmenin, doğru eylem içinde olduğunu görebilmesine yardımcı olmaktır.[119]

Değer kavramı, sınırları diğer bilim dallarıyla iç içe geçmiş olan ilişkisi sebebiyle tam bir tanım yapılamamış, sınırları netleştirilememiş olmasına rağmen psikoloji, sosyoloji, antropoloji, teoloji gibi pek çok alanın ilgisini çekmiştir. Bu, alanla ilgili pek çok çalışma yapılmasına zemin hazırlamış ama her alan kendi̇nce tanımlamaya ve o alanla ilgili çalışmalar yürütmeye çalışmıştır. Bu da konu üzerinde bir tanım birliğine varılmasını güçleştirmiştir. Değer kavramıyla birlikte en çok kullanılan kavramlar: İmân, inanç, tutum ve davranışlardır. Bunun sebebi de kaynağının toplumun beklentileri, toplumun önceliği, arzu ettikleri ve etmedikleri ile oluşması, yaygınlaşması ve aktarılmasındandır denebilir. Bu noktada, nesnelere, kavramlara anlam yükleyen bizler olduğumuz için değer algısı zamana ve topluma göre değişebilmektedir. Örneğin Türk toplumunda bayrak kavramı önemli ve de kutsaldır. Hiçbir bayrağa basılmaz, yırtılmaz, atılmaz. Bu, Türklerin bağımsızlığın sembolü olarak bayrağa verdikleri değer ile ilişkilidir. Ancak başka bir ülkede içlerindeki öfkenin kızgınlığına kapılıp bir başka ülkenin bayrağını ayaklar altına alıp basabilenler de karşımıza çıkmaktadır. İşte bu toplumların yüklediği anlamlar değerlerdir. Yine aynı şekilde bir başka ülkede askerlik zul kabul edilerek para karşılığında ordu oluşturulurken; bizde ordu, askerlik, şehitlik ve şehadet kavramları "*peygamberimize komşu olmak*"la eş değerdir. İşte Türk milletinin özünü oluşturan bu kök değerler dil, din, ahlâk, tarih bilinci bizi her daim tarih sahnesine yön çizen bir ulus olmamızı sağlamıştır diyebiliriz.

Psikolojik açıdan değerler ise bağımsız değişken kabul edilebilir. Biz, kişilerin değer verdiklerine bakarak onun değer algısını anlayabiliriz. Yardım kampanyalarına, kermeslere katılan bir kişi, eğer kendini gösterme, övülme, takdir görme eğiliminde değil ise, bu kişinin yardımlaşma ve sosyal dayanışmaya verdiği önem konusundaki değer algısı hakkında bize fikir verecektir.

---

[118] Abraham Maslow, Dinler, Değerler, Doruk Deneyimler, çev. H.K. Sönmez, İstanbul: Kuraldışı Yayınevi, 1996, s. 29.

[119] Ayşe Çiğdem Kocaman, "Kuçuradi Felsefesinde İnsanlaşma Sorunu Olarak Eğitim", *Tabula Rasa Felsefe & Teoloji Dergisi*, 2020 s.19.

Değerleri anlayabilmek, tanımlayabilmek, "ne" liği ortaya koyabilmek için materyalist düzlemden çıkmak gerekir. Sosyolojik açıdan değerlere baktığımızda pozitivist bakış açısı nedeniyle uzunca bir süre öznel bir konu olarak bakılmış ve üzerinde çalışılmamıştır. Ancak toplumsal olayları anlamak, kaynağını bulabilmek, çatışmaları irdeleyebilmek ve de çözüm önerilerini getirebilmek için değer kavramının anlaşılması elzemdir. Çünkü toplumsal değerler aslında o toplumun onlara yüklediği anlamdan oluşmaktadır. Bu anlamda kolektif bir bilinçten söz edilebilir.

Dünyada meydana gelen değişme ve dönüşümlerden değerler de nasibini almaktadır. Değişen dünya ile değerler bilançosu da değişmektedir; değer buhranına düşmemek için toplumların kendilerini bir arada tutan değerlerin yitip gitmesine izin vermeden yenilenme sürecine gitmesi gerekmektedir.

2.2. Değerlerin Genel Özellikleri

İnsanların yaşamları boyunca aldığı kararları, gidecekleri yolları söylenecek sözleri belirleyen şey değerdir. Gün içinde öğle yemeğine gidip gitmemek de, gidince ne yiyeceğini seçmek de bir karar iken, yemek esnasında işyerinizde gördüğünüz bir arkadaşınızın iş yeri kurallarına uygun olmayan bir davranışını yönetime bildirmek veya bildirmemek de bir karardır. Önem verdiğimiz veya vermediğimiz her kararın seçiminin arkasında bir değer yatar. İnsan yaşamı tercihlerin tümüdür. Birini seçmek, diğerinden vazgeçmek bir değerdir. Onu niçin seçtiğiniz veya diğerinden neden vazgeçtiğinizin arkasında yatan bireysel ve toplumsal nedenlere bakmak gerekir. Bu durum toplumlar için de geçerlidir. Bir toplum gücü her şeyin üstünde tutan bir değerler sistemine sahipse, haksızlığı, zulmü kazanacağı sözde zaferler için mübah görürken kimi toplumlarda eşitlik, inanç özgürlüğü, sosyal adalet hâkim ise o toplumun kararları bu yönde olacaktır. Nitekim tarih sahnesine baktığımızda devletlerin aldığı kararlar ve çizdiği hedeflerin o milletin hayata bakışı yani değer algısı ile ilintili olduğunu görmekteyiz. Bu sebeple değerler, toplumda uzlaşmayı, anlaşmayı, barışı, refahı, hedefler iken değer çatışması karmaşaya, kaosa, krize, savaşa sebebiyet verebilmektedir.

Değerler Neyi Amaçlar?

Değerler, yaşamak için kurallar ve kararlar için pusuladır. Değerler belirli bir sonucu elde etmek için izlenecek yol konusunda en derinde yatan inançlardır. Değerler davranışlarla dünyaya yansır. "Özü-sözü bir olmak" deyişi, kişinin değerleri ve

davranışları arasında bir çelişki olmadığını gösterir. Bir kurumun değerleri, kurumdaki herkesin, liderler ve yöneticiler dâhil, nasıl davranmalarının beklendiği konusunda açık bir deklerasyondur. Bu anlamda değerler, taşıdıkları özelliklere göre sistemleştirilecek olursa[120] onların; bilinçli bir davranışın kriteri olduğu, bir kültür içinde yoğrularak ön plana çıktığı ve yine o kültürün gelişme evrelerinde yer aldığı, insanla çok yönlü ve yapısal bir biçimde özdeşleştiği, bireylerin gerek bilişsel gerekse de duygusal yönlerinde tesirler yarattığı ve nihayette toplumsal bütünlüğün de başat faktörlerinden olduğu söylenebilmektedir.[121]

Bir sosyalleşme veya toplumsallaşma olarak Türkçe'ye çevrilen 'socialization' sözcüğü,

"...bireyin kişilik kazanarak belli bir toplumsal çevreye hazırlanması, toplumla bütünleşmesi süreci" biçiminde sözlüklerde ifade edilmektedir.[122]

Toplumsallaşma konusuyla ilgili olarak Giddings ise, '*The Theory of Socialization'* adlı çalışmasında toplumsallaşmayı,

"...karşılıklı ilişkide bulunan bireylerdeki sosyal mizacın ya da karakterin -zihnin sosyal bir durumu olarak- gelişimi" ifade etmektedir ki yazara göre, toplumsallaşma yaşamın hayatın dört temel sürecinden biridir.[123]

Toplumsal değerlerin genel özellikleri ile ilgili olarak ise bunların bireylerin duygu ve düşüncelerini ifade ettiği, içtimai kaidelere mesnet olduğu, yaptırım güçlerinin olduğu, sosyal hayatta kuşaklar arası geçiş sağladığı, kültürel, dini ve ahlaki ögelere tutunduğu, toplumdan topluma göre değişim sergilediği, farklı zaman ölçeklerinde aynı toplumda dahi farklı özellikler gösterdiği belirtilebilir. [124]

Yine toplumsal değerlerin işlevleri ise, içtimai hayatta bireylere rehberlik ettikleri, maddi kültür ögelerini ön plana çıkarırlar, bir toplumda en ideal düşünme ve fikir kalıplarını vurgularlar, toplumsal yaşamda birer sosyal kontrol ve yaptırım argümanlarıdır, Toplumda gerekli olan sosyal dayanışma ve bunu gerektiren imgeleri

---

120 Orhan Gökçe, "Türk Gençliğin Sosyal ve Ahlâki Değerleri", *Ata Dergisi*, (1994), s. 25-30.
121 Yılmaz Ceylan, ''Toplumsal Değerler ve Medya Etiği'', *II. Medya ve Etik Sempozyumu*, Elazığ: Fırat Üniversitesi, 2013, s. 542.
122 Hasan Eren vd. (haz.), *Türkçe Sözlük*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi, 1988, s. 1484.
123 Franklin Henry Giddings, *The Theory Of Socialization*, 1897, s. 2.
124 www.e-nedir.com, (20.02.2021).

sağlayan dinamikler olarak ifade edilebilirler. [125] Ayrıca toplumsal özellikleri itibariyle değerler içtimai hayatta sonradan öğrenilir. Bu durum onların insani özelliklerin unsuru olduklarını ifade etmektedir. [126]

Bireyin sosyal tutumunda, genetik ve biyolojik etmenlerin tesiri varsa da [127] bünyesinde geliştiği içtimai hayatın da tesiri vardır.[128] Bu cümleden hareketle tutumlarda genetik faktörler yanında sosyo kültürel faktörlerin de tesirleri vardır. [129]

Toplumsallaşma, bireylerin değer ve normları bağlamında yine kişinin bünyesinde yer aldığı sosyal hayata dair davranış ve alışkanlıklar ritüeli olarak da görülebilir.[130]

Toplumsallaşmada başat tesir sergileyen çeşitli etmenler vardır. Bunların başlıcaları, aile, okul, çevre, dini ve kültürel imgeler ve medya olarak belirtilebilir.[131] Bu süreç çok yönlü bir dinamizmi ön görür. Bu bağlamda insanların bireyin sosyalleşme deneyimleri de çok yönlü olarak tarihte yerini alır.[132]

Günümüzde de bu etkileşim sürecini en etkin ve yaygın biçimde gerçekleştiren unsur sosyal medyadır denebilir. Nitekim Kamiloğlu ve Yurttaş'ın 2014 yılında İstanbul'da1498 kişiyle yaptığı ankette gençler Facebook platformunda etkilenme ve kullanma bakımından yedi gruba ayrılmaktadır. Bunlar arasında öncelikli olanı *"bilgi edinme"*dir. Ki bu durum söz konusu platformun daha çok bilgi edinme amacıyla kullanıldığını göstermektedir. Bu sıra ile çevre ile iletişim için kullanım takip etmektedir. En düşük kullanım şekli ise, siyasi ve dini kullanım şeklidir. Bu bağlamda genç bireyler

---

[125] Joseph Fichter, *Sosyoloji Nedir?,* çev. N. Çelebi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Yayını, 1990, s. 131.

[126] Çiğdem Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, İstanbul: Evrim Yayınları, İstanbul, 1996, s. 100.

[127] Edward C. Simmel, "Biological Aspect of Socialization and Implications of Animal Studies", *Early Experiences and The Processes of Socialization,* ed. R. A. Hoppe, G. A. Milton, E. C. Simmel, New York: Academic Pres, 1970, ss. 29.

[128] Kurt Danziger, *Socialization*, Penguin Books Ltd., Middlesex, 1971; Thoms Rhys Williams, Socialization, Prentince-Hall Inc., New Jersey: Englewood Cliffs, 1983, s. 476.

[129] Çiğdem Kağıtçıbaşı, a.g.e., s. 80.

[130] Yakup Coştu, "Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme", *Din bilimleri Akademik Araştırma Dergisi,* IX, S.3, (2009), s. 133.

[131] Graham White, *Socialization,* London: Logman Group Limited, 1977, s. 1.

[132] Elkin Frederick, Geranld Handel, *The Child and Society: The Process of Socialization*, New York: Random House, 1978, s. 114.

Facebook'tan dini ve siyasi hususlarda diğer konulara göre daha az faydalanmaktadırlar.[133]

Fatma Barbarosoğlu'nun 2014 yılında yazmış olduğu gibi, kavrayamadığımız hayat için yeni şeyler söyleyemeyeceğimizi, bunları eleştiremeyeceğimizi söyleyebiliriz. Aynı biçimde Tanzimat aydınları da nasıl bir dünyaya yürüdüklerini tam olarak kavrayamamıştı. Fakat bugün nasıl bir dünyaya yürüdüğümüzü anlıyoruz.[134] Bizler de nasıl bir dünyadayız? Birey-toplum-gençlik bağlamında hangi düzlemdeyiz? Hangi uyaranlara maruz kalıyoruz? Gelecekte bizleri neler bekliyor olacak? ve Biz bunlara hazır mıyız? gibi sorular üzerinde kafa yormalıyız.

Günümüzdeki en önemli olgu, sosyal medyanın olmazsa olmaz olduğu; gençlerin rüştünü ispatladığı mecra olarak burayı kabul etmesi ve sınırsızca linç kültürüne sahip olmamızın getirdiği manasız özgürlük sarhoşluğudur.

Mahalle baskısı olarak ifade edilen sosyal otokontrolü, muhafazakâr aile yapısını ve toplumsal her türlü kuralı yok sayabilen, gerekirse kendi kurallarını her gün kendisinin oluşturduğu bu yapı, gençlerin kendi benlerini, kimliklenme biçimini şekillendirmekte, değişip dönüştürmektedir. Ancak sonsuz, sınırsız özgürlük ve bilgi atıklarıyla dolu yazıların, paylaşımların arasında gençler gerçek "ben" ini nasıl tanıyacak? Arayışlarına nereden nasıl cevap bulacak? Kendini, ailesini, mesleğini, yaşamını nasıl biçimlendirip dönüştürecektir? Bu bağlamda deizmin arttığı, 40 dakikada bir kişinin intihar ettiği,[135] hayatın kıymetini anlamaları için kendi cenaze törenlerini sağken deneyimlemeyi[136] veya labirent odalarda ömrünü sadece internet üzerinden [137] devam ettirmeyi isteyen kafelerin bulunduğu çeşitli ülkelerin oluştuğu, anne babasının canına kıyabilen,[138] üç lira için ölümüne kavgaya tutuşan,[139] internet başında bebeğini beslemeyi unutup ölümüne sebep

[133] Fatma Kamiloğlu, Özge Yurttaş, "Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması", *İleti-ş-im Dergisi*, (2014), s. 148.
[134] https://www.yenisafak.com/yazarlar/fatmabarbarosoglu/cadilar-bayramini-dahi-kaniksayanlar-bu-yazidan-ne-anlasin-56789 (19.04.2020).
[135] http://www.gazetevatan.com/40-dakikada-bir-intihar-ediyorlar--1146571-dunya/ (19.04.2020).
[136] https://onedio.com/haber/kore-de-kisilerin-kendileri-icin-duzenledigi-sahte-cenaze-toreni-akimi-giderek-yayiliyor-890844 (19.04.2020).
[137] https://tr.euronews.com/2019/03/19/turkiye-de-deizm-neden-yukseliste-ateizm-deizm-agnostizm-panteizm-ne-demek (19.04.2020).
[138] https://www.milliyet.com.tr/gundem/profesor-annesini-olduren-kizin-davasinda-sok-gelisme-759882 (19.04.2020)
[139] https://www.hurriyet.com.tr/video/3-lira-icin-adam-oldurdu-36108934 (19.04.2020).

olan[140] bu neslin anlayışını anlamak ve ona göre politikalar oluşturmak kaçınılmaz olmuştur.

Gençler zamanımızda sosyal medya sayesinde geniş çevrelere ulaşabiliyorlar. Bu durum onların kendilerini değerli görmelerini sağlamaktadır. Bu kendi adlarına bir farkındalık yaratma hissi de uyandırmaktadır. Bu platform bireylere seslerini duyurma olanağı sağlarken onlara aynı zamanda birçok insandan destek alma imkânı da sunmaktadır. İşte bu doğrultuda sosyal medya ile iç içe olan gençlerin kontrollerinin aileler tarafından yapılması çok önemlidir. Bu bağlamda bazı aileler gençlere sosyal medyayı yasaklamaktadır ama bu asla çözüm değildir. Anne ve baba olarak, sosyal medyanın iyi yönlerini ortaya koyup, bu platformdan nasıl daha kaliteli faydalanabilecekleri onlara anlatılmalıdır.

Sosyal medya, bazı gençler için daha avantajlı olabilirken (örneğin nispeten utangaç olanlar için sosyal ağlarını genişletmek, yeni sosyal beceriler kazanmak), bazıları için daha fazla risk taşıyabiliyor (örneğin duygusal ve davranışsal sorunlar yaşayan gençler için). Bu sebeple ebeveynlerin ve öğretmenlerin çocuğu pek çok yönüyle iyi gözleyip tanıması gerekmektedir. Bu bize sosyal medyadan nasıl etkilenebileceği yönünde fikir verecektir. Ancak hiçbir şey tamamen çocuğunuzun zarar görmeyeceği konusunda kesin çözüm sözünü veremez. Aileler ve eğitimciler her daim konuyla yakından ilgilenmeli, öğretmen ve ebeveyn rollerini sosyal medyaya yaptırmaya kalkmamalıdır.

Değerler eğitiminin yapılabilmesi için insanların bulunması yeterlidir. Çünkü kütüphane, market, cami, spor salonu, oyun alanı gibi her yer negatif veya pozitif öğreticiyi içeren unsurlar barındırmaktadır. Doğumdan itibaren geçen ilk beş yıllık süre çocuğun kişiliğin şekillenmesinde çok önemlidir. Bu noktada, ailede verilen değerler çok önemli iken; okula başlamayla birlikte okuldan alınan değerler önem arz etmektedir. Çocuk ve gençler, kantinde, spor salonunda, servis aracında aslında her an bir değer arenası içindedir. Bu arenada zaman zaman "değer çarpışması" olsa da, model olarak, örnek olarak, yaparak-yaşayarak bu kazanım gerçekleştirilebilir. Ancak aileler de, öğretmenler de "dediğimi yap, yaptığımı yapma" şeklinde bir anlayış içinde olursa süreç zarar görür, "değerler çatışması" yaşanır. En iyi öğreten, anlatan değil; yaşayandır.

[140] https://www.bbc.com/turkce/haberler/2010/04/100402_southkorea (19.04.2020).

Burada değerler eğitimini oluşturacak olan kişinin bir iklim oluşturması gerekmektedir. Bu noktada okul seçimi de önem arz etmektedir. Değer eğitimi verilmesi gereken yaşta olan bir gencin devam ettiği okul yarışmacı, kazanma ve sınav odaklı, "biz" yerine "ben"i tercih eden bir okul ise, bu çocuğun "biz" duygusuna sahip olması, toplumsal değerleri içselleştirip yaşantıya kazandırması çok zor olmaktadır. Değerler eğitimiyle birlikte bireye karar verme mekanizmasını kullanmak, kararlarının sorumluluğunu almak konusunda destek verilmelidir. Bu noktada okullarda değerler eğitimi büyük önem arz etmektedir. Kişiliğin %80'inin 5 yaşına kadar oluştuğu düşünülürse, erken çocukluk eğitiminden itibaren bu konuya hususi önem verilmesi gerektiği daha iyi anlaşılacaktır.

Gençler değerlere körü körüne bağlanabilir, "özdeşleşme krizi" yaşadığı dönemlerin ortasında, ailede aldığı değerleri askıya alabilir. Tabiri caizse genç, bu dönemde havada askıdadır. Özdeşleşme başarısının gerçekleşmesi, kazanımların içselleşmesi, adanma ve bağlanma sürecinin gerçekleşmesidir. Bu da genellikle çalışmamızın hedef kitlesi olan 18-24 yaş arası gençlik sürecidir. Bu süreç tamamlandığında genci sarıp, sarmalayıp, kuşatacak olan "değerler şemsiyesi" ortaya çıkmış olacaktır.

Annelik, babalık vazifesi sosyal medyaya devredilemez. Online annelik babalık asla kabul edilebilir bir şey değidlir. Eskiden çocuğun yetişmesinde aile mi çevre mi etkilidir diye münazaralar düzenlenirken; şimdi soru sosyal medya mı daha etkilidir aile mi eğitim mi? şeklinde değişmiştir. "Mavi Balina, Mariam, Momo, PubG, Dark Elf, Metin 2" gibi oyunlarla beynin hacklendiği Youtube'ın büyüttüğü nesiller ile karşı karşıyayız.

Annesinin dizinin dibinden ayrılmayan, ama onu dinlemeyen bir Z kuşağı gençlik teknolojiye meyilli iken; alfa kuşağı gençlik dünyayı küresel bir oyuncağa dönüştürdü. Sürekli bir bilgi bombardımanı içinde olan genç bunların içinden çıkamaz oldu, boğulur noktaya geldi ve paslamayı tercih etti. "Paylaş" butonu ile yapılan bu eylem aslında bir paylaşım değil paslamadır. Çünkü aralarında gerçek anlamda bir arkadaşlık bağı yoktur. Bu nedenle İngiltere'de "Yalnızlık Bakanlığı" kurulmuştur. Berlin'de "Yalnızlıktan Sorumlu Komisyonerlik" kurulması gündemdedir. Gerçek arkadaşlık yerine bunu tercih eden, online itibar için ne gerekirse yapan bir neslin, big data içinde bir veri olduğundan habersiz, yapmalarını, etmelerini sözüm ona paylaşıp, marketing şirketlerinde birer grafik

olarak kullanılacağının ve bunun kendisine bir reklam stratejisi olarak döneceğinin farkında değildir.

Günümüz gençliğinin büyük bölümünü oluşturan Z kuşağı ile ilgili olarak 2000 yılı sonrası doğan nesil olarak nitelendiren Z kuşağı gerek Türkiye'de gerekse de dünyada üzerine sıklıkla çalışılan bir konu haline gelmiştir. Teknolojiyi iyi kullanan, sorunlar karşısında pratik çözümler üretebilen Z kuşağı iletişim ve yan dalları açısından da mutlaka incelenmesi gereken bir yapıya sahiptir. Bilgiyi çok rahat alabilen ve paylaşabilen Z kuşağı özgüvenli bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla yakın gelecekte bu kuşağa yönelik daha farklı çalışmaların da yapılacağını yönünd tespitler de yapılmaktadır.[141]

Medya ve dinin panoraması neredeyse uçsuz bucaksız bir alana yayılmaktadır. Medyanın mecra ve teknoloji imkânları genişledikçe dinin de mecrada konumlanması / konumlandırılması genişlemektedir. Medya giderek dinden bir cüz, dinin olmazsa olmazı ya da tersine din medyadan bir cüz, medyanın vazgeçilmezi haline gelmektedir. Gazete, radyo, televizyon, internet, akıllı telefon diyerek gelişen mecrada dinin olumlu temsil kabiliyeti bulunduğu gibi olumsuz temsili de bulunmaktadır.

Dinin arzdan arşa kadar her alanda, her konuda yaşantımızın tümünde olduğu daha önce de belirtilmiştir. Medya da insanın olduğu her konuyla ilgilenmekte, bu anlamda iki alan kesişmektedir. Özellikle de dini, bir takvimin sayfasına, cuma günlerine, ramazan ayına indirgeyen bir zihniyetin bu zamanları materyalist kesimin isteği doğrultusunda kullanmaktadır. İnsani zaaflarımızı harekete geçiren, köpürten paylaşımlar, pazarın patronlarına kazandırırken; masum insanların duyguları sömürülmekte, gençler bu tarz söylemlerle dinden uzaklaşmakta veya deizme, ateizme, agnostisizme yönelmektedirler.

İşte bu nedenle yapılan bu çalışma, geleceğimizi emanet edeceğimiz genç neslin, konu hakkındaki duygu ve düşüncelerini görünür kılarak onları anlamak ve eğitim politikamızı, ebeveyn yaklaşımımızı ona göre belirlemek açısından önem arz etmektedir.

[141] Ali Murat Kırık- Sevda Köyüstü, "Z Kuşağı Konusunda Yapılmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi,* C. 6, S. 2, (2018), s. 1513.

2.3. Değerlerin Sınıflandırılması

Değerler analitik olarak ele alınmıştır. Toplum bilim anlamında toplumsal ve bireysel değerler ayrıldığı gibi, ahlâki bakımdan da etik olan ya da olmayan değerlerden de bahsedilmektedir. Bu cümleden hareketle değerler, genel-özel, sürekli-geçici, zorlayıcı-toleranslı gibi bakımlardan sınıflandırılmaktadır.[142] Toplumsal değişim süreciyle, değerlerin, kaynak ve kapsamları göz önünde bulunarak maddi- manevi, modern-geleneksel gibi sınıflandırmalarda yapılabilmektedir.[143]

İnsan davranışlarını etkileyen farklı etmenler vardır. Bu etmenler ya da değerler, az sayıda değer çeşitlerine dönüştürülebilirse, daha ekonomik olarak ön plana çıkar. Bu hususta Spranger'in[144] görüşleri vardır.

2.3.1. Spranger'e Göre Değerlerin Sınıflandırılması

Spranger, konuyla ilgili olarak insanları çeşitli değer tiplojilerine göre gruplandıracağını ifade etmektedir. Bu bağlamda Spranger değerleri, gerçeğe ve bilimsel gerçekliğe önem atfeden bilimsel değerler, yararlı ve pratiklik özelliği taşıyan ve buna önem veren ekonomik değerler, simetri ve uyumu ön plana çıkaran estetik değerler [145], insanları sevme ve yardım etmeyi ön planda tutan sosyal değerler, kişisel güç ve etkiyi ön planda tutan politik değerler, evreni bir bütün olarak kavramaya yarayan ve dünyevi olanı gözden uzak tutan dini değerler [146] şeklinde de ifade edilmektedir.

2.3.2. Morris'e Göre Değerlerin Sınıflandırılması

Morris değerleri üç gruba ayırmaktadır. Bunlardan ilki bireysel olanı ön plana çıkaran *"Faal değerler",* ikinci olanı bir toplumda sergilenilmesi istenen davranışları ifade eden *"kavranmış değerler",* son olarak ise ise, bireylere doğrudan doğruya bağlı olmaktan ziyade bir olgu ya da olaya yüklenen mana ile ilgili *"amaç değerler"* dir.[147]

---

[142] Cavit Ünal, *Genel Tutumların Veya Değerlerin Psikolojisi Üzerine Bir Araştırma*, Ankara: AÜDTCF Yayınları, 1981.

[143] Dominique Louis Henri Maria Debats, "The Structure Of Human Values: A Principal Components Analysis Of The Rokeach Value Survey", *British Journal of Social Psychology*, (1995), ss. 77-86.

[144] https://tr.wikipedia.org/wiki/Eduard_Spranger (05.03.2020).

[145] Sevda Gülşah Yıldırım, *Değerler Eğitimine Yönelik Bir Model Önerisi: Değer İçselleştirme,* (Doktora Tezi), Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019, s. 21.

[146] Charles Morris, *Varieties of Human Value*, Chigago: University of Chigago Press, 1956.

[147] Wolfgang Bilsk, Mareike Koch, "On the Content and Structure of Values: Universals Or Methodological Artefacts?" https://www.researchgate.net/publication/27658311 (14.05.2021).

2.3.3. Rokeach'e Göre Değerlerin Sınıflandırılması

En sık başvurulan çalışma Rokeach'e ait '*Değer Araştırması*'dır. Araştırmacılar değerleri belirlemeye çalışmalarıyla, birey inanç ve davranışları üzerindeki araştırmaların adeta öncülüğünü yapmış olmaktadırlar.[148] Bu bağlamda Rokeach (1973), değeri, davranışı ön plana çıkaran *''araçsal değerler'';* ile nihai amaçlara odaklanan *''amaçsal değerler''* biçiminde ayırmaktadır.

2.3.3.1. Amaç değerler

Nihai amaçları başat etken olarak ön plana çıkaran değerlere amaç değerler gözü ile bakılmaktadır. Bunlar yaşam, barış içinde yaşama, aile güvenliği, mutlu olma hissi, güzellik ve estetik anlayış, eşit ve demokratik haklar, seçme hürriyeti, olgunluk, cinsel mutluluk, samimiyet, hayattan zevk alma, öz saygı, hürriyet, beğenilme, beğenme, erdemli olma vs. olarak söylenebilir.

2.3.3.2. Araç değerler

Kompleks davranışlar arasında başat bir davranışı ön plana çıkaran ve ona önem atfeden değerlere ise araç değerler denilir. Buna göre araç değerler: Hırslı olma, olayları kuş bakışı olarak gözlemleyebilme, yeteneklilik, cesaret, hoş sohbetlik, yardımseverlik, güçlü muhayyile sahibi olma, dürüstlük, prososyal bir kişilik sergileme, entelektüel olma, bağışlayıcı olma, tutarlı olma, sevecen olma, sorumluluk bilinci taşıma, güvenilir olma, öz denetimi sağlayan irade sergileme, neşeli olma[149] şeklinde ortaya konulabilmektedir.

Yine araçsal değerleri, ahlâki ve yeterlilik değerleri olarak da iki sınıfa ayırmak mümkündür. Bunlardan araçsal değerler, sergilenmediğinde insana suçluluk hissi sunan yardımseverlik, vatan sevgisi gibi davranışlar ile alakalıdır. Yeterlik değerleri ise, kişinin öz benliğini değerlendirme, sorgulama yaklaşımıyla alakalıdır. Hoşgörülü olma, öz eleştiri yapma, mantıksal yol izleme bu değerlere aittir.[150]

Bu bağlamda Rokeach (1973), değerleri *"Gaye/amaç değerler"* (Terminal Values) ve *"Vasıta/araç değeler"* (Instumental Values)şeklinde de iki sınıfa ayırmaktadır. Güngör'ün Rokeach'ten aktardığına göre, vasıta değerler "gaye değerlerin

[148] Dominique Louis Debats, a.g.e., ss.77-86.
[149] Milton, Rokeach, a.g.e., s. 5.
[150] Milton Rokeach, a.g.e., s. 5.

elde edilmesi yolunda gerekli görülen vasıtaları işaret ederler. Bunlar *"eşitlik",* "*aile güvenliği",* "*kendine saygı*", şeklindedir.

Tablo 5: Rokeach'te Değer Tasnifi [151]

Amaç (Terminal) Değerler	**Araç (Instrumental) Değerler**
● Heyecan verici hayat	● Hırslı ve istekli olmak
● Başarılı olmak	● Ufkunun geniş olması
● Konforlu bir hayat	● Becerikli olmak
● İç huzura sahip olmak	● Neşeli olmak
● Milli güvenlik	● Temiz olmak
● Gerçek sevgi	● Hayal gücü kuvvetli olmak
● Zevk	● Bağımsızlık
● Barışçıl bir dünya	● Entelektüel olmak
● Güzellikler dünyası	● Mantıklılık
● Eşitlik	● Sevgi dolu olmak / Sevecen olmak
● Kurtuluş	● Cesaretli olmak
● İzzetinefis (Özsaygı)	● İtaatkârlık
● Sosyal olarak tanınmak	● Bağışlayıcı /Affedici olmak
● Gerçek arkadaşlık/dostluk	● Kibar olmak
● Özgür olmak	● Yardım etmeyi sevmek
● Mutlu olmak	● Sorumluluk sahibi olmak
● Bilge sahibi olmak/hikmet	● Öz kontrol
● Aile güvenliği	● Dürüstlük

Spranger'ın ardından Allport'da *"Study of Values"* adlı bir çalışmasıyla konuya katkı sağlar. Araştırmacı bu anlamda değerleri, Venan ve Lindzey (1960)'ın ardından Estetik, Teorik (veya ilmi), İktisadi, Siyasi, Toplumsal ve Dini olarak altı gruba ayırdığını ifade etmektedir.[152]

2.3.4. Schwartz'ın Değerleri Sınıflandırması

Schwartz (1994) da, ortaya koyduğu ''*Schwartz Değerler Envanteri''nde* (Schwartz Value Inventory-SVI), değerleri; güç (power), başarı (achievement), hazcılık (hedonism), uyarım (stimulation), özyönelim (selfdirection), evrenselcilik

[151] Sevda Gülşah Yıldırım, a.g.e., s.23.
[152] Emine Özmete, Taner Algan, "Sosyal Hizmet Uygulamalarında Bireysel ve Toplumsal Değerlerin İşlevselliğine Kavramsal Bakış", *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, (2020), s. 362.

(universalism), iyilikseverlik (benevolence), geleneksellik (tradition), uyma (conformity), güvenlik (security) olmak üzere çeşitli gruplara ayırmış ve ilgili tespitlerde bulunmuştur.[153]

Tablo 6: Schwartz Değerlerin Sınıflandırılması[154]

AÇIKLAMA	DEĞERLER
Güç (power): İnsanlar ve olaylar üzerinde söz söyleme hakkına sahip olmak	İnsanlar tarafından onay almak, otorite olmak
Başarı (achievement): Toplumsal standartları temel alan bireysel başarı performansı, başarılı olmak, muktedir olmak, hırslı olmak, sözü geçen, dediği yapılan kişi olmak	Başarılı bir kişi olmak, yetkinliğe sahip olmak, hırslı olmak, söz sahibi olmak
Hazcılık (hedonism): Hayattaki en önemli gayenin bireysel istekler ve alınan zevkler olması	Zevki hayatın merkezi olarak görmek
Uyarılım (stimulation): Monotonluğu sevmemek, hareketli, heyecanı merkez alan yaşam biçimini sevmek	Değişimden korkmamak, yeniliklere açık olmak
Özyönelim (self-direction): Düşünce ve eylemde bağımsızlık, yaratıcı olmak, merak duyabilmek, özgür olmak, bağımsız olmak (kendine saygısı olmak)	Yaratıcı bir kişi olmak, merak duygusuna sahip olmak, özgür olmak, amaçlarını kendisi seçebiliyor olmak, bağımsız olmak
Evrenselcilik (universalizm): Tüm insanların iyiliğini düşünebilmek, diğergamlı olabilmek, farklı fikir ve düşüncelere açık olabilmek	Farklı düşüncelere eşit mesafede olmak, toplumsal barıştan yana olmak, çevreyi insanları dünya barışını önemsemek
İyilikseverlik (benevolence): İyi ve dürüst olmak, sorumluluklarının bilincinde olmak, sadık, adil ve güvenilir olmak	Merhametli, âdil, yardımsever, başkalarının dertleriyle dertlenebilen, hemhâl olan kişi olmaya çalışmak
Geleneksellik (tradition): Toplumsal tören ve uygulamalara katılabilmek, uyum içinde olmak, ılımlı yaklaşmak	Geleneklere bağlı olabilmek
Uyma (conformity): Farklı istek ve arzuları kontrol altına almak, dizginleyebilmek, toplumla ahenk içinde olabilmek	Kendini kontrol edebilmek
Güvenlik (security): Toplumsal barış ile birlikte dünya barışını da önemsemek	Çatışmadan kaçınmak, milli güvenliği önemsemek.

[153] Schalom Schwartz, *Universals İn The Content And Structure Of Values: Theoretical Advances And Empirical Tests İn 20 Countries,* 1992, s. 5.

[154] Ersin Kuşdil, Çiğdem Kağıtçıbaşı, "Türk Öğretmenlerinin Değer Yönelimleri ve Schwartz Değer Kuramı", *Türk Psikolojisi Dergisi*, C.45, (2000), s. 59–76.

2.3.5. Dilmaç'a Göre Değerlerin Sınıflandırılması

Değerler farklı bilim insanları tarafından farklı şekilde tasniflenmiştir. Bunlardan biri olan Dilmaç ise insanların hayatlarında yer alan ve önemsedikleri en belirgin değerleri şöyle sıralamıştır:

1. İnsanları sevme; insan sevgisi sınırsızdır. İnsana ve hayata verilen önem çok büyüktür. İnsanlar arasında birlik, beraberlik, mutluluk ve refah esas alınır.
2. Uyumlu olma; insanlar yaptıkları eylemlerde, bunalıma, kırgınlığa ve bölünmeye gidecek yolları terk eder. Kendi iç ve dış dünyasında denge kurmaya çalışır, bilir ki ancak bu durumda mutlu olabilecektir.
3. Hırsları kontrol altına alma; insanlar kendi kendilerini eğiterek iç dünyasında arzuları ile yetenekleri arasında bir denge kurmaya çalışır. Servet hırsı, şöhret hırsı ve şehvet esiri olmadan davranışlarını kontrol eder. İhtiraslarını törpülemeye ve mükemmel bir insan olmaya çalışır.
4. Başkalarının mutluluğunu isteme; insanlar kendi mutluluğu için harcadığı enerjiyi başkalarının mutluluğu için de harcar.
5. Kendini kontrol etme; insanlar her zaman hatalarından ve kusurlarından kurtulmaya çalışır. Bunun için bazen insan iç dünyasına dalar ve iç dünyasının muhasebesini yapar.
6. İyi insan olma; kalbinde ve zihninde temizliğe ve sadeliğe erişmiş, gönlü insan sevgisi ile dolu ve kâinatın sevgi mabedine inanan kimsedir.
7. Manevi değerlere inanma; manevi değerler insanın kötü özelliğini yok etmeye çalışırlar. İnsanlar arasında dine göre ayırım söz konusu değildir.
8. Yardımsever olma; yardımsever olan insanlar ağlayan gözlere gülümseme vermesini, kişinin acılı ve ümitsiz günlerinde onun yanı başında olmasını bilir. Böyle bir insan çevresindeki insanlarla olan görüş ayrılıklarına öfkelenmeden geçiştirmesini bilen insandır. Başkalarının düşüncelerine de önem veren bir insan niteliğindedir.

9. Tecrübeli ve bilgili olma; insan hayatının amaçlarından biri tecrübeli ve bilgi sahibi olmaktır. Sadece iyi insan, akıllı insan, temiz insan olmak yeterli değildir. Bilgili ve tecrübeli insan çevresini eğitmek ve topluma yararlı olmak için uygulama yaptığı zaman görevini yapmış olur.
10. Dost edinme; maddi ve manevi zenginlikleri dostları ile paylaşmak, almaktan çok vermek, dost edinmek açısından önemlidir. İnsanlar dostlarını günahı ve sevabıyla kabullenir.
11. Evlat yetiştirme; insanlar, maddeyi ve görüntüyü amaçlayan becerilerden çok, evlatlarına iç dünyalarını ve gönüllerini zenginleştirecek sağlam ve iyi prensipler öğretir. İnsan, evlatlarına maharet yerine dürüstlük, incelik yerine sevgi öğretir.
12. Eser oluşturma; insanların hayatları boyunca bir sanatkâr gibi ortaya bir eser çıkarmaları gerekmektedir. İnsanlar, akılları, bilgisi ve tecrübeleriyle bir heykeltıraş gibi ortaya mükemmel bir varlık çıkarmak için çaba sarf eder. Böylece maddi varlıklara ve doğanın çeşitli olanaklarına sahip olan insan, manevi yönden de zenginleşmiş birer varlık oluşturur.[155]

2.4. Değerlerin Görevleri

Değerlerin bazı görevleri şöyle sıralanabilir:

a) Değerler, yargılamada birer araç olarak kullanılır.

b) Kişilerin dikkatini istenen, yararlı ve önemli görülen kültür nesneleri üzerinde odaklaştırırlar.

c) İdeal düşünme ve davranma yollarını gösterirler.

d) Sosyal rollerin sevilmesinde ve gerçekleştirilmesinde rehberlik ederler.

e) Sosyal kontrol ve baskı araçları görevini yerine getirirler.

f) Dayanışma araçları olarak devreye girerler.[156]

---

[155] Bülent Dilmaç, *İlköğretim Öğrencilerine İnsani Değerler Eğitimi Verilmesi ve Ahlâki Olgunluk Ölçeği ile Eğitimin Sınanması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü 1999, s. 16.

[156] Joseph Fıchter, *Sosyoloji Nedir?,* çev. Nilgün Çelebi, Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları, 1990, s. 139.

Değerlerle yaşamak, kalabalıklarda yolumuzu bulmak; nerede nasıl davranacağımız konusunda bize pusula olan; iç sesimiz, vicdanımız, pusulamız, rehberimizdir. Ortak değerler ise toplumların pusulasıdır. Onlar sayesinde bizler neye, nasıl tepki verileceğini, neyin hoş karşılanacağını ya da karşılanmayacağını bilir; davranışlarımızı düzenler, ortak anları paylaşır ve aidiyet hissini yaşarız. Hiçbir değere sahip olamayan bir kişinin rüzgârın önündeki yaprak gibi savrulması kaçınılmazdır. Değerler bizim altta yatan inançlarımızdır. Bunların tutum ve davranışlara yansıması ise kaçınılmazdır. Çünkü günün her anında belli şeylere karar vermek, tepki vermek, riâyet etmek veya katılmamak gereken durumlarla karşılaşırız. Bu anlarda bize ne yapmamız gerektiğini söyleyen değerlerdir. Ezan okunurken yatan birisinin ezana verdiği bir değer varken; babası geldiğinde ayağını toplayan veya büyükler başlamadan yemeğe başlamayan birinin de değeri vardır. Ancak sosyal medya ile bu değerlerin algısı değişmektedir. Kişiler herhangi bir samimiyet olmaksızın, günün istediği saatinde "mrb nbr" şeklindeki kısaltmalar ile söze başlayan mesajlar atmakta, sonra da kendi istediği zaman konuşmayı sonlandırabilmektedir. Bu kişinin yaptığı da kendince bir değer yansımasıdır. Daha önceleri hiç hoş karşılanmayan bir tutum iken, şimdi yukarıda sayılan her şey normal kabul edilmektedir.

Toplumsal değerler ise, ortak paydayı paylaşan bir topluluğu meydana getirdiği için güven, uyum ve aidiyet katar. Bir toplumda değerlerin paylaşılma oranı ne kadar artar ise, o toplumu daha güçlü kılar. Eğer insanlar birbirlerinin değerlerine saygı göstermezse çatışma çıkar. Ancak birbirlerinin değerine önem veren, saygı gösteren toplumlarda uyum, huzur ve birliktelik olur.

Ramazan ayında oruç tutmayan birisinin oruç tutan kişinin karşısında bir şeyler yiyip içmemesi onun değerine gösterdiği saygıdandır. Aynı şekilde insanların sırada beklediği bir yerde sıraya riâyet etmek de toplumsal değerlere örnektir. Her iki örnek de yaşantımızı düzenleyen değerler arasında belirtilebilir. Tüm bunlardan hareketle değerlerin birey ve toplum yaşamını düzenleyen unsurlar olduğu, mümkün mertebe ortak değerlerde uzlaşma sağlanmasının birlik ve bütünlüğü sağlayıcı unsurlar olduğu, bununla beraber kişilerin veya toplumların elbette ki kendilerine ait değerleri olabileceği, bunlara saygı göstermek gerektiği unutulmamalıdır. Aksi takdirde yaşanan savaşlar, kavgalar, krizler, işten ayrılmalar, boşanmalar, okul başarısızlıkları, akran zorbalıkları, ırkçılık kavgaları ve mafyavari eylemlerin yaygın olduğu bir dünya kaçınılmaz olur. Bu noktadan

hareketle gençlerin dünyasıyla dünyayı görmeye çalışmak onların anlam yüklediği şeyleri bilebilmek kişisel gelişimi ve okul başarısını artırmada yardımcı olabileceği gibi irfan sahibi köklerine bağlı geleceğe umutla bakan gençler yetiştirmek mümkün olacaktır. Kuşaklar arası çatışma denilen, bizim zamanımızda bu böyleydi diyerek bir diğer nesli tanımaktan, anlamaktan uzak yaklaşımların din ve değerlerin öğretiminde karşlığı olmayacaktır. Bizler, gençler konusunda yapıcı adımlar atmak istiyorsak onların dijital dünyadaki yansımasını bilmek, olaylara yaklaşım argümanlarını tanımak, iç dünyadaki fırtınalarını duymak ve de dindirmek mecburiyetindeyiz.

3. DİJİTAL ÇAĞDA GENÇLİĞE BAKIŞ

Dijital çağ ve hayatımıza kattığı yeni bir iletişim şekli olan dijital iletişim, kişilerin gerçek hayattaki ilişkilerini de belirlemektedir. Çalışmamızın konusu olan gençlik ise zaten bu iletişim iklimine doğduğu için dünyayı, hayatı, ilişkilerini, dostluklarını, kavgalarını da burada yaşamaktadır. Yani dijital dünyada veya özelde çalışmamızın konusu olan sosyal medyada *birini silmesi, takip etmesi, dürtmesi, fotoğrafını beğenmesi, yorum yapması, paylaşımını retweetlemesi* her birinin gerçek hayatta da karşılığı olmaktadır. Yani gençlik belki takip ettiği bir ünlüyle gerçek hayatta bir araya gelemese de ona ulaşabilmenin hazzını yaşamakta, ama birisi takip listesinden çıkardığında hayatından da çıkarmakta, durumunu takip etmemekte veya fotoğrafını beğenmemektedir. Gerçek hayatta nasıl beğenilmek, takip edilmek insanın hoşuna giden bir durum ise burada da *like almak, takipçi kazanmak* önemli bir husus ve arkadaşlığın devamı noktasında önemli bir kriter iken; bu şartları sağlamadığında veya paylaşımlarını beğenmediğinde ilişkisini hem sanal dünyada her gerçek dünyada bitirebilmektedir. Yani oradaki her eylem gerçek hayatta da vukuu bulabilmektedir. Bu nedenle *takibe takip* gibi bir jargon oluşmuştur. Konumuz olan değerlerin ise her zaman karşılığını gerçek hayatta görememekteyiz. Klavye üzerinde saygıdan, milli-örfi değerlerden, kültürel unsurlardan dem vuran kişilerin bazen yaşamlarına bunu aktarmadıklarını görmekteyiz. Burada Goffman'ın "Dramaturjik Teorisi"nde belirtilen husus göze çarpmaktadır. Goffman tarafından sosyal psikoloji literatürüne kazandırılmış olan kendini tanıtma kavramına göre kişiler çeşitli amaçlar ve güdüler doğrultusunda kendilerini belli kişilikte, durumda veya toplumsal konumda olarak tanıtabilmektedir.[157] Goffman "benliği sunma

[157] Nuran Hortaçsu, *En Güzel Psikoloji Sosyal Psikoloji*, İstanbul: İmge Kitabevi, 2012, s.270.

davranışının özünde, kendini belli bir niteliğe sahipmiş gibi temsil etmenin, istenilen niteliğe gerçekten sahip olmak kadar önem taşıdığı gerçeğinin altını çizmektedir"[158] Kişiler çeşitli amaçlar ve güdüler doğrultusunda kendilerini belli kişilikte, durumda veya toplumsal konumda olarak tanıtabilmektedir Kişi kendini başkalarının gözünde nasıl konumlandırıyor veya görmek istiyor ise o doğrultuda paylaşımlar yapmakta, yazılar yazmakta veya o tarz kişi, kurum veya stk'ları takip etmektedir. Burada gencin kendisini "nasıl biridir?" diye sorulduğunda kişilerin tanımlayacağı sıfatlar doğrultusunda bir "kimlik vitrini" tasarlaması gerekmektedir. Kişiden daha sonra da bunu içselleştirip benimsemesi beklenir. Aksi takdirde genç, sanal ve gerçek dünyadaki iki kimlik arasındaki uçurumda kaybolmaktadır.

Hızla artan sayıdaki gencin, geleceklerinin sanal dünyadan giderek daha fazla etkilendiği hususunda herhangi bir şüphe bulunmamaktadır. 2015 yılında OECD üyesi olan ülkelerdeki tipik 15 yaşındaki genç profili, 10 yaşından beri internet kullanmakta ve okuldan sonra her hafta ortalama iki saatten fazla ve hafta sonu ise ortalama üç saatten fazla dijital platformlarda zaman geçirmektedir.[159]

Değişme, gelişme, hayatı kolaylaştırma, bilgiye erişimi hızlandırma gibi artıları yanında gençlerimizi suça, mahremiyet ifşasına, siber zorbalığa, bazı suç örgütlerinin kandırmasına, uygun olmayan oyunlarla hayatını sonlandırmasına, yanlış arkadaş seçimiyle illegal yapılara katılmasına, sanal ortamda gördüğü her şeyi elde etme arzusuna ve bu arzuyu gerçekleştirmek için tüketim çılgınlığı adı altında sonsuz, sınırsız bir isrâfa veya bu parayı elde etmek için gayri ahlâki yollara bulaşabilmektedir.

"App Generation" da denilen bu "Z Kuşağı", vaktinin neredeyse tamamını burada geçirmekte, hesaplarını kontrol etmediği taktirde hayattan da kopacağı duygusuyla birtakım mental hastalıklara yakalanabilmektedir. Gittiği bir yerde hemen internet şifresi aramaya başlayan bu nesil için dijital bağımlılık için "Bilişsel Davranışsal Patolojik İnternet Kullanımı Modeli" ve "Nöropsikolojik İnternet Bağımlılığı Modeli" gibi modeller geliştirilmiştir. Çin'de bulunan "China Youth Association for Network Development" adlı bir kurumun standartlarına göre, eğer bir kişi internette kendisini daha

---

[158] Özge Uğurlu, "Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: Kusursuzlaştırma", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2015), s. 238.

[159] Haneler ve Bireyler Tarafından BİT Erişimi ve Kullanımı, https://stats.oecd.org/ OECD, 2017, (07.02.2021).

çok gerçekleştirdiğini düşünüyorsa, internete erişim sağlayamadığında huzursuz, depresif oluyor ise ve de kullanım süresi hakkında yalanlar uydurmaya başladı ise internet bağımlısı olmuştur. [160]

Dijitalliğin hayatımızı her yanı ile sarıp sarmaladığı noktada elbette ki toplumsal eylem veya aktivistliğin de bu noktada evrilmesi noktasına değinmek gerekmektedir. Kişiler ve elbette ki çalışmamızın konusu olan gençler, herhangi bir konu hakkında duyarlı olduklarını göstermek, farkındalık yaratmak, kamuoyu oluşturmak için bu mecraları kullanmaktadırlar. "Dijital aktivizm" denilen bu eylem biçiminin bir kısmı *hashtagler* ile yapılmakla birlikte, change.org gibi siteler üzerinden imza toplayarak da gerçekleştirilebilmektedir. Nitekim çalışmamızı yürütme esnasında gündemde olan Emine Bulut cinâyeti, Kadir Şeker'in yargılanması gibi toplumda infial yaratan durumlar, Elazığ, Malatya ve İzmir'de meydana gelen doğal afetler, gıda fiyatlarındaki yükseliş gibi konular üzerinde dijital eylemler yapmakta olduklarını belirtmişlerdir. Elbette ki burada kimi kullanıcıların daha aktif olduğunu, hatta sırf bunun için sosyal medya kullandığını görmekle birlikte kliktivizm "miskin eylemcilik" de denilen sadece paylaşım yapmakla üzerinden sorumluluğu attığını düşünen kesim de bulunmaktadır. Bu, yabancı literatürde "tatlı su balık"larına benzetilen bir kavram olarak yerinde oturup, birkaç resim, video paylaşan kişileri ifade etmek üzere küçümseyici bir alay ifadesi olarak kullanılmaktadır. Gençlerin "hashtag aktivitistliği" gibi bir de "caps aktivistliği" bulunmaktadır. Bunlar genellikle popüler durumları ifade etmek için kullanılan eğlenceli paylaşımlardır. Tüm bu dijital eylemleri anlatan durumlar çalışmamızın konusu olan din ve değerler için de geçerlidir. Filistin'in işgali, Ayasofya'nın ibadete açılması, Doğu Türkistan'daki zulüm gibi konularda imzalar toplanmış, gruplar oluşturulmuş, paylaşımlar yapılmıştır. Pek çok eylemin başarıyla tamamlandığını görmemiz yöntemin etkisini anlatmaktadır. Ancak bu noktada özgürlük ve demokrasi adı altında yapılan paylaşımların milli ve manevi değerere ülke bütünlüğüne zarar verme noktasında dikkatli davranılması ehemmiyet taşımaktadır. Bu anlamda sosyal medya platformlarının ülkemize atayacağı temsilcilikler, yasal yaptırımlar ülkemizin çıkarları ve kişisel verilerin korunması noktasında önemli adımlar atılmıştır. Çalışmamızda yer alan anlık mesajlaşma uygulamalarından biri olan ve en çok kullanılan WhatsApp'ın uygulama güncellemesi ile kişilerin Telegram, Signal

[160] Kimberly, S. Young, "Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder", *Cyber Psychology & Behavior*, 1998, s.8.

veya Bip gibi farklı uygulamalara geçmesi adeta bir "dijital göç" ün yaşanması bu konunun önemini ve hassasiyetimizi de göstermektedir. İşte bu noktada yetkililere büyük görevler düşmektedir. Hem ülkenin gizli bilgileri hem kişisel verilerin korunması noktasında diğer ülkelerin uyguladığı politikalar çizgisinde yaptırım uygulamakla beraber halka ve de özellikle gençlere sosyal medya kullanımı, haklarımız, kendimizi korumamız, dolandırıcılıktan kaçınmamız gibi konularla ilgili bilgilendirici etkinlikler yapılmalıdır. "Yağmurdan kaçarken doluya tutuldu" sözünün karşılığı misali Whastapp uygulamasından kaçan Cluphouse uygulamasına geçen gençlerin kendilerini yasadışı bazı grupların ortasında buldukları Sodimer (Sosyal Medya ve Dijital Güvenlik Eğitim Araştırma Merkezi) tarafından da açıklanmıştır.[161]

Bununla birlikte kişilere bu platformların "sanal bir mutluluk" da kattığı bir gerçektir. Bu durum "Toprağa basmadan duramam" diyen yetişkin kesimin, hobi bahçelerinde birkaç metrekarede domates biber yetiştirmeye, kendini bu anlamda tatmin etmesine veya bir zamanların favori oyunlarından olan Farmwille ile hayvanları beslemeli, çiçekleri sulamalıyım şeklinde bu arzusunu gerçekleştirdiğine inanmasına benzemektedir.

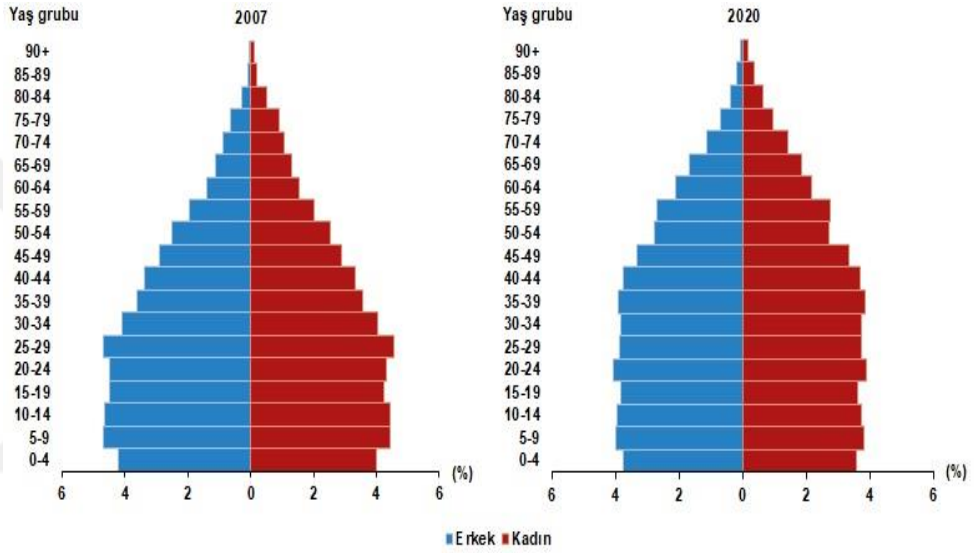
İşte geldiğimiz noktada da sanal mutluluğu sosyal medyada "dijital fanus" içinde sadece kendini ve kendi gibi olanların sesini duyan ve kendinin haklı olduğunu, herkesin öyle düşündüğünü zanneden ve bu şekilde kendini ikna yoluna giden bir nesil şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Dijital ortamların olumsuz yönleriyle birlikte katkılarından da söz etmek gerekmektedir. Yeni nesil öğrenme dediğimiz çevrimiçi öğrenme ile öğrenciler dil öğrenebilmekte, ders materyallerine erişebilmekte, sanal ortamda atölyelere katılabilmektedir. Çalışmamıza katılan öğrencierin de birçoğu sosyal medyayı bilgi edinmek için kullandığını belirtmiştir. Bu anlamda Tüba Açık Ders Malzemeleri, UDEMY, Team Treehouse, Edx, Lynda.Com, MIT Opencourseware, Coursera, Khan Academy, Researchgate, Academia, One Month, Codecademy gibi platformlardan kişiler kendilerini geliştirebilmektedir.

[161] https://www.sodimer.org/press_rel/clubhouse.html (12.08.2021)

3.1. Gençlik Nedir?

Dünya nüfusunun gittikçe artmaya başladığı günümüzde genç nüfus büyük önem taşımaktadır. Ülkemiz de genç nüfusu yüksek olan ülkelerin başında gelmektedir. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verilerine göre, **Türkiye nüfusu 83 milyon 614 bin 362 kişi olmuştur.** Türkiye'de ikamet eden nüfus, 31 Aralık 2020 tarihi itibarıyla bir önceki yıla göre 459 bin 365 kişi artarak 83 milyon 614 bin 362 kişiye ulaşmıştır. Erkek nüfus 41 milyon 915 bin 985 kişi olurken, kadın nüfus 41 milyon 698 bin 377 kişi oldu. Diğer bir ifadeyle toplam nüfusun %50,1'ini erkekler, %49,9'unu ise kadınlar oluşturmaktadır.[162]

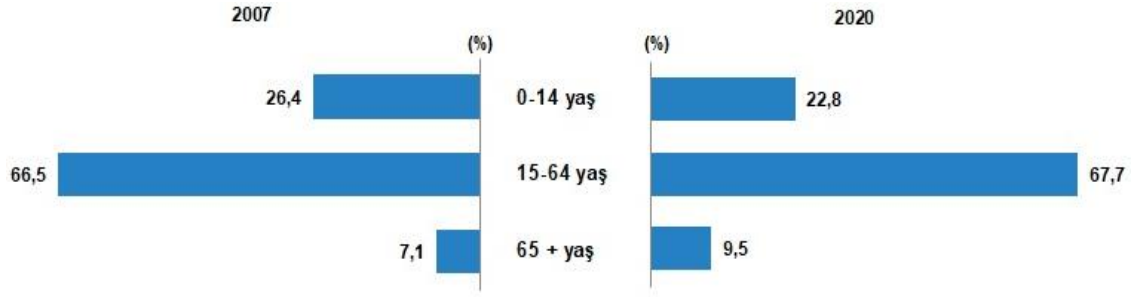


Şekil 1: Nüfus Piramidi 2007-2020[163]

Yaşlılığa bağlı ölümlerle birlikte doğurganlık oranının da düşmesiyle ülkemizdeki genç nüfus azalmaktadır.

[162] https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2020-37210&dil=1(12.05.2021).

[163] https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2020-37210&dil=1(12.05.2021).



Şekil 2: Yaş Gruplarına Göre Nüfus Oranı, 2007-2020[164]

Çalışma çağı olarak tanımlanan 15-64 yaş grubundaki nüfusun oranı, 2007 yılında %66,5 iken 2020 yılında %67,7 olmuştur. Diğer yandan çocuk yaş grubu olarak tanımlanan 0-14 yaş grubundaki nüfusun oranı %26,4'ten %22,8'e gerilerken, 65 ve daha yukarı yaştaki nüfusun oranı ise %7,1'den %9,5'e yükselmiştir. [165]

Gençlik dönemi, dönemin sorunları, bu dönem ile ilgili politikalar her dönemde ebeveynleri, eğitimcileri, politikacıları, felsefecileri ilgilendirmiştir. Eski Yunan'da Aristo, gençlerin değişken yapılarından söz eder ve gençleri mantıksız, dürtüsel, tutkularına yenilen ve eleştiri kabul edemeyen bireyler olarak tanımlar.[166]

Socrates ise gençlerle ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

"Şimdiki çocuklar lüksü seviyorlar, kötü davranışları var ve otoriteyi küçümsüyorlar. Büyüklerine saygı göstermiyorlar ve eğitim yerine aşktan bahsetmeyi tercih ediyorlar. Çocuklar şimdilerde evlerinin hizmetkârı değil, haydutları oldular."[167]

Bu görüş, yetişkinlerin günümüzdeki görüşlerini de yansıtır nitelikte olması bakımından ilginçtir.

Gençlik kavramına genel geçer bir tanım yapmak zordur. Başlangıç dönemi için bireylerdeki biyolojik değişmeler esas alınmakta, bireyin ekonomik bağımsızlığını kazanması ise bitiş noktası olarak kabul edilmektedir. Ancak her ülkenin coğrafi ve kültürel şartı, yaşam düzeyi aynı olmadığı için ülkeler kendilerine göre bir gençlik tanımı yapıp bu doğrultuda politikalar üretmişlerdir.

---

[164] https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2020-37210&dil=1(12.05.2021).
[165] https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2020-37210&dil=1(12.05.2021).
[166] Haluk Özbay, Emine Öztürk, *Gençlik*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1992, s. 14.
[167] Haluk Özbay, Emine Öztürk, a.g.e, s. 14.

Birleşmiş Milletler (BM), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) ve Dünya Bankası (WB) 15-24 yaş aralığındaki kişileri genç olarak tanımlamaktadır. Ayrıca UNESCO, genç insanların değişen ve heterojen bir grup olduğunu ve genç olma tecrübesinin bölgelere ve ülkelere göre büyük değişiklik arz ettiğini vurgulamaktadır. İngiliz Milletler Topluluğu Gençlik Programı gibi örgütler, genç kişileri 15-29 yaş aralığındakiler olarak tanımlamakta; Avrupa Birliğinin bazı raporlarında da gençler 15-29 yaş aralığındakiler olarak tanımlanmaktadır.[168]

Kur'an-ı Kerim'de gençlik anlamında sabiyy, ğulâm, fetâ ve türevi kelimeler geçmektedir. Ergenlik dönemini ifade etmek için ise belağa kavramı kullanılmıştır. Belağa eşüddeh ise ergenlik çağına ulaşmak, fiziksel erişkinlik anlamına gelir.[169] Nur sûresi 59. âyette "ergenlik çağına ulaşmak" anlamında kullanılmaktadır. "Çocuklarınız ergenlik çağına girdiklerinde, kendilerinden öncekiler (büyükleri) izin istedikleri gibi onlar da izin istesinler."[170]

Gençlik, yetişkin olabilmek için uğranılmak durumunda olunan, üzerinde ortak bir tanım yapılamayan, ne çocuk ne yetişkin diyebileceğimiz bir geçiş süreci, ara dönemdir.

3.2. Ülkemizdeki Genç Nüfus Oranı

Ülkemizin nüfus dağılımı aşağıdaki şekildedir:

Tablo 7: 2021 Yılına Göre Ülkemizin Nüfus Dağılımı[171]

Yıl	Yaş grubu	Nüfus	Nüfus Yüzdesi
2019	20-24 Yaş	6.624.078	%7,97
2019	35-39 Yaş	6.584.843	%7,92
2019	5-9 Yaş	6.461.039	%7,77
2019	10-14 Yaş	6.406.170	%7,70
2019	25-29 Yaş	6.367.311	%7,66
2019	30-34 Yaş	6.363.017	%7,65
2019	0-4 Yaş	6.345.136	%7,63

[168] Bekir Gül vd, *Türkiye'nin Gençlik Profili*, Ankara: Seta Vakfı Yayınları, 2012, s. 15.
[169] Şuayip Özdemir, Rahime Kavak, "Kur'an ve Hadislerde Gençlik Dönemi Özellikleri", *Turkish Studies,* 2014, s. 1217.
[170] Nûr, 24/59.
[171] https://www.nufusu.com/turkiye-nufusu-yas-gruplari(24.03.2020).

2019	15-19 Yaş	6.331.594	%7,61
2019	40-44 Yaş	5.967.384	%7,18
2019	45-49 Yaş	5.533.559	%6,65
2019	50-54 Yaş	4.675.373	%5,62
2019	55-59 Yaş	4.389.997	%5,28
2019	60-64 Yaş	3.554.769	%4,27
2019	65-69 Yaş	2.722.672	%3,27
2019	70-74 Yaş	2.016.913	%2,43
2019	75-79 Yaş	1.308.299	%1,57
2019	80-84 Yaş	817.730	%0,98
2019	85-89 Yaş	497.410	%0,60
2019	90 + Yaş	187.703	%0,23

Türkiye nüfusunun yaş gruplarına göre dağılımı 2016 yılı Türkiye nüfusunun yaş gruplarına göre dağılımı ve yüzdelerine baktığımızda:

- 0-19 Yaş 25.549.101 kişi %32.01 Z Kuşağı
- 20-29 Yaş 12.611.764 kişi %15,81 Y Kuşağı
- Toplam Y+ Z 0-29 Yaş 38.160.865 kişi %47,82 Y+Z Toplam
- 0-90+Yaş 79.814.871 kişi [172]

3.3. Gençlik Döneminin Özellikleri

Geçiş dönemi olarak da adlandırılan bu süreç, biyolojik, psikolojik ve sosyal açıdan bir gelişmenin söz konusu olduğu dönemi anlatmaktadır.

"...Ergenlik döneminde, kendinin nasıl biri olduğu, neye benzediği, kendi hakkında neler hissettiği ergeni en çok düşündüren sorulardır. Bu dönemde içsel faktörlerin yanı sıra çevresel faktörlerin de etkisiyle gelişen kendilik imgeleri, gencin kendisine yaklaşım biçimini belirlemesinde önemli rol oynar. Bu yaklaşım biçimi, yani gencin kendisi hakkında olumlu ya da olumsuz bakış açısına sahip olması, kendini seviliyor ya da sevilmiyor hissetmesi, kendini değerli ya da değersiz görmesi, benlik

[172] Ahmet Ferda Seymen, "Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörüleri ile İlişkilendirilmesi", *Kent Akademisi | Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergi*, (2017), s. 468.

saygısını belirler. Benlik saygısı ilerideki yaşamımızda düşüncelerimizi, duygularımızı ve davranışlarımızı belirleyen öznel yaşamımızın, yani kimliğimizin çekirdeğini oluşturur."[173]

Gençler, kimlik oluşumu sürecinde ilk olarak akranlarıyla iletişim kurma yönünde hareket etmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal ağlar üzerinden günümüzde sosyal sermaye adı verilen çevresini oluşturmakta; onlarla yaşam alışkanlıklarını paylaşmakta, onları izlemekte ve karşılıklı bir etkileşim içine girmektedirler.

Skornia'nın[174] televizyona dair yaklaşımı endişe vericidir:

"Bir çocuğa din, okul, ebeveynler ve hukuk sistemi bazı değerleri öğretirken, diğer tarafta medya bambaşka değerleri empoze ederse, birçok insan iç çatışma yaşayabilir. Birbiriyle çelişen, çatışan bu değerler bazı doktorlara göre daha fazla şizofreni vakası görülmesinin sebeplerindendir. Çocuklar gün içinde birçok kez televizyonun kurmaca dünyasında dayatılan değerlerle kendi kişisel hayatındaki gerçekliğin getirdiği değerler arasında sıkışır. Herkes bu tür bir çatışmayla başa çıkamaz."[175]

Tüm gözlerin üzerinde olduğunu ve herkesin onu izlediğini düşünen genç, kendini beğendirmeye bu yönde bir kimlik oluşturmaya çok önem vermektedir. Kendisine rol model olarak aldığı kişiler gibi giyinmeye, saçlarını taramaya, onun gibi konuşmaya başlar; akran grubundaki kişilerin dinlediği müziği dinler, o mekanlara gider ve en sonunda da sosyal medya ile birlikte orada "trend olmaya", "youtuber"lığa veya "like almaya" her şeyden fazla önem verir.

3.3.1. Y Kuşağı İnsanı

Söz konusu kuşak 1980-1996 tarihleri arasında dünyaya gelen bireyleri kapsamaktadır. Bu bireylerin günümüzde nüfusa oranı %16'dır. Bu bireyler, mezun olmuş herhangi bir iş kolunda bulunan, hatta idareci veya işveren olarak ön plana çıkmaktadır. Bunlar Z kuşağına oranla daha iyi yaşam standartlarında bulunup toplumsal ve politik sıkıntılara daha az maruz kalmışlardır. Y kuşağı dijital gelişmeleri yakından

[173] Ünsal Söylemezoğlu, *Iskalanan Gençlik,* Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2013, s. 157.
[174] Adnan Törel, *Uzaktan Kumandalı Çocuklar*, İstanbul: Hayy Kitap, 2007, s. 40.
[175] Adnan Törel, a.g.e., s. 40.

izleme olanağı bulmuş bunu içselleştirmiştir. Bu yüzden bu kuşak internet dâhil teknolojiyi çok iyi kullanmaktadır.[176]

Y kuşağı ile narsizm arasında ilişki bulunduğu yönünde hipotezler de vardır. Bunlar günümüzde uygulamalardan kaynaklanmaktadır. Örnek verecek olursak Facebook, İnstagram, Snapchat gibi platformlardaki paylaşımların ve bu platforma katılan Y kuşağı insanının beğenilme arzusu bunların bazen narsist bir yaklaşım sergilediklerini göstermektedir.[177]

Y kuşağı, hareketli, özgürlüğü seven, yenilikçi, özgüveni yüksek, sorgulayan, sosyal, girişimci, tutumlu, yaratıcı ve farkındalıkları yüksek olan kişilerdir.[178]

Kuşaklar arası farklar üzerine çalışmalar yapan Evrim Kuran "*Telgraftan Tablete Türkiyenin Beş Kuşağına Bakış*"[179] isimli çalışmasında "y kuşağı" için tespitlerde bulunmuştur. Y kuşağının çalışma şekli ve hayata bakışıyla alakalı bir diğer akademik çalışma da Adıgüzel ve arkadaşları (2014) tarafından yapılmış olan "Kuşakların Değişen Yüzü Ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar"[180] dır.

"Y kuşağı ifade edilebilir: "BD". Bunlar "*bullshit detector" (saçmalık dedektörü).* Anlamına gelmektedir. Nitelik olarak bu kuşak uygun bir durum gördüğünde dayanamamaktadır. Bunlar önlerindeki insan ve makamı ne olursa olsun hemen tepki vermektedirler. Çünkü adalet duygusu bu kuşağın başat değerlerinden biri olarak ön plana çıkmaktadır.[181]

---

[176] The List of Millennial Characteristics, 2017, (25.03.2020).https://luckyattitude.co.uk/ millennial-characteristics/(12.05.2021).

[177] I, Narcissist – Vanity, Social Media, And The Human Condition https://www.theguardian.com/world/2016/mar/17/i-narcissist-vanity-social-media-and-the-human-condition, (25.03.2020)

[178] Nesiller Ayrılıyor: X, Y ve Z Nesilleri http://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html, (25.03.2020).

[179] Evrim Kuran, *Telgraftan Tablete Türkiyenin Beş Kuşağına Bakış*, İstanbul: Destek Yayınları 2018, s. 20.

[180] Orhan Adıgüzel, Zeynep Batur, Nisa Ekşili, "Kuşakların Değişen Yüzü Ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2014), s.165.

[181] 'Telgraftan Tablete' kuşaklar arası iletişim https://www.hurriyet.com.tr/kampus/telgraftan-tablete-kusaklar-arasi-iletisim-evrim-Kuran-40866281, (25.03.2020).

3.3.2. Z Kuşağı İnsanı

Z kuşağı, 1997 ve sonraki doğumlu bireyleri kapsamakta olup, bu kuşağın yakın zamanda artık seçimlerde oy kullanma yaşına girmeleri, okullardan mezun olup iş hayatına katılmaya başlayacak olmaları da onları önemli noktaya taşımaktadır. Bu kuşağın doğumu dijital dünya içinde olmuştur. Bu yönüyle teknoloji onlar için çok yeni bir gelişme değildir. Bu kuşak teknolojik aletleri kullanmada çok başarılıdırlar. Yaklaşım olarak ise Z kuşağı pragmatik ve realist, (faydacı-yararcı) vasıflara sahiptirler.[182]

Girişken ve asosyal olmayan bu kuşak teknolojik gelişmelere karşı aç, hevesli ve devamlı kendilerini geliştirmek isteği içindedirler. Bir konuya odaklanmak onlar için en çok 8 saniye gibi kısa bir zamanı kaplamaktadır. Dolayısıyla onların dikkatini çekmeyi başaramazsanız bunları kaybetmek işten bile değildir. Bu anlamda onlara karşı bayağı dikkatli olmak icap etmektedir.[183]

Z kuşağının en belirgin özelliği teknoloji veya dijital dünya içine doğmuş olmalarıdır diyebiliriz. Yapılan araştırmalara göre z kuşağındaki bireyler şunları belirtmiştir:

- 25% uyandıktan 5 dakika sonra bir dijital cihaz ve programa bağlanma
- 73% uyandıktan 1 saat içerisinde bağlanma
- 70% YouTube, Facebook, İnstagram ve Snapchat kullanımı
- 68% yüz-yüze görüşme ve paylaşımın önemli olduğu
- 68% internet üzerinden satın almanın önemli olduğu konusunu vurgulamıştır.[184]

Marketo tarafından hazırlanan *"Meet Generation Z: Marketing's Next Big Audience"*[185] adlı infografik, Amerika ekseninde Z kuşağının özelliklerini ele almaktadır. Araştırmaya göre:

---

[182] Ahmet Ferda Seymen, a.g.e., s. 469.

[183] *Your Next Hire İs Already Employed, Jobbio*.Com: Https://İnfo.Jobbio.Com/Gen-Z-Ebook/, (25.03.2020).

[184] What You Need To Know About Gen Z https://B2b.Autotrader.Com/Wp-Content/Uploads/2017/11/2016-Gen-Z-Study-Autotrader-Kbb.Pdf, (25.02.2020).

[185] M. Jones, Meet Generation Z: Marketing's Next Big Audience [Infographic]. blog.marketo.com: https://blog.marketo.com/2014/08/meet-generation-z-marketings-next-big-audienceinfographic.html?fullsize=/wp-content/uploads/2014/08/generation-z-marketings-next-big-audience.png,(07.02.2021).

- Z kuşağı kendini geliştirmeyi biliyor, bilgiye ulaşma noktasında sorun yaşamıyor.
- Bu kuşak olgun, mesleğinde becerikli ve kendine güvenen insanlardan meydana geliyor.
- %33'ü dersleri on-line takip ediyor.
- %20'si ders kitaplarını tabletlerden okuyor.
- %32'si sınıf arkadaşlarıyla internet üzerinden ders çalışıyor.
- %52'si sosyal medyayı uygulamalarını derslere hazırlanma ve ödev sürecinde kaynak olarak kullanıyor.
- %76'sı eğlendikleri işlerin asıl meslekleri olmasını istiyor.
- %70'i kendi işini kurmayı arzuluyor ve buna inanıyor.
- %60'ı mesleğinin dünyayı ve insanları etkilemesini istiyor.
- %76'sı insanlığın dünyaya etkileri konusuna ilgi duyuyor.
- %41'i okul haricinde bilgisayarın başında 3 saatten fazla kalıyor.
- Dünyayı değiştirmek istiyor.
- Bu kuşağın odaklanma süresi 8 saniye.
- 16-19 yaş arası gençlerin %26'sı gönüllü faaliyetlere katılıyor.
- 13-17 yaş arası gençlerin %25'i Facebook'tan 2014'te üyeliğini kapattı.
- Kişisel verilerin korunmasına önem veren Z kuşağı, Snapchat, Whisper, Secret gibi sosyal platformları tercih ediyor.[186]

Kırık ve Köyüstü (2018) Z kuşağıyla ilgili yapılmış tezler üzerine bir analiz makalesi yayınlamış bilgiyi çok rahat alıp, paylaşabilen Z kuşağının kendine güvenen bir yapıda olduğunu ve ileride bu kuşağa yönelik daha farklı çalışmaların da yapılacağını belirtilmiştir. [187]

[186] M. Jones, a.g.e., (07.02.2021).
[187] Ali Kırık- Sevda Köyüstü, a.g.m., s.1515.

3.3.3. Z Kuşağının Özellikleri

İndigo ve Kristal Çocuklar olarak da adlandırılan bu jenerasyon 2000 yılından sonra doğanlar için kullanılan bir tabirdir. "Teknolojinin Çocukları" olarak da adlandırılır. Tamamen teknolojinin içinde yetişmişlerdir. Teknolojiye adaptasyonları çok hızlıdır.

Teknoloji ile iç içedirler, bunun dışında bir dünya bilmemektedirler. Bilgiye erişimleri kolaydır: Özellikle bilgiye ulaşma ve elde ettikleri verileri birbirleri ile bütünleşmiş olarak kullanabilmeleri önemli bir husustur. Değişik kültürleri öğrenirler. Veri elde edebilme ve işleyebilmeleri, onların öğrenme hızını arttırıp, teknoloji sayesinde tüm dünya ile iletişim halinde olmaları; değişik insan, mekân ve kültürleri tanımalarına sebep olmaktadır. Z kuşağı çocukları "X" ve "Y" kuşaklarına göre daha uzun saatler çalışmaya istekliler. Daha fazla para kazanmak istemektedirler: Daha fazla para kazanmak için mesai sonrası ve hafta sonları işe gitmek istemektedirler. Girişimci ruhludurlar. Bu kuşak insanı en kısa sürede kendi işlerini kurmak niyetindedirler. Z kuşağının yüzde 57'si teknolojinin kendilerini daha üretken yaptığını söylemektedir. Yüzde 39'u için akıllı telefonlar, yüzde 37'si için dizüstü bilgisayarlar zaruridir.[188]

Nitekim Şebnem Morsümbül tarafından 2014 yılında Ankara'da yapılan *"Değerlerin Kuşaklar Arası Değişimi: Ankara Örneği*" çalışması da yukarıdaki verileri doğrular niteliktedir. Morsümbül'ün çalışmasına göre de özellikle x ve z kuşak arasındaki fark büyüktür.[189]

3.4. Dijital Çağ ve Gençlik

Yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya ortamları giderek daha fazla gündelik yaşamımızda yer almaktadır. Bilhassa dijital kültürün içine doğmuş bir kuşak olarak gençler, yeni medya ortamlarını ve sosyal medyayı aktif bir biçimde kullanmaktadırlar. Özellikle gençler arasında kullanım sıklığı bakımından hızlı bir yükseliş gösteren sosyal medya, geleneksel medyaya rakip olmakta ve bir anlamda geleneksel medyayı tehdit etmektedir.

---

[188] Z kuşağı çocuklarını tanıyor muyuz? http://www.egitimcaddesi.com/z-kusagi-cocuklarini-taniyor-muyuz/,(26.03.2020)

[189] Şebnem Morsümbül, *Değerlerin Kuşaklar Arası Değişim,* Örneği, (Doktora Tezi), Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014, s. 138.

Günümüzde interneti çocuklar ve gençlerin çok fazla kullandığı görülmektedir. TÜİK tarafından 2013'de gerçekleştirilen *''Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*'' adlı araştırmaya bağlı olarak, bilgisayarın kullanma yaşının 6 yaşa indiği görülmektedir. Ayrıca 6-15 yaş aralığındaki çocukların %24,4'ünün de şahsi bilgisayarlarının olduğu araştırmada ortaya konulmuştur.[190]

Her yıl hazırlanan çalışmanın 2019 yılındaki raporuna göre (Digital 2019 In Turkey) internet ve sosyal medya istatistikleri verilmiştir. Ülkemizde 82,4 milyon kişi yaşamaktadır. Bu nüfusun %72'si yani 59,36 milyon kişi internet kullanmakta, nüfusun %63'ü yani 52 milyon kişi aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır. Yine ülke nüfusunun %53'ünü oluşturan 44 milyon kişi aktif olarak mobil cihazlar üzerinden sosyal medya kullanmaktadır. Bunun yanında %98'i cep telefonu kullanırken akıllı telefon kullanan kişilerin nüfusa oranı %77 olarak bulunmuştur. Bununla birlikte vatandaşlarımız internette günde ortalama 7 saat geçirirlerken, bu 7 saatin yaklaşık 3 saatinde televizyon programı izlerken yaklaşık 1 saatinde müzik dinleyerek geçirmektedirler. Sosyal medyaya ayrılan süre ise ortalama 2 saat 46 dakika olmuştur. Türkiye'de en aktif kullanılan sosyal medya platformu sırasıyla Youtube, İnstagram ve ardından Facebook olmuştur. Bu sosyal medya platformlarını kullanan kullanıcıların yaklaşık %61'ini 34 yaşına kadar olan gençler oluşturmaktadır. [191]

İnternetle ilgili yapılan çalışmalardan birine göre üniversitede öğrencilerin %20'lik oranı günde 1-2 saat, %19'u haftada 2-3 saat ve %14,1'i günde 3-4 saat aralıklarında internette zaman geçirmektedirler. Öğrenciler, internete en fazla %43,4'le bilgilenmek, %34,6'yla eğlenmek-hoşça vakit geçirmek ve %8,8'le yalnızlığı paylaşmak amacıyla girmektedirler. Öğrenciler, internette en çok %23,4'le gazete ve haber sitelerini, %13,7'lik oranla müzik eğlence ve arama motorlarını ve 10,7 ile e-mail, iletişim siteleri ziyaret etmektedirler.[192]

Öğrencilerin %44,4'ü evden-yurttan, %35,6'sı internet kafeden ve %20'si okul ve işyerinden internete bağlanmaktadırlar. Bu nedenle artık internet gençliğinden bahsedilir olmuştur.[193] Çünkü hayatımıza giren birçok yenilik gibi, internetin de taşınmasında ve

---

[190] http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13569, (24.02.2020).
[191] https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey, (12.03.2020).
[192] İbrahim Toruk, "Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2008), s. 483.
[193] Toruk, a.g.e., s.483.

yaygınlık kazanmasında genç nesil önemli bir rol üstlenmektedirler. Bununla birlikte gençlik burada kendi kimliğini bulmaya, kişiliğini oturtmaya, hayatını anlamlandırmaya çalışmaktadır.

İnternette büyük zaman geçiren gençliğin iki belirgin kimliği öne çıkmaktadır. İlki hayatına dair gerçekte var olan yaşamını ön plana çıkarmak istememe kimliği, ikinci sırada gelen ise gerçek hatta elinde olmayan ama olmasını istediği vasıflara dayalı olarak kurguladığı sanal kimliktir. Bireyler internet ortamında bu sanal kimlikleriyle yaklaşım sergilemektedirler. Bu anlamda birey, sohbet odaları gibi platformlarda büyük zamanlar geçirmektedir. Bu durumda internette fazla zaman geçirilmesine neden olmaktadır.[194]

Genç bireylerin sergiledikleri bu yaşam tarzı onların yetişkinlerle aralarında iletişimsizliğin doğmasına yol açmaktadır. Gençlerin bu platformalarda bulunma isteği daha çok beğenilme, takdir edilme gibi nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bu anlamda gençlerin istek ve ihtiyaçları bu yönüyle birer toplumsal yaklaşım sergilemektedir. [195] Gençlerin içselleştirdikleri bu durum onların sosyal çevreden uzaklaşmalarını beraberinde getirip, onların hassas ve kırılgan bir yapıya evrildiklerini ortaya koymaktadır. Bu da onların çevre ile iletişim kurmalarında sorunlar yaşamaya yol açmakta ve bu bağlamda olumsuzlukların ortaya çıkmasını beraberinde getirmektedir. [196]

Sosyal medyanın bilhassa genç bireylerle ilişkili olarak ele alınması onların özgür ve her çeşit baskıdan uzak bir saha olması da yine bu alanın temel özelliklerindendir. Yine sosyal medya, insan hakları ve tipik bir demokrasi argümanı olarak ön plana çıkmaktadır. Kuşkusuz bu ve bunun gibi hususlar gençlerin sosyal medyayı vazgeçilmez bir dünya olarak görmelerine yol açmaktadır.[197]

Çağdaş toplumlarda bireysel haklar, eskiye nazaran daha bireysel yapıdadır. Bunlar gruplara, sınıflara değil, kişilere aittirler. Bu anlamda onlar kavramsal olarak taşınabilir ve başka alanlara sürüklenerek götürülebilirler.[198] Bu cümleden hareket edersek zamanımızda sosyal medya ile birbirine eklemlenmiş gençliğin özgürlüğüne atıf yapmak söz konusudur. Kıyafetinden kullandığı eşyasına kadar bir tüketim yoluyla var

---

[194] SEKAM, *Türkiye Gençlik Raporu, Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri ve Beklentileri*, 2016, s.166.
[195] Mehmet Emin Babacan, *Sosyal Medya ve Gençlik*, İstanbul: Bir Yayıncılık, 2017, s. 267.
[196] Mehmet Emin Babacan, a.g.e, s. 268.
[197] Mehmet Emin Babacan, a.g.e, s. 271.
[198] Lawrence Friedman, *Yatay Toplum*, çev. A. Fethi, İstanbul: İş Bankası, 2002, s. 56.

olabileceği edimi taşıyan genç bireylerin sosyal medya sarmalında bu tür bir hayat yaşamaları bir çelişki olarak ön plana çıkmaktadır. Bu çelişki öncelikle özgürlük kavramının bizzat kendisi ile öne çıkmaktadır. Yine siyasi ve ekonomik olarak ele alındığında maliyet fazla olan bir sosyal medya teknolojisinin gençliğin kullanımına sunulurken neden özgürlük imgesi ile öne çıktığı düşünülmelidir.[199]

Özgürlük vaadiyle ağzına bir anlamda bir kaşık bal sürülen gençliğin aslında kendi "ben"inden uzaklaşıp, toplumsal derinlikten toplumsal kopuşa doğru hızla sürüklendiğinin görülmesi büyük önem arz etmektedir.

3.5. Sosyal Medya ve Din Eğitimi

Teknolojinin son geldiği nokta dikkate alındığında, kitle iletişim araçlarının özellikle internetin eğitimde önemli bir rolünün olduğu söylenebilir. Kitle iletişim araçlarıyla verilen eğitim diğer eğitimlerden farklıdır. Radyoyla başlayan eğitim süreci, televizyonla devam etmiş, internetle beraber bu süreç uluslararası düzeye ulaşmıştır. Değişen bu eğitim algısının dikkatli bir şekilde incelenip değerlendirilmesi gerekmektedir.[200]

21. yüzyılda bilgiye erişim süreçleri de farklılaşmaktadır. İnternetle beraber iletişim boyutu yeni anlam kazanmış, gençlerde interaktif bir ortam oluşmasını sağlamıştır. Din olgusu da bu süreçte kitle iletişim araçları yoluyla vizyon ve misyonunu geniş bir kitleye yayma fırsatını yakalamıştır.[201]

Din eğitiminde kullanım şekilleri bakımından ise kitle iletişim araçlarını üç farklı başlık altında incelemek mümkündür: Bunlardan ilki, kitle iletişim araçlarının din eğitimi verme amaçlı kullanılmasıdır. Burada toplumu yönlendirmek için verilmek istenen mesaj bir araçtır. Dini yayınlar ve dini televizyonlar bunun en güzel örnekleridir. Hedef kitlenin dini fikir ve düşüncelerini değiştirmek ve geliştirmek için kasıtlı ve planlı yapılan bu eğitim, formal eğitimden daha önemlidir.[202] İkincisi, din eğitiminde kullanım şekli açısından kitle iletişim araçları, dini konuları içermesi bakımından değerlendirilmiştir.

---

[199] Mehmet Emin Babacan, "Toplumsal Derinlik, Sosyal Medya ve Gençlik", *İnsan ve Toplum Dergisi*, (2016), s. 30.

[200] Ayşe Zişan Furat, "Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği", *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S.19, (2010), s. 39.

[201] Mehmet Haberli, "Dinlerin İnternet Ortamındaki Temsili ve Dağılımı", *The Journal Of Akademic Social Science Studies, İnternational Journal Of Social Science, (*2013), s. 861.

[202] Ayşe Zişan Furat, a.g.e., s. 40.

Din konusu, kitle iletişim araçlarında ticari kaygılarla da bir meta haline dönüşebilmektedir. Türk sineması bununla ilgili en güzel örnektir. Din, yakın zamana kadar sinemada gericilik, sahtekârlık ile eşdeğer tutulmuştur.[203] Filmlerde özellikle dünyanın sonu, evren, melek, şeytan gibi kavramların insan hayatına etkileri gibi konuların işlenmesi, bireylerin din algılarını nasıl değiştirdiği sorusunu ortaya çıkarmıştır. Bireylerin yetiştikleri sosyal çevreyle izledikleri kitle iletişim araçları arasında din ile ilgili yaptıkları sorgulamaların farklılık gösterdiği görülmektedir.[204]

Son yıllardaki en güncel konulardan biri de kitle iletişim araçlarının eğitim sürecinde bir araç olarak kullanılabilirliğidir.[205] Bu konuda son zamanlarda gündemdeki en moda kavramlar *dijital din, dijital ibadet* kavramlarıdır.

Bilgisayar, akıllı telefon gibi cihazlar, din olgusuna zemin hazırlayan temel bileşenler olarak ön plana çıkmaktadır. Applestore, Google Playstore üzerinde kullanıma uygun binlerce uygulama bulunmaktadır. Örneğin, Applestore üzerinde bulunan *"Confession: A Roman Catholic App*" uygulaması buna verilecek örneklerden biridir. Yine Müslümanlar için ezan, namaz, Kur'an gibi konuyla ilgili uygulama bulunmaktadır.[206]

3.6. Sosyal Medyadaki Dini Uygulamalardan Örnekler

Din, toprakların kaderini belirleyen, tüm yaşayış şeklini oluşturan, tarihin akışını değiştiren bir fenomendir. Din hakkında asgari düzeyde de olsa bir bilgilenmeye ihtiyaç had safhadadır. Buna rağmen hala medyamız bir din uzmanı bulundurma ihtiyaєını yeterince hissetmemektedir. Oysa ekonomi, moda, beslenme, gayrimenkul için uzmanlar bulundurulabilmektedir. Dini kavramları bilerek ya da bilmeyerek karıştıranlara, hatimle hutbeyi, hutbeyle vaazı, bayramla cumayı, âyetle hâdisi birbirine katanlara ve

[203] Ömer Menekşe, "Türk Sinemasında Din ve Din Adamı İmajı", 2. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi, Diyanet İşleri Başkanlığı, Ankara, 2005, s. 60.
[204] Lynn Schofield Clark, "Challenges Of Social Good İn The World Of Grand Theft And Barbie: A Case Study Of A Community Computer Center For Youth", *New Media&Society*, (2003), s. 95.
[205] Ayşe Zişan Furat, *Dkab Derslerinde Görsel Medyanın Kullanımı/ Kullanılabilirliği*. İçinde R. Kaymakcan, M. Zengin Ve Z. Ş. Arslan (Ed.), Türkiye'de Okullarda Din Öğretimi, İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi, 2011, ss. 573-587.
[206] Mehmet Haberli, "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, (2019), s. 310.

karıştıranlara sadece basit bir şeymiş gibi yaklaşmamız mümkün değildir. Bunun sonucunda "Bu yıl da hac kurbana denk geldi" şeklinde haberlere şahitlik etmekteyiz.[207]

Din ile medyanın bazen uyuştuğu bazen de karşı karşıya geldiği husus bunların birer kültür iklimi oluşturma yaklaşımlarıdır. Örneğin bir inanca mensup bireyler sadece inanç bağlamında değil genel olarak yaşam anlayışlarını da bu doğrultuda sergilerler. Medya da aynı biçimde kendine münhasır bir kültür oluşturma yaklaşımı sergilemektedir.

Din ve medyanın kesistiği nokta hedef kitleyi kendi istediği gibi şekillendirmektir. Bir dine inanan insanların oluşturduğu iklim aşağı yukarı aynıdır. Bu nedenle medya da kendi iklimini oluşturmaya, ortak bakış açısı şekillendirmeye çalışmaktadır. Din, medyadan mesajlarını insanlara iletmek, evrensellik iddiasını, kurallar bütününü kabul ettirmek, taraftar toplamak ve de ikna edebilmek açısından yararlanmaktadır. Ancak unutulmaması gereken şudur ki, medya göstermek istediğini, göstermek istediği şekilde yansıtır.

Anton Zıjderveld'in[208] "Soyut Toplum" kitabında modern toplumların soyutlaştığını, dinin de bundan nasibini aldığını, değişip dönüştüğünü geleneksel söylemler ile hoca-öğrenci vs ilişkisi şeklinde değil de televaiz veya dijital vaiz, medya vaizi ile gerçekleştirildiğini belirtmektedir. Bu yüzyılda birçok dini cemaat ve gruplar, mobil uygulamalar üzerinden dini metinler okumakta, dualar etmekte, yazılımlar yoluyla nasıl ibadet edileceğini bu uygulamalar üzerinden aktarmaktadır. Böylece bireyler, birbirleriyle daha sık iletişime girmiş ve farklı bilgisayarları birbirine bağlayan ağla, aynı şeylere inanan, aynı düşünceye sahip insanlar sanal ortamda bir araya gelmeye başlamıştır.

Popüler kültür bağlamında öne çıkan kavramlardan biri de *"medya vaizliği*", olup Medya vaizi (media minister), halkın ilgili konularda bilgisini arttırmaya yönelik bir uygulamadır.[209]

Sosyal medya aracılığıyla her türlü fikir ve görüşlerini paylaşan bireyler, dini yaşantılarına dair bilgileri de paylaşmaktadır. Bu paylaşımların Müslümanlar açısından ciddi bir tehlike olduğunu iddia eden araştırmacılar bulunmaktadır. Sosyal medyada

---

[207] https://www.yenisafak.com/gundem/hac-bu-yil-da-kurbana-rastladi!-417537 (12.08.2021)
[208] Anton C. Zıjderveld, *Soyut Toplum* çev. Cevdet Cerit, İstanbul: Pınar Yayınları, 1985, s.99-100.
[209] Claire H. Badaracco, *Quoting God: How Media Shape Ideas About Religion And Culture*, Texas: Baylor University Press, 2005.

bireyler paylaşım yaparken beğenme, yorum yapma, paylaşma tepkisi bekleyerek paylaşım yaparlar. Bireylerin paylaş butonuna basarak diğer insanlardan bir nevi medet umması dinen sakıncalı bir konudur. Hz. Peygamberimiz (S.A.V), işlediği hayrı şöhret kazanmak için halka duyuran kişinin riyâkârlığını Allah'ın açığa vuracağını haber vermektedir.[210] Ayrıca hayrı ve güzel ameli, bir elin verdiğini diğer elin göremeyeceği kadar gizli verilmesi gerektiğini buyurmaktadır.[211]

Sosyal medyada yorum bölümünde ise insan, kendi nefsini okşayacak sözler duymak istemektedir. Dinimize göre yaptığımız işleri öncelikle Allah rızasını kazanmak için yapmamız gerekmektedir. Bununla ilgili, şehit düşse dahi eğer bu insanlara göstermek ve övgü almak için yapılıyorsa hiçbir ehemmiyetinin olmadığı bildirilmektedir.[212]

Kişilerin sosyal medyada çocuklarının, kendinin veya aile üyelerinden birinin kıldığı namazı, ettiği duayı paylaştığında bu paylaşımlar medya dindarlığı veya sosyal medya dindarlığı denilen olayı karşımıza çıkarmaktadır. Hâlbuki bilindiği üzere İslamiyet'te Allah'tan başka kimseden mükâfat beklememek anlayışı vardır. Sosyal medya vasıtasıyla ibadeti sergilemek, Hz. Muhammed'in *"sağ elinin verdiğini sol elin görmeyeceği kadar gizli vermek"* yaklaşımıyla çelişmektedir.[213]

Kullanıcı; yaptıklarını üçüncü çoğul şahıs ekiyle (bugün çocuk esirgeme kurumunda oyuncak dağıttık) ifade ederek *"benlik vurgusundan"* uzaklaştırmaktadır. Zira yüklemin sonuna getirilen "biz"lik ekinde aslında bir "ben"liğin olduğu kanaatini oluşturmaktadır. Tam da bu yüzden günümüz bireyi, dindar olmaya çalışırken çoğunlukla geleneksel öğretilerle[214] yeni medya paylaşımlarının oluşturduğu davranış kalıpları (paylaşım) arasında sıkışmaktadır.[215]

---

[210] Buhari, ''Rikak'', 36.
[211] Buhari, ''Ezan'',36; Müslim, ''Zekât'', 91.
[212] Muslim, ''İmare'', 152.
[213] İmam Buhari, *Sahihi Buhari*, çev. Beşir Eryarsoy, Halil Aldemir ve Mehmet Odabaşı, İstanbul: Polen, 2010, s.36.
[214] Ahmet Davudoğlu, *Sahîh-i Müslîm Tercümesi ve Şerhi,* İstanbul: Rihle, 2017.
[215] Kelli Fuery, *New Media: Culture and Image*, New York: Palgrave, 2009.

Birey; Allah'ın buyruğu olan *'ibadette gizliliği'*sosyal medyadan açık ederek bir bakıma gizliliği açık etmektedir.[216] Bu anlamda toplumsal hayatıyla uyum içinde olmayı temenni eden dindar kişi, farklı öğretiler arasında çelişki yaşadığında, çıkış yolunu sosyal medyada kendini ifade etme şeklinde sergilemektedir.[217]

Sosyal medya kullanan birey yaptığı paylaşımlarla örneğin Cuma mesajı, bayram mesajı gibi imgelerle kendini ortaya koyarken takipçilerinden de beğeniler alır. Bu bağlamda sosyal medya kullanan kimse bir noktada kendisini medya vaizi şeklinde de değerlendirmektedir. Medya vaizi, yazılı ve görsel alanda yaptığı paylaşımlarla bir noktada idealleştirilen hayatla adaptasyon bağı kurar.[218]

Gerçek dindarlık, duygu ve davranıştan oluşan uhrevi temalı bir süreçtir. Bu da insanların emek ve çaba sarf etmeyi, zorluklara göğüs germesini, gerektirir. Kur'an'da: *"Hakkında kesin bilgi sahibi olmadığın şeyin ardına düşme; çünkü kulak, göz ve kalp, bunların hepsi ondan sorumludurlar*"[219] "*Bilmiyorsanız, âlimlere sorun*."[220] "*Her topluluktan bir gurup insanın dinde tafakkuh etmesi gerekmez mi?*"[221] âyetleri, bu gerçeği ortaya koyar.[222]

Sosyal medyadaki bilgi kirliliği ve gençlerin yeterli, doyurucu din eğitimi almamasından mütevellid pek çok gencimizden Kur'an-ı Kerim'in değiştiği, Hz. Muhammed'in (s.a.v.) sünnetlerinin yanlış aktarıldığına dair aldığımız veriler bize şu âyeti hatırlatmaktadır:

..."İmân edenlerin Allah'ı anmaktan ve kendilerine inen haktan dolayı halâ kalplerinin saygı ile ürpermesinin zamanı gelmedi mi? ..Müminler daha önce kendilerine kitap verilip de üzerinden uzun zaman geçince kalpleri katılaşanlar (Yahudiler ve Hristiyan lar) gibi olmasınlar. Onlardan birçoğu fasık kimselerdir…"[223]

---

[216] Mete Çamdereli v.d., *Dijitalleşen Din*, İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.
[217] Ekmel Geçer, "Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time1 ya da Selfie Dindarlığı", *İnsan&İnsan, (*2018), s. 90.
[218] Ekmel Geçer, a.g.e., s. 92.
[219] İsrâ, 17/36.
[220] Nahl, 16/43.
[221] Tevbe, 9/122.
[222] İlhami Güler, *Sosyal Medyada Din, Yeni Medya ve Din Tartışmaları,* İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2016, s. 230.
[223] Hadid 57/16.

Peygamberimiz Hz. Muhammed'in de belirttiği gibi: "Sizin İmân ettiğiniz bu din çok sağlamdır. Siz, dininizde rıfk ile derinleşmeye bakınız."[224] Bizler bu derinliği yakalayabilmek için araştırmalı, bilgi kirliliğinde boğulmamalı, sahih bilgiyi bulmaya gayret etmeliyiz. Naisbitt'in de belirttiği gibi, bilgi formatına sokulmuş pek çok bilgicik müsveddesiyle karmaşa içinde insanoğlu boğulan bir bilgi işçisine gelmiştir.[225]

Sosyal medya platformu, gerçek dini bilgiye ulaşmak kadar, alakasız kişilerin haddini-hududunu bilmeden, *"cahil, cesur olur*" fetvasınca *"yorum"* ürettikleri ve paylaştıkları bir sahadır. Bu anlamda daha önce bahsi geçen dinin "*hayatî"* liğinin, dolayısıyla öneminin, kaybedilerek *"oyun ve eğlenceye çevrilmesi*" gibi bir durum ortaya çıkmaktadır.

İnternet ile bu sahadaki bazı tartışmaların etkileri de görülmektedir. Nefret söyleminin yaygınlaşmasında internetin tesiri yadsınamaz. Bu mecrada yapılan hakaretler ve olumsuz söylemler toplumun değerlerini yozlaştırmaktadır. Sosyal medyada herkesin bir anlamda fake (sahte) hesapla "klavye delikanlılığına" soyunduğu bu ortamda, insanların yüz yüze iken söyleyemeyeceği şeyleri buradan hakaret ve nefret içeren ötekileştirici söylemleri toplumdaki birlik ve bütünlüğe zarar vermektedir. Medya, insanları, bir fikir, akım, moda, müzik grubu, dini bir eğilim karşısında örgütleyip bütünleştirmekle beraber bir yandan da bizden olmayan yani öteki şeklinde ayrıştırmaya gitmektedir. [226]

Günümüzde toplum bir taraftan da bir iletişim toplumudur. Enformasyon, zamanımızda toplumları etkileyen önemli bir husustur. Sanayi toplumundan enformasyon toplumuna geçişin dinamikleri, iktisadi etmenler yerine "enformasyonun" tercih edildiği, fabrika yerine yüksek teknolojilerin uygulamaya geçtiği bir süreçtir. Bu durum esasen Z sözcükler âleminden imajlar âlemine *(TV, reklamlar, filmler, internet)* geçiş anlamına da gelmektedir. Bu yapıdaki insan modeli, *"bilgi ve enformasyon bombardımanı altında kalan, çevresindeki sonsuz uyaranlara maruz kalan"* bir tiptir. Bu modele *"manipülatif insan tipi"*denilmektedir.[227]

---

[224] Ahmed, ''Müsned'', c. III, s. 199.

[225] Hüseyin Aydın, "İnternetin Getirdiği Avantajlar ve Riskler (İtikad ve Ahlâk Açısından)", Küreselleşme ve Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı, 2013, s. 93.

[226] Özkan Gözel, *Medyatizm Çağında İletişimin Özünü Yeniden Düşünmek, Medya ve Din Tartışmaları*, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2016, s. 120

[227] Mustafa Arslan, ''Medya ve Yeni Dinsel Kimlikler'', *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu*, Ed. Mete Çamdereli, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2015, s. 203.

Medya ve din muadil olmayan iki kavramdır. Burada sorulması gereken "medyada/ ekranda din nasıl durur?" olmalıdır. Sosyal medya, yapısı gereği "göründüğü kadar varsınız" ilkesinden yola çıkarak insanlara her anını fütursuzca paylaşması fikrini aşılamaktadır. Sosyal medya, temel değerleri değiştirip dönüştürecek bir yapıya sahiptir. Çünkü günlük hayatta bizlerin çok anlamsız, saçma şey/şeyler burada takipçi/beğeni kazanabilmek için yapılabilmektedir. Ekranda sürekli görülen şeyler kişilerde kavramı, olayı, sıradanlaştırma/ normalleştirme sürecine gitmektedir.

Son zamanlarda öne çıkan değer, dijital değerdir. Yani akranları tarafından beğenilmek, takdir edilmek ve like almak. Bunu yapabilmek için neredeyse her şey mubahtır. Anlamsız challenge adı verilen yarışmalar yapılmakta, özel hayat ifşa edilmekte, ağza alınmayacak küfürler ile videolar oluşturulmaktadır. Kısacası ne tutuyor, takipçisi ne istiyorsa o şekilde yaşamak, ilgiyi, beğeniyi yani dijital değeri kaybetmemek esastır. Hatta burada karşılıklı bir danışıklı dövüş bile yapılmaktadır. Dijital değeri kaybetmemek için "sen beni beğen; ben de seni" gibi yaklaşımlar benimsenmekte," takipten çıkma, takibe takip" gibi ayrı bir jargon gelişmektedir.

Beğeniyi kaybetmemek için ünlü birinin sözünü paylaşmak, hatta bazen o şair veya yazara bile ait olmasa da sırf çok beğeni topluyor diye bunu bilerek-bilmeyerek yapmak da yaygın bir davranış biçimi haline gelmiştir, bazen bu yöntem dini konular için de geçerli olabilmektedir. Bilgisi olmadan, kime ait olduğunu öğrenmeden, doğruluğunu teyit etmeden, kısacası beğeniye göre dini paylaşım yapmak sığlaşmaya neden olmaktadır. Aslında buradaki beğeni, paylaşan kişiye değil; sözün ait olduğu kimseyedir. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi takip ve beğeni için her şey mubahtır. Bu paylaşımlar bazen de "tebliğ" vasıtası olarak görülebilmektedir.

Örneğin; Mehmet Akif'in yılbaşı ile ilgili şiiri bulunmamasına rağmen, her sene bu paylaşımlar sıkça karşımıza çıkmaktadır. Din, ihtisas alanı olmamasına rağmen herkesin üzerinde konuştuğu bir enformasyon kirliliğinin yaşandığı alandır. "Bu sene de hac, Kurban Bayramı'na denk geldi" şeklinde cahilce paylaşımlar medyada yer almıştır. Kıyamet günü ile ilgili âyet veya hâdisler, âlimlerin sözleri yalan yanlış paylaşılmaktadır. 280 karaktere Mevlana'nın sözünü sığdırmaya çalışırken eksik bilgi vermekte veya âyetin/ hâdisin yanlış yorumlanmasına sebep olmaktadırlar. Dahası bunu denetleyen bir kurum veya mekanizmasının olmamasıdır. Diğer kitle iletişim araçlarını denetleyen bir

RTÜK var iken sosyal medyada böyle bir denetim mekanizması bulunmamaktadır. Bu noktada dinle ilgili yanlış bilinen şeylerin doğrularını aktaracak bir referansa ihtiyaç duyulmaktadır.

Eskiden gözetleme, dikizleme olarak tabir edilen günümüzdeki stalkerlar için Kur'an-ı Kerim'de Hucurat Sûresinin 12. âyet-i kerimesi şöyle buyurmaktadır:

"*Ey İmân edenler! Zannın çoğundan sakının; çünkü bazı zanlar günahtır. Gizlilikleri araştırmayın, birbirinizin gıybetini yapmayın; herhangi biriniz, ölmüş kardeşinin etini yemekten hoşlanır mı? Bak bundan tiksindiniz! Allah'a itaatsizlikten de sakının. Allah tövbeleri çokça kabul etmektedir, rahmeti sonsuzdur."*

Yüce dinimiz İslam, "*Ey İmân edenler! Güvenilir olmayan birisi size bir haber getirdiği zaman, onu araştırınız, araştırmadan almayınız. Aksi takdirde cahilce ve bilgisizce nice toplumlara kötülükler yaparsınız ve sonunda pişman olursunuz*"[228] ve "*Hakkında bilgin olmayan konuların peşine düşme. Çünkü kulak, göz ve gönül bunların hepsi sorumludur*"[229] âyet-i kerimeleri ile getirilen haberin sorgulanmasını temel ve öncü ilkeleriyle adeta bir medya etiği olarak takdim etmektedir.

Değer algısı, sosyal medyada değişmektedir. Günlük hayatta pek çok husus sosyal medyada normal kabul edilmektedir. Günlük hayatta yediğini içtiğini paylaşmak ayıp iken; lüks mekânda yenen bir yemek paylaşımı sosyo-ekonomik gösterge olarak kabul edilmektedir. "Kitle etkileme uzmanlığı" olarak da adlandırılan bu kavramı, muhafazakâr dindar kesim de takipçi sayısını artırabilmek, geniş kitlelere hitap edebilmek için bu tarz paylaşımlar yapabilmektedir. Bu anlamda sosyal medya, dindarların birbirini ötekileştirdiği, dindarlıklarını sorguladıkları bir alandır. Kimisi yüzünün görünmesini mahremiyet ihlali kabul ederken; kimisi sınırları genişletmektedir. Bu anlamda sosyal medya, mahremiyet gibi pek çok alanı değiştirip dönüştürmektedir. Kişilerin en özel anları evlilik, doğum, çocuk, ev hayatı gibi paylaşımlar en ince ayrıntısına kadar paylaşılmakta; gerekirse takip ve beğeni sayısını artırabilmek için beğeni toplayacağı düşünülen kurmaca fotolar, videolar sisteme yüklemektedir. "Helâl romantizm" kavramı bu anlamda önümüzdeki yıllarda çokça duymaya başlayacağımız ibarelerdendir.

[228] Hucurat, 49/6.
[229] İsrâ, 17/36.

Kitle iletişim araçları vasıtasıyla aktarılan dini motiflerin (şal, tesbih, tülbent, cami vb) dini algıyı nasıl değiştirip dönüştürdüğüne de bakmak gerekmektedir. Pahalı bir çanta-gözlük veya tesettür giysilerinin yer aldığı bir reklam, dini programların arasında sürekli verilerek bunları alıp kullananların belli bir sosyo ekonomik düzeye ait olacağı mesajını verirken; bir yandan da tüket- israf et- at metni ile İslamiyet ile çelişen yaklaşımlar sergilemektedir. Konuşan seccade, yakmayan kefen, kıbleyi görünce yanan seccade… Dinin metalaşması ve pazarlama stratejisi olarak insanların gönül duygularına balta vurmak kelimenin tam anlamıyla bir niyet-eylem uyuşmazlığıdır. Bu noktada İspanya Kralı'nun "Ben ülk Falco eyi 3F ile yönettim" sözünü hatırlamak gerekir. Fado, fiesta, futbol (müzik eğlence ve futbol). Bu yüzden sosyal medyanın kitleleri etkilemedeki gücü göz ardı edilemez.

Sosyal medyanın sanal dünya olduğu noktasından hareketle burada yapılan paylaşımların, yazılan yorumların, herhangi bir yaptırımı olmayacağı düşüncesiyle; gıybet, iftira, haset, fitne olmuyor gibi bir algı oluşması yanlıştır. İnsanlar, sanal gerçeklik düşüncesiyle oradaki paylaşımlarından sorumlu tutulmayacağını düşünmektedirler. Yapısı gereği anonimlik veya görünmediğimiz hissiyatı evimizin, hayatımızın kapılarını herkese açmamıza sebep olmaktadır. Gerçek hayatta yeni tanıştığı birine mesafeli olan, evlerinin perdelerini sıkı sıkıya kapatan insanlar, sosyal medyada zaman zaman mahremiyet perdelerini açmakta çekinmemektedirler. Doğmamış çocuklarına sosyal medya hesabı açmak veya ultrason görüntülerini paylaşmak, ticari bir amaç, reklam almak için kullanılan bir stratejidir. Burada çocuklar araçsallaştırılmaktadır. Aslında özel hayat tamamen ticari bir araç konumuna düşmektedir. Bu nedenle herkes kendi kanalını açmaya çalışmakta, kendi gazetesini çıkarmakta, herkes masal anlatıcısı, blogger, aşçı, makyöz olmakta böyle paylaşımlar yapmakla görünür olmaya çalışmaktadır. Bu da akabinde ifşayı zaruri kılmaktadır. Aslında tam olarak neyi başardıkları bilinmemesine rağmen "en çok ben görünüyorum, en çok ben takip ediliyorum" diyen kişiler rol model gibi kabul görmektedir. Eskiden roman kahramanlarına özenen gençlik, günümüzde "influencer youtuber"ları takip eder hale gelmiştir. Öyle ki 2018 yılında Mısır müftüsüne Facebook'ta beğeni ve takipçi satın almak caiz midir? sorusu yöneltilmiştir.

Dinimizde sağ elin verdiğini sol el görmeyecek derken, yapılan yardımlar, ziyaretler, düzenlenen etkinlikler, "biz… yaptık" şeklinde birinci çoğul kişiyle aktarılmakta, aslında "biz"den çok "ben"in öne çıkmasını, görünür kılmayı ve yapılanları duyurmayı hedefleyen paylaşımlar olmaktadır.

Yapılan ibadetleri, hac farizasını veya umre ziyaretlerini boy boy paylaşan kişiler bunu yaparak bir tarafa ait olduğunu göstermek veya ben de sizdenim şeklinde bir algı mı yaratmaya çalışmaktadır? Bu mesaj bombardımanı arasında kalan yeni nesil ise, çalışmamızda olduğu gibi reel hayat ve iç sesi arasındaki ikilem ve çalkantıdan kurtulabilmek için bu tarz paylaşımlara belki de bir anlamda prim vermektedir. Bu paylaşımların bu şekilde yaygınlaşması ve bir anlamda tutması kitle iletişimcilerin reyting iştahını kabartmış, medya vaizliği denilen halkın dini sorularına cevap vermek niyetiyle yapılmış ama daha çok tartışma içeren ve izleyiciyi ekrana çekecek insanları cezbedecek konuları seçmeye başlayarak buna çanak tutmuştur. Bunun bir adım ötesi de bunu sosyal medyaya taşımak, hemen herkesin dini (!) bilgi paylaştığı perşembe geceden başlayan hayırlı cumalar mesajı ile cuma günlerinin olmazsa olmazı paylaşım haline gelmiştir. Öyle ki, hayırlı cumalar mesajı tüm dünyada Twitter'da en çok kullanılan kelime kalıbı olmuştur.

Bilinçli insanlar ise, grupsal *"nüfuz etki"* çevresi yaratmak amacıyla bu hareketliliği hızlandırmakta ve buna gayret sarf etmektedirler. Bu hususta Cuma günleri gibi bazı özel günlerde yollanan mesajlara atıf yapılacak olursa: Örneğin kullanıcıların Peygamber Efendimiz'e 8 milyar salavat getiriyoruz diyerek Salavat kampanyası başlatmaları.

"Her kim okursa cennette yer alır. Bu mesaja kim inanmazsa cehennemde yer alır". Gibi bir dilek etkinliği oluşturmaları ve mesajlarla yaymaları. "Gece namazı kılıyoruz", diye bir etkinlik başlatmaları gibi yaklaşımlarla ön plana çıkmaktadır.[230]

Sosyal medyanın çeşitli kurumlarda olumlu, faydalı kullanılması örneğine de rastlamak mümkündür. Diyanet İşleri Başkanlığı bu konuya örnek gösterilebilir. Derginin Ocak 2012 sayısı "Sosyal Ağlar ve İletişim Ahlâkî" başlığıyla çıkmıştır. Dönemin başkanı Prof. Dr. Mehmet Görmez, dergi için hazırladığı yazıda sosyal medyanın

[230] https://twitter.com/8milyarsalavat, (10.05.2021).

önemine değinmiş, oturduğumuz yerden pek çok kimseyle selamlaşmanın, bilgi, ahlâk, adalet yaymanın ne kadar büyük bir imkân olduğunu vurgulamıştır.[231]

Yine aynı dergide yer alan Elif Arslan (2012), yazısında yukarıdaki yazıyı destekler nitelikte paylaşımlara yer vermiş olup, sosyal ağların günümüzde gelindiği nokta ile ilgili durumunu incelemiştir.[232]

Toplumda daha önce kendisini ifade etme imkânı bulamayan söylemler için yeni imkânlar doğmakta, alternatif farklı dinsel söylemlerin kitleselleşmesi ve yayılması söz konusu olmaktadır. Bu anlamda bu çevreler için bir "söz hakkına kavuşma" imkânı söz konusu olmaktadır. Yanı sıra dini çevreler için medya, hem (medya aracılığı ile veya başka sebeplerle vuku bulan) dini yozlaşmanın önüne geçme hem de dini konularda toplumu aydınlatan, Müslüman bir topluluğun standartlarını ortaya koyan bir yayıncılık izleme çabasının aracı olacaktır. Bu anlamda dini çevreler örneğin, Kur'an eğitimi, Arapça eğitimi, İslami davranış ve ilkeleri anlatan programlar, İslami haber programcılığı, Kur'an mealine ve tefsirine dayalı programlar, peygamberi anlatan programlar, İslam ve diğer dinleri mukayeseli olarak anlatan belgeseller ve İslam coğrafyası ile ilgili programlar medyada yayınlanmaya çalışılacaktır.[233]

Politik tutumda dini söylem ve anlatının görünürlüğü artmış ve toplumda da bu bağlamda dindarlaşma temayülü gözlemlenmiştir. Siyasal figürlerin gittikleri camilere gitmek, oralardan sosyal medya kanalları aracılığı ile bildirimde bulunmak şeklinde ortaya çıkan bu yeni davranış biçimleri, aynı zamanda politik bir varlık biçimi olarak da tanımlanabilmektedir.[234] Hayatın her alanında olduğu gibi, dini alanda da inananlar arasında yoğun kullanım vardır. Hatta sanal dini cemaatler kurularak katılımcıların dini sorgulama, tartışma ortamı yaratılmaktadır. Sadece bağlandığın ülke ile sınırlı kalmayan kullanıcılar uluslararası sosyal medyada bilgi alışverişinde, yeni bilgiler öğrenme ve öğretme girişiminde bulunmaktadırlar. Daha önceleri dinler arasında çok katı bir ayrım

[231] Mehmet Görmez, Diyanet İlmi Dergi Kur'an Özel Sayısı, "Sosyal Ağlar, İletişim Ahlâkî ve Din", 2012, s.3.
[232] Elif Arslan, "Sosyal Ağlar, İletişim Ahlâkî ve Din", *Diyanet İlmi Dergi Kur'an Özel Sayısı,* (2012), s.22-24.
[233] Ahmet Arslan, a.g.m., , s. 204.
[234] Ekmel Geçer, "Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time1 ya da Selfie2 Dindarlığı", *İnsan& İnsan,* Yıl 5, (2018), s. 86.

yapılarak insanların kutuplaştırılmasına karşın, sanal âlemde farklı fikirler öğrenerek yanlış tabularını yıkmaktadırlar.[235]

[235] Yunus Mencik, Mustafa Çalışkan, "Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya", *Akademik Bakış Dergisi*, Kırgızistan, (2015), s. 21.

İKİNCİ BÖLÜM
SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE ÖĞRENCİLERİN DEĞERLERE BAKIŞI

Gençlik toplumun kodlarını çözebilme, ileriye dönük kalkınma planları yapabilme açısından anlaşılması, irdelenmesi, üzerinde düşünülüp çalışılması gereken önemli bir sosyal kategori alanıdır. Bu sebeple tarih boyunca antropoloji, sosyoloji, etnografya gibi disiplinlerin gözde konularının başında gelmiştir. Ancak üzerinde tanım tartışması yaşanan konulardandan da biridir. Nitekim sanayileşme ile birlikte gençlik kavramı da değişmeye başlamıştır. Küçük yetişkinlik tanımı ile çocukluktan yetişkinliğe geçiş evresi olarak kabul edilen kavram, makineleşme ve saneyileşme ile birlikte işgücü, üretim -tüketim ilişkisi içinde değerlendirilmiş; gençlik için yeni beceriler edinilmesi gereken dönem olarak kabul edilmiştir. Nitekim ülkemizde de genç nüfus ve çalışan nüfus istatistiklerde kesişmeye, birlikte verilmeye başlanmıştır. Bununla birlikte makineleşme ve iş gücündeki artış gençlere olan ihtiyacı artırmakla birlikte paradoksal biçimde gençliğe materyalist değerleri yükleyerek tüketmesi, yaşamın temel gayesinin haz olduğu, güçlü olmanın hayattaki temel düstur olması ve bu doğrultuda yapılacak her şeyin mübah olduğu olgusu işlenmektedir. Bu nedenle gençlik ve gençliğin toplumsal değerlere verdiği önemi sosyo kültürel olgulardan ayrı düşünmek mümkün değildir. Yaşanılan toplumsal çevre, değişen yaşam şartları, kültürel etkileşimler elbette ki en çok bu kesimi etkileyecektir. Teknolojinin yaşamımıza kattığı yenilikler ve bunların baş döndürücü hızla gerçekleşmesi, ancak toplumsal değerlerin bu denli hızlı değişime karşı yeni değer üretememesi arasında sıkışan gençlik, boşluk, topluma yabancılaşma, kimliğini bulamama, kişiliğini oturtamama, bunun yerine kendisine rol model olarak sunulanlara öykünme ve onları rol model alma şeklinde tezahür etmektedir.

Kitle iletişim araçları ve özelde sosyal medya araçları yönlendirilmiş bilinç ile modern insanı yeniden tasarlamaktadır. Bu da edilgen, ilgisiz, topluma ve yaşadığı kültüre yabancılaşmış bir nesil oluşmasına zemin hazırlamıştır. Tüm ihtiyaçlarının hazır halde kendisine sunulmasını bekleyen, dinlenmek yemek yemek dâhil her şeyi ayaklarına serilsin isteyen, üç dakikada pişen yemek ile karnını doyurup kalem kâğıda iki satır yazı yazmaktan imtina eden, bilmem kaç kameralı telefonu ile ekran görüntüsünü almayı derse

katılmak olarak algılayan gençlerin görülmeye başladığı bir çağda yaşamaktayız. Elbette ki bunlar öğrenilen eylemlerdir. Jean Twenge'nin "Ben Nesli" kitabında insan içinde yaşadığı çağa, babasına benzediğinden daha çok benzer sözünü anlatmaktadır. Bununla beraber tüm genç kesimi tüketen sorumsuz duyarsız olarak yaftalamak yanlış bir tutumdur. Birkaç dil bilen yüksek lisans bitirmiş ancak iş bulamamış hayata ve geleceğe karşı güven ve umudunu yitirmiş bir neslin de beraberinde geldiği gözden kaçmamalıdır. Kişinin kendisini gerçekleştirmesi değerleri yaşama ve aktarma konusunda birincil adımdır. Bu olmadan belli bir yaşa geldiği halde ailesine maddi açıdan bağlı gelecek kaygısı taşıyan gençlerin de benmerkezci yaklaşımlar göstermesi depresif tavırlar sergilemesi gençlik sosyolojisi alanında çalışan kişilerle birlikte elbette sosyal hizmet alanları ve devlet politikası yürütücülerini de ilgilendirmektedir.

Bu bağlamda çalışmamızı yürüttüğümüz üniversite gençliğinin sosyal hayata katılımı, kişisel gelişimini destekleyici çalışmalar yürütülmesi ve bu anlamda aidiyet hissini destekleyici çalışmalar yapılması şarttır. Üniversiteler sadece meslek kazandıran binalardan örülü yerler değildir. Toplumun ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücünü yetiştirmek sadece alan bilgisinin kazandırılması ile mümkün gözükmemektedir. Ailesinden ayrılan ve gurbet özlemi çeken gencin veya ailesiyle birlikte yaşasa da yeni bir sosyal yaşam içinde bulunan gencin farklı pek çok kesimden insanlarla bir arada bulunması bir kazanım olmakla birlikte marjinal grupların veya merdiven altı toplulukların öğrencilerin manevi dünyasına zarar vermesine engel olunmalıdır. Bu tarz gruplar, kendini, dini değerlerini yerli yerine koymaya çalışan bu temiz dimağları çeşitli sosyal medya mecraları ile yanına çekebilmekte veya gönül dünyalarını kirletebilmektedir. Yanlış öğrenilen bir şeyin doğrusunu öğretmek ilk defa öğretmekten daha zordur. Gençler bu sosyal medya hesapları, WhatsApp grupları ve buralarda dolaşan bilgi olmayıp bilgi formatına sokulmuş fikirlerle din ve değerlere karşı olumsuz bir tutum sergileyebilmektedir. Bu noktada gençlik sosyolojisi alanıyla ilgili tüm meslek gruplarına büyük görevler düşmektedir.

1. GENÇLİĞİN "DEĞERLER ODAĞINDA" SOSYAL MEDYA KULLANIM DENEYİMLERİ

Dünyanın son 25-30 yıl içerisinde yaşadığı değişimlere baktığımızda bugünkü orta yaş grubunda sayılabilecek kişilerin tv, radyo, otomatik çamaşır makinesi ile tanışma hikâyelerini dinlerken şu anda Z kuşağı adı verilen gençlerin hali hazırda bu iklime

gözlerini açtığını görmekteyiz. TV, radyo ilk çıktığında şaşkınlıklarını gizleyemeyen, milli marşı söyleyip ekranı kapatan, radyodan ajansı dinleyip tiyatro -kitap saatlerini takip eden kişilerin hayatı algılaması, zor şartlar ile mücadele etmesiyle birlikte yeni teknolojik imkânlar ile örneğin drone ile her yeri gözleyebilir, telefondaki bir tuş ile istediği kişiyle görüntülü konuşabilir, her sorunun cevabını avucunun içindeki makine ile saniyeler içinde bulabilen kişilerin sabır, özveri, fedakârlık gibi kavramlara yaklaşımının farklı olması kaçınılmazdır. Oturup saatlerce kağıt kalem ile mektup yazıp binbir zahmet ile onu postalayıp aylar içinde cevap gelmesini büyük bir özlemle bekleyen kesim ile "mavi tik ile mesajımı gördü, cevap yazmadı" deyip saniyeler içinde ilişkini bitiren ve günümüzün moda terimiyle trip atan bir yaklaşım arasındaki fark aşikardır. Büyük masalar etrafında toplanan aile yemekleri, bayram sabahları, sahur ve iftar hazırlıkları, yerini Mc Donalds kültürüne, bayramda gidilecek tatil mekânları araştırmaya bırakmıştır. Sofrada büyükler başlamadan yemeğe başlamayan, onların yanında ayaklarını uzatmayan, kültürel gelenekten toplu taşıma araçlarında büyüklere yer vermemek için uyuma numarasına girişen neslin değerlere yaklaşımı elbette farklıdır. Tüm geleneklerin aynı şekilde yaşatılması eşyanın tabiatına aykırı olmakla birlikte Osmanlı kültüründe bir evde hasta var iken pencereye sarı çiçek konduğunda seyyar satıcının bile bağırmadığı ince ve naif düşünceli genetik kodlarımızın sosyal medya adı verilen büyük imkânın olumsuz etkilerini kucak açarak karşılamak düşünülmesi gereken bir durumdur.

En büyük ideali Youtuber olmak, Tik Tok'ta daha fazla izlenebilmek için anneannesinin kafasında yumurta kıran, beş lira için annesinin boğazını kesen, ölen yakınının tabutunda selfie cekip paylaşan, görevli olduğu hastanede vefat eden birinin resmini çekip az önce ex oldu diye dalga geçen, sokak kısıtlamasında kendini polis diye tanıtıp yaşlı amcalarla dalga geçmeye çalışan gençliğin değer algısının geldiği nokta ve sebebi üzerinde mutlak şekilde düşünülmesi ve çalışılması gerekmektedir. Evlerinin kapısını kilitlediğinden güvende olduğu ve özelini mahremiyetini koruyan, hatta kapısını kilitlemese bile güvende olduğunu komşularından zerre kadar zarar gelmeyeceğini bilen komşu kültüründen evin kapısını kilitlese bile elindeki küçücük bir makineyle bizi her daim gözleyen, her anımızı, özelimizi, gittiğimizi, yediğimizi, içtiğimizi bilen, bunları veri olarak paylaşan, yaşantımız hakkında söz sahibi olan veya söz sahibi olmasına imkân ve de izin verdiğimiz bu durum düşünmeye değerdir.

Bununla birlikte bu mecrayı tümüyle kötülemek ve yok saymak elbette mümkün ve doğru bir yaklaşım değidir. Dünyanın her yerinde olup bitenleri izlediğimiz tıbbi, coğrafi, ekonomik pek çok gelişmeyi anında takip edebildiğimiz, kişisel gelişimimizi destekleyici kaynaklara ulaşabildiğimiz, online kurs ve etkinliklere katılabildiğimiz bu imkânların yok sayılamayacağı kesin olmakla birlikte kullanımına dikkat etmek, bilinçli olmak gerekmektedir. Gece gündüz her daim başı önde yürüyen bir gençlik yerine hayatının kontrolünü eline almış dünyayı ve yaşamını daha güzel ve yaşanılası kılmaya çalışılan, kendini gerçekleştirmesine yardımcı olacak kullanımı içselleştirebilmek gerekmektedir. Bireysel kullanımdaki özen ile birlikte her milletin ve her dinin öncelikli değerleri olduğunu, bunları zedeleyici, aşağılayıcı, tekfir edici tutum ve davranışlara izin verilmemesi gerektiği, ancak bunun da üslup ve yöntemine dikkat edilmesi gerektiği unutulmamalıdır. Bu kapsamda sosyal medya kanunu ve platformların ülkelere temsilci ataması, paylaşımlara izin verme noktasında ayrımcı bir politika izlemesi, tüm ülkelere eşit imkân ve yaptırımların olması da önemlidir.

1.1. Liyâkat

Liyâkat kelimesi, bir kimsenin, kendisine iş verilmeye uygunluk, yaraşırlık durumu[236]**;** bir kimsenin, bir işi başarabilmesini sağlayan nitelikleri, o işe layık olma durumunu ve yeterlilik[237] anlamlarını taşır. Ayrıca liyâkat terimi, dar anlamda herhangi bir organizasyonda işe uygun, ehil ve uzman kişinin seçilmesi anlamına gelmektedir. Buradaki "işe uygunluk", işin gereğini yerine getirebilmek için gerekli bilgi ve tecrübedir.[238]

İslami edebiyat ürünlerinden Mesnevi'de "Ey akıl sahipleri, meslek edinmede o işin ehli olan, düzgün bir kişiden yardım isteyin. Ey kardeş, inciyi sedefin içinde ara; mesleği meslek sahiplerinden iste"[239] geçmektedir. Benzer şekilde rubailerde de "*Bilgisiz kişinin testisine taş at, fakat zeki ve bilgilinin eteğine yapış. Ehil olmayanlarla bir an bile eğleşme, çünkü aynayı suda bırakırsan elbet paslanır*"[240] şeklinde ifadelere açıkça rastlamaktayız.

---

236 tdk.gov.tr, (05.12.2020).
237 Yaşar Çağbayır, Büyük Türkçe Sözlük, C.6. İstanbul: TİKA Yayınları, 2016,
238 Coşkun Aktan, Hilmi Çoban, Kamu Sektöründe İyi Yönetim İlkesi, http://www.canaktan.org/politika /kurum-devyonetimi/aktan-coban.pdf, (05.12.2020).
239 Mesnevi, V/1055-1056, 2015: 650.
240 Rubailer, 2008:1209.

İslamiyet'e geçişin ilk örneklerinin verildiği Kutadgu Bilig'te Yusuf Has Hacip dört sembolik şahıs üzerinden liyâkat ve adalet kavramı üzerinde önemle durmaktadır. *"İnsanların en seçkini, akıllı ve tam bilgili olanını halka âmir tayin et.", "İşi iş bilen kimselere ver; iş yapamayan insan onu beceremezse üzülür.", "Ey bey, işi işin ehline, işe yarayana, hareketi doğru ve dürüst olana ver.*"[241]

Kur'an-ı Kerim'de Allah, *"Emanetleri ehline teslim etmenizi ve insanlar arasında hükmettiğiniz zaman adaletle hükmetmenizi emreder." [242] ve "İnsan ancak çabasının sonucunu elde eder."*[243] âyetlerinde liyâkatın ehemmiyeti üzerinde hususi olarak durmaktadır. *"İş, ehli olmayan kişilere verilince kıyameti bekle, kıyametin kopması pek yakındır."[244]* sözüyle de konuya verilen önem anlaşılmaktadır. *"Yedi sınıf insan vardır ki, Allah onları kendi gölgesinden başka hiçbir gölge olmayan bir günde kendi gölgesi / koruması altında gölgelendirecektir: Adâletli idareci, Allah'a ibadette yetişen genç..."*[245] hâdisi de gençliğe, adalete, liyâkat ve ehliyete vurgu yapmaktadır.

Eğitim ve öğretimde incitmeden uyarmayı esas alan Hz. Peygamber, âlimleri peygamberlerin varisleri olarak kabul etmiş[246] ve eğitimcilere özel önem atfetmiştir. O, eğitmen kadrosunu ehliyet ve liyâkat sahibi, toplumun en kabiliyetli bireyleri arasından seçmiştir. Örneğin Allah Resûlü, etkileyici konuşması, fedakârlığı ve nebevî anlatım tarzını kavramasıyla bir eğitimcide bulunması gereken özelliklere sahip olan Mus'ab b. Umeyr'i seçerek Medine'ye öğretmen olarak göndermiştir.[247] Yine ilmî donanımı, kıvrak zekâsı ile sahâbe arasında farklı bir konuma sahip olan ve Yemen'e gönderdiğinde kendisine, kolaylık gösterip zorluk çıkarmaması, sevdirip nefret ettirmemesi için ısrarla tembihte bulunduğu Muâz b. Cebel'i de Mekke'ye muallim olarak bırakmıştır.[248] Görülüyor ki, ehliyet ve liyâkat sahibi kişilerin seçimine büyük özen gösterilmiştir.

---

241 Kutadgu Bilig, 2603, 5534, 1759 Beyitleri.
242 Nisa, 4/58.
243 Necm, 53/39.
244 Buhârî, ''İlim'', 2.
245 Buhâri, ''Ezân'' 36, ''Zekât'' 16; Tirmîzî, ''Zühd'' 53; Nesâî, ''Kudât'' 2; Ahmed, 2, 429; Muvatta, Şiir 14.
246 Buhârî, "İlim", 10; Ebû Dâvûd, "İlim", 1; Tirmizî, "İlim", 19.
247 İbnü'l-Esîr, Ebu'l-Hasan Ali b. Muhammed el-Cezerî, Üsdü'l-Gâbe fî Ma'rifeti's-Sahâbe, thk. Ali Muhammed Muavved v.dğr., Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, ts., 5: ss. 175-177.
248 M. Yaşar Kandemir, "Muâz b. Cebel", C. 30, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* (DİA**)**, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi, 2005, s.338.

Buna göre hem tanımlarda görüldüğü üzere hem de dini referanslar incelendiğinde liyâkatın ne kadar önemli bir değer olduğu, her platformda uyulması gerektiği ifade edilirken, öğrencilerin de belirttiği gibi, sosyal medyanın dini amaçlı liyakata değer vermeyen kullanımı aslında bu değerin uygulanmadığını karşımıza çıkarmaktadır.

Liyâkat değeri hakkında öğrenciler, kavramın önemini kaybettiğini insanların "*kendilerine ortam yapmak için*" kullandıklarını, özellikle "*vasfı olmayan insanların kullandığını*", "*iş bulmak, devlette işini halletmek*" için sosyal medya kullandığını, bu nedenle sosyal medya üzerinden gerçek din olgusunun yansıtılmadığını "*çoğunun inandıklarını düşünmediklerini*" belirtmişlerdir.

> *Bir kısım da çevre edinmek, iş bulmak için böyle paylaşımlar yapıyor. (K-08-E-22-ZF-4.S-Muğla-1000 TL)*
>
> *İnsanların sosyal medyadaki paylaşımları gösteriş için yaptıkları kesinlikle katılıyorum. Tabii ki bazılarının bunu tebliğ amaçlı yapmaya çalıştığının da farkındayım. Çünkü bir yerlerde olduğunu göstermek, saf tutmak ve birilerine yakın olduğunu göstermek pek çok insanın geçim kaynağı ya da çıkış yolu. Bu anlamda bu yolu tercih etmeleri de çok normal bence. (K-03-K-21- FEF-1.S-Çorum-600 TL)*
>
> *Kendilerine bu şekilde ortam yapmaya çalışıyorlar. Özellikle bir vasıfları olmayan insanlar bunu yapıyor. Birisinin kocası, birisinin kızı ya da marka bir şeye sahip olma ile kendilerini konumlandırmaya çalışıyorlar. Bu kişilerin durumlarından, storylerinden de anlaşılıyor. Bu tarz insanların çalıştıklarını da düşünmüyorum. Sanırım bu tarz paylaşımlar ile oyalanıyorlar. (K-26-K-18- FEF-1. S.-Antalya-400 TL)*

İfadelerden de anlaşılacağı üzere gençlerin sosyal medya kullanımıyla ilgili görüşleri liyâkat değerine önem verilmediği yönündedir. Gençler bu tarz paylaşımların belli hesaplar gözetilerek, bir kariyer, iş vs. elde etmek için yapıldığı yönünde görüş belirtmektedir. Oysaki dinimizde işi bilen insanlara verilmesi gerektiği, insanların çabalarına göre mevkilere gelmeleri ve bu noktada eş, dost, akraba gözetilmeksizin işi hak edene, liyâkat esasına göre verilmesi üzerinde önemle durulmaktadır.

Gençlerin de üzerinde en çok durduğu konu özellikle iş hayatında liyâkata yeterince dikkat edilmediği hususudur. Kişilerin huzurlu ve de verimli çalışmasının ilk şartı adam kayırma, mobbing ve liyâkat hususlarına dikkat edilmemesidir. Ancak daha

işe alım sürecinde veya herhangi bir seçme sınavında kişilerin işi, bursu veya kadroyu ehline verildiğine dair görüşleri olumsuzdur. Elbette ki tüm kurum ve kuruşları zan altında bırakmamak gerekmektedir. Gerçekten seçimleri layıkıyla yapan kişi veya kurumlar olduğu gibi adam kayırmanın olduğu ilanlar ve yazılar da sosyal medyadaki paylaşımlarla ifşa olmaktadır. Kişilerin bu değerleri aileden mi kazandığı veya ailenin eğitim düzeyi, dini yaşama oranının mı etkili olduğu veyahut cinsiyetin mi bu konuda etkili olduğu yönünde pek çok araştırmalar yapılmıştır.[249]

Kişilerin çalıştıkları kurumda güvenli ve huzurlu bir çalışma havasının yaratılması önem arz etmektedir. İstenilen çalışma ortamının yaratılabilmesi için; adam kayırma, taciz, mobbing, iletişim, adalet, liyâkat vb. gibi konularda duyarlılık gösterilmesine, bu değerlerin önce ailede, daha sonra da okulda kazandırılmasına dikkat edilmelidir. Ailede verilmeyen eğitimlerin okulda tamamlanması büyük önem arz etmesi sebebiyle eğitimcilerin konu hakkındaki farkındalığı mühimdir. Daştan ve arkadaşlarının (2015) çalışmalarında, kız öğrencilerin etik davranışlarda bulunmaya daha fazla yatkınlık gösterdiğini tespit etmişler ve cinsiyet ile etik kararlar arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır.[250] Özdemir tarafından yazılmış olan "Üniversitede Değerler Eğitimi" adlı kitapta da gençlerin konuya olan hasssiyeti dikkat çekmektedir.[251] Liyâkat gibi, adalet, ahlâki değerlere bağlılık, çalışkanlık, dürüstlük, iyilik, hukukun üstünlüğü, empati gibi konular her dönemde insanoğlunun karşılaştığı sorunlar ve de kazandırılmaya çalıştığı etik değerlerin başında gelmektedir. Bu sebeple, Milli Eğitim Bakanlığınca, 18. Milli Eğitim Şurasının temel konusu 'Değerler Eğitimi' olmuştur. Bu anlamda konunun hassasiyeti için öğretmen yetiştiren okullarda da bu konuya gereken önemin verilmesi gerekmekledir. Üniversite değerlerin verilmesi için geç kalınmış bir yer değildir. Öğrenciler kadar hocaların da bu konuda duyarlı ve bilinci açık olması gerekir.

Alanına uzmanlığının önemi kadar çocukların gençlerin dilinden anlayan, onlara nasıl ve hangi yolla ulaşabileceğini bilen, formasyon bilgisi güçlü olan öğretmenler yetiştirilmedir. Tebliğ için gönderilmiş olan Hz. Muhammed'in öğretim usul ve

---

[249] Burcu Üzüm, Serpil Özkurt Sivrikaya, "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Etik Değerlere Yatkınlık Düzeyleri (Kocaeli Myo Örneği)," *Jıbadjournal Of International Scientific Researchesournal Of International Scientific Researches*, Vol. 3, No. 1 (2018), s. 243–251.

[250] Abdulkerim Daştan, Uğur Bellikli, Yaşar Bayraktar, "Muhasebe Eğitiminde Etik İkilem ve Etik Karar Alma Konularına Yönelik KTÜ-İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,* (2015), s. 75-92.

[251] Sadettin Özdemir, *Üniversitede Değerler Eğitimi*, Konya: Eğitim Yayınevi, 2018, s. 49.

esaslarından hareketle liyâkate önem veren, hakkaniyetli, sabırlı, fedakâr öğretmenlerin yetiştireceği öğrenciler de bu konudaki olumsuz düşüncelerinden kurtulacak, umut tazeleyeceklerdir.

Mevlana mesnevisinde "Bakkal ve Papağan" adlı hikâyede işi ehline vermenin yani liyâkatin önemini müşterilerle sohbet edip dükkâna bekçilik yapan papağanın dükkâna giren kediyle birlikte korkup ortalığı dağıtması ve mallara zarar vermesini papağan, kedi ve zarar edilen mallar yani gül yağı üzerinden anlatır. Burada papağan taklitçi, eğlenceli bir kişidir ancak ehil değildir, yani dükkânın bekçiliğini yapabilecek vasıflara sahip değildir ve sonuçta zarar vermiştir. Bu nedenle gençlerin geleceğe karşı umutlarını tazelemesi, çalışmakla bir yerlere gelineceği inancına sahip olabilmesi için mesnevideki gibi papağan yerine dükkânın başına işin ehli olan bekçi getirilmelidir.

1.2. Mahremiyet

Türk Dil Kurumu'na göre mahremiyet "gizlilik"şeklinde ifade edilmektedir. Kavram, Arapça etimolojiye sahiptir.[252] Diyanet İşleri Başkanlığı Dini Kavramlar Sözlüğünde ise kavram dini yaklaşımla "haram kılınmış veya yasaklanmış şeyler" şeklinde ifade edilmektedir.[253]

Akademik çalışmalarda mahremiyet kavramı, Zengin, Zengin ve Altunbaş tarafından, "yalnız kalma hakkı", "kişisel bilgileri diğerlerinden koruma hakkı" olarak ifade edilmektedir. Robison da bu anlamlara koşut olarak, söz konusu sözcüğü "yalnız/kendi halinde olma hakkı" anlamında kullanmaktadır.[254] Çelikoğlu[255] ise "kişilerin yalnız başlarına kalabildikleri, başkalarıyla hangi koşullarda ilişki içerisine gireceklerine kendilerinin karar verebildikleri bir alan" olarak tanımlar. Mahremiyet, genel olarak bireylerin gizli kalması gerektiğine inandığı bilgileri içeren bir alandır.

Mahremiyet alanı bireyin yalnız kalabildiği, kiminle ne kadar, ne şekilde, ne zaman ve de nasıl iletişim kanalı kurabileceğini belirleyen alandır.

---

[252] https://sozluk.gov.tr/ (10.05.2021).
[253] https://www.diyanet.gov.tr/tr-TR. (10.05.2021).
[254] Mücahid Zengin vd. Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet "Facebook Mahremiyeti", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, (*2015), s. 112–136.
[255] Nalan Çelikoğlu, *Türkiye'de Üniversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşü* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2007.

Türk ve Demirci'nin[256] araştırmalarında; insanlara "*mahremiyetin doğu ve batı kültürü için farkı*" anlatıldıktan sonra "*Sosyal medyada batı kültürü ve mahremiyet algısına dönüşüm var mı?*" sorusuna, kişiler "*Öpüşme ya da yatak odası fotoğraflarını paylaşmasak da 10 sene önce asla yapmam, paylaşmam dediğimiz şeyleri yapıyor ve paylaşıyoruz; fakat yine de toplumsal normlara uygun şekilde"* şeklinde cevap vermektedirler. Bu cümlelerden hareket edersek, kültürlerin mahremiyet ve dijital mahremiyet hakkındaki yaklaşımları değişmektedir.

Sosyal medyanın mahremiyet kavramını etkilediğini düşünüyor musunuz? sorusuna gençlerin verdiği cevaplar şöyledir:

> *Sosyal medya gerçekten çok kirli bir yer bu konuda. İnsanlar evinden tutun yatak odasına kadar çekmekte sorun görmüyorlar. Sözde takipçileri için. Bebeklerinin en özel anlarını, gelecekte gördüğünde utanacakları fotoğraflarını paylaşmaktan çekinmiyorlar. Özel hayatımızda başkası çekecek olsa kızacağımız, hatta dava açılacak şeyleri çekip atmaya utanmamak günümüz popüler dünyasının ve medyanın en kirli yönlerindendir. (K-34-K-19-E.F.- 1. S.- Zonguldak-450TL)*

İfadeden de anlaşılacağı gibi bundan yirmi yıl öncesine kadar cep telefonu kullanımı bile yokken eşler arasında birbirine güven var iken şimdi eşler arasında sosyal medya sebebiyle güvensizlik yaşanmakta, aileler de çocuklarına ulaşamadığı her vakit çocuklarının başına kötü şeyler gelebileceği endişesini taşımaktadır.

Mahremiyet kavramını toplum, zaman ve teknolojik gelişmeler etkilemektedir. Mahremiyet sözcüğünü toplumsal ve teknolojik gelişmeler etkilemektedir. Sosyal medya araçları insanların bilgi, merak ve bu hususlardaki yaklaşımlarını etkilemektedir. Normal yaşamdaki ilişkiler dijital ortasahada da var olmaktadırlar. Bu durum insanlara geçmişe özlem şeklinde bir his yaşatsa bile esasen, bir karışıklığa yol açmaktadır. Zira insanlar sosyal olaylar hakkında kapsamlı bilgi sahibi olma yerine kişilerin nerde, ne zaman ve kimin, kimle ne yaptığını öğrenme konumuna geçmektedirler.[257] Mahremiyetle ilgili sonumuza verilen bazı cevaplar da şöyledir

[256] Dilek Türk, Esra Demirci, "Sanal Dünyada Dönüşen Mahremiyet Algısı; Instagram Örneği", *1st International Academic Research Congress,* Antalya: Pegem Akademi, 2016, ss. 518–525.
[257] Dilek Türk, Esra Demirci, a.g.e., ss. 518–525.

Gelişen sosyal medya araçları bireylerin merak, bilgilenme ve bilgilendirme duygularını tetiklemektedir. Normal hayattaki arkadaşlık, birliktelik ve yarenlik dijital ortamda varlıklarını sosyal medya platformlarında sürdürmektedir. Bu durum, bireylere nostaljik bir duygu yaşatsa da, teşhircilik ya da röntgenciliğe doğru bir evrim yaşadığında toplumda kaosa neden olabilir.[258] Çünkü bireyler, toplumsal olaylar hakkında bilgi sahibi olmaktan ziyade insanların nerede, ne zaman, ne yaptığıyla ilgili olarak gözetleme konumuna geçebilmektedir. Kimi zaman da kendileri hakkında bilgi sunarak gözetlenmek istemektedir. Çünkü sanal dünyanın temeli, beğenilme, gözetleme ve gözetlenmeye dayanmaktadır. [259] Mahremiyetle ilgili sonumuza verilen bazı cevaplar da şöyledir:

> *Sosyal medyada mahremiyet gizli tutulmalı. (K-95-E-25- İ.F.- 4. S.- Bosna)*
> *Etkiliyor da mahremiyet diye bir şey kalmadı artık, herkes herkesi ortada yaşıyor. (K-43-K-19-E.F.-1.S-Rize-300 TL)*
> *Olumsuz etkilediğini düşünüyorum. İnsanlar yaptıkları her ne varsa paylaşıyorlar. Evini, işini, eşini, bunlarla ne yaptığını… Bunların gereksiz olduğunu ve kişiye özel kalması gerektiğini düşünüyorum. (K-46-K-18-Fen Edebiyat Fak-1. S.- Bartın-500 TL)*
> *Sosyal medya mahremiyeti olumsuz etkiledi. Aile içinde özel olan ne varsa adeta hikâyelerde, durumlarda ortaya seriliyor. Mesela ben Ayşe'yle Fatma'nın akşam ne yediğini bilmek istemiyorum. Hangi ormanda olduğunu bilmek istemiyorum vb… Ayrıca sosyal medyada kime dokunsan ünlü. Bu nasıl bir mecra kardeşim? İnsanlar yaptığı iyiliği bazen teşvik amaçlı paylaşıyorlar. Ama çoğu zaman göze sokuyorlar. Mahremiyet diye bir şey kaldığına inanmıyorum. (K-42- K 22- İ.F.-3. S.- Hatay-500 TL)*

İfadelerden de anlaşılacağı üzere öğrenciler de kimin, nerede, ne yaptığını her daim paylaşmasından duyduğu rahatsızlığı dile getirmektedir.

Zerey'e göre[260] sosyal medyada tüketilen zamanın, onu kullananlar için iyi yönde olduğu sanılmaktadır. Zira bu platformları kullananların haberleri izlemeleri, gelişmeleri takip etmeleri, insanlara bu alanları izleme anlamında cazip gelmektedir. Zerey,

[258] İlhan Korkmaz, "Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(N)Mek", *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, C.* 3, S. 5, (2013), ss.107–122.
[259] Dilek Türk, Esra Demirci, a.g.e., ss. 518–525.
[260] Zerey Yüce, "Facebook İnsanları", http://www.yucezerey.com/facebook–insanlari/ (20.09.2020).

insanların dijital ortamda gerçek hayattan daha çok takip ettiklerini ortaya koymakta ve bu durumu "takipteyim" motivasyonu ile ifade etmektedir. Bireyler, dijital hayattaki varlığını, takip ederek ya da ettirerek ispat etme çabası içerisindedir.

> *İnsanlar kendisi gibi olan insanları gördüğü zaman mutlu oluyor ve bu paylaşımları yapıyor. Sırf kötü amaçlı kullanan insanları da gördüm. Bu nedenle sosyal medyada namus kavramını ve mahremiyeti kötü etkilediğini düşündüğüm için de bir anlamda sosyal medya kullanmaktan vazgeçtim. Özellikle askeri camiada erkeklerin bulunduğu yerlerde bu tarz mecralar cinsellik aracı olarak kullanıldığı için ben hoşlanmadığımdan artık sosyal medya kullanmayı bıraktım. Bence sosyal medya ile güzellik estetik gibi kavramları bozduğuna şahitlik ettim. (K-06-E-24- FEF.-1.S-Bursa-1500 TL).*

İfadeleri de benzer şekilde bir başka gencin konuya dair görüşlerini yansıtmaktadır.

327 Facebook kullanıcısı ile yaptıkları ankette Çaycı ve Karagülle çalışmalarında,[261] Z kuşağının gerçek ve dijital hayat için farklı mahremiyet algısı taşımadıklarına, birinin ötekine koşut olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yine ilgili araştırmada X ve Y kuşaklarının sosyal platformu, toplumsallaşma kriteri olarak görmelerinden ötürü çeşitli görselleri paylaştıkları söz konusu edilmektedir. Yıldız'ın[262] araştırmasında ise Y kuşağı bireylerinin mahremiyete önem atfetmedikleri görülmektedir.

Bu hususta 145 üniversite öğrencine uyguladıkları ankete bağlı olarak Zengin, Zengin ve Altunbaş[263] bireylerin paylaştıkları bilgilerin ortaya olumsuz sonuçlar çıkarabileceklerinin farkında olmalarına rağmen, paylaşımlarının öz akranlarıyla sınırlı kalacaklarını düşündükleri anlaşılmıştır.

Buna dair bir örnek:

> *Kişinin mahremiyetini olumsuz etkilediğini düşünüyorum sosyal medyanın. Ama tabii ki bu insanların neyi takip ettiğine de bağlı. Eğer hiçbir şey paylaşmıyorsan bir sorun olacağını düşünmüyorum ama "olan var, olmayan var". Sen tutup da*

[261] Berk Çaycı, Elif Karagülle, "X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı", *International Trends and Issues in Communication & Media Conference Proceedings Book*, ss. 190-196.
[262] Asiye Yıldız, "Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi "*Bilgi Dünyası*, (2012), s. 529–542.
[263] Mücahid Zengin vd. Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet "Facebook Mahremiyeti", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, (*2015), s. 112–136.

yediğin içtiğin her şeyi paylaşırsan, özel bilgilerini paylaşırsan, doğum gününü, çoluğun çocuğun her şeyini paylaşırsan tabii ki mahremiyet denen bir şey olmaz. (K-07-K-21-FEF- 1.S-Bursa-1500 TL)

İslam'da mahremiyete saygının temelini *"...Birbirinizin gizli hâllerini araştırmayınız!.."*[264] âyet-i kerimesi oluşturmaktadır. Tecessüs, başkasının hususiyetlerini belirten veya hislerini aksettiren hâllerini öğrenmeye çalışma gayretidir.[265] Kişiler arasında menfaat çatışması varsa veya kişilerin kalplerinde olumsuz düşünceler yeşermeye başladı ise insanlar başkalarının sadece ayıplı, kusurlu hallerini araştırmakla kalmamakta, takip etmekte, konuşmakta ve bu bazen gıybete kadar gitmektedir. Kutsal dinimiz İslamiyet, mahremiyetin soruşturulmasını nasıl yasaklamışsa benzer şekilde bir kimsenin başkasına veya kendine ait mahrem fotoğraf veya bilginin açık edilmesini de kesinlikle yasaklamış; insanların ayıp ve kusurlarının kapatılmasını buyurmuş, böyle yapanların ahirette ödüllendirileceklerini, tersini yapanların ise cezaya çarptırılacaklarını bildirmiştir. Konuya dair bazı görüşler de şöyledir:

Olumsuz etkiliyor. İnsan babasının öldüğünü Facebook'tan öğrenir mi? Dersteyim facebildirim geldi, açtım baktım ki amcam 'kardeşim öldü' diye yazmış. O günden beri sosyal medyaya girerken içim ürperir, korkarım. Böyle bir şey oradan öğrenilir mi? (K-22-K-24- İ.F.-4. S-Samsun-500TL)

Olumsuz etkiliyor. Huzurevine gidiyorlar; ölümü, hastalığı paylaşıyorlar. Bunlar kişilerin özelidir. Huzurevine gitsem mesela benim paylaşacağım tek şey oradaki birinin yüzündeki gülümsemedir. Insanlar çok marjinal, inanılmaz şeyler yapıyor. Ben 11 yaşındayken anneannemi kaybettim. Benim için büyük bir yıkımdı. Sosyal medya yoktu o zaman. Olsaydı paylaşır mıydım? Hayır… O acıyla insan onu nasıl düşünebilir? Kefenle fotoğraf atan var. Yakınının o hali paylaşılır mı? Bence güzel anılar paylaşılmalı. Hastalık, ölüm bunlar mahremdir, alet edilmemelidir. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900TL)

Çok fazla olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum. Saçma sapan hareketler, çıplaklık, kötü içerik, yanlış düşünceler vs. neslimizi kötü etkiliyor. Kafalarında tamamen özgür 'her şeyi yapabilirim' düşüncesi oluşuyor. Her şeyin normal bir şeymiş gibi karşılanmasına neden oluyor... Ve insanları o yönde gitmeye yeltendiriyor. (K-35-K-19- E.F.- 1. S.- Mersin-600 TL)

[264] Hucurât, 49/12.
[265] https://islamansiklopedisi.org.tr/tecessus, (19.09.2020).

Sosyal medyanın mahremiyeti kötü etkilediğini düşünüyorum. Örneğin ben Hatay'da yaşayan bir Aleviyim. Alevi kökenli bir aileden geliyorum. Bizde cenaze varken kadınlar namaz bile kılmazlar idi. Oysaki akrabası öldüğü zaman akşam Fenerbahçe maçına giden kişiler bile gördüm. Artık Hatay'da öyle şeyler görüyoruz ki annesi öldü diye fotoğraf çektiren kişiler var. Dolayısıyla mahrem bilgilerin burada paylaşılmaması gerektiğini düşünüyorum. Mahrem bilgilerin burada paylaşılmaması bence doğru. Başkasından öğrenmesi çok sağlıklı değil, ama bu tarz insanların bunları öğrenip öğrenmemesi ya da hayatlarının ifşa olması çok umurlarında değil. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-1.S- Hatay-700 TL)

Öncelikle sosyal medyanın mahremiyeti bozduğunu düşünüyorum. Bence özel, kişisel bilgiler burada paylaşılmamalı. Sürekli çocuğun fotoğrafını videosunu paylaşan insanlar görmek istemiyoruz. Bazen de bir haberi daha ilgili kişiler duymadan orada paylaşılmasının insanların kendilerini göstermek için yaptıklarını düşünüyorum. Bu, işi olmayanların -başka işi olmayanların- işidir diye düşünüyorum ya da kendilerini bir şekilde göstermeye çalıştıklarını düşünüyorum. (K-03-K-21- Fef-1.S- Çorum-600 TL)

Olumsuz etkilediğini düşünüyorum. İnsanların kendine özel bırakmadığını, hatta hayatlarını bu platformlardan izlediklerini düşünüyorum. (K-44-K-19 E.F.-1. S.- 1000TL)

Genel manada etkisi var. Mahremiyet sınırları çok kolay aşılabiliyor. Tehlikeli bir mecra olduğunu düşünüyorum. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S-Bitlis- 1000 TL)

İfadelerden de anlaşılacağı üzere öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımları dinimizin başkalarının ayıbını örtme, dedikodu yapmama, bir başkası hakkında araştırma yapmama buyruklarına uymamaktadır.

Rasul-i Ekrem (s.a.s.), bilhassa karı-kocanın, birbirlerinin sırlarını ifşa etmemeleri hususuna ayrı bir ehemmiyet vermiştir. Bir hâdiste O (s.a.s.), *"Kıyamet gününde insanların Allah nezdinde derecesi en fena olanı, karı-koca birbirine yakın olduktan sonra kadının sırrını yayan erkektir."*[266] buyurmuştur. Görüldüğü üzere eşlerin aile konuşmalarını, sorunlarını, kazançlarını vs. ifşa etmeleri haramdır.

İnsanlar artık mahremiyete önem vermiyor sanki. Fazla özgür ve cesur paylaşımlar yapıyorlar. Sosyal medyaya sonuçta belki de tüm ailesi, akrabaları engelli.

[266] Müslim, "Nikâh", 123, 124; Ebû Dâvûd, ''Edeb'', 32.

İnsanların özel hayatına da pek saygı kalmadı artık. Herkes konuşur. (K-37-K-19-E.F.-1. S.-K. Maraş-500 TL)

Her gün paylaşımlarla herkesin her şeyini biliyoruz. Eşler arasında tartışma çıkıyor. İsraf ve tüketim toplumu olduk. (K-30-K-24- FEF-1. S.-Türkmenistan-500 TL)

Bazı öğrenciler ise, insanların mahremiyet ihlali konusunda hassas olmadığını, ailevi durumlar, eşler arası münasebet veya kişilerin özel durumlarıyla ilgili olur olmadık paylaşımlar yaptığını belirtmiştir. Mahremiyet perdesini yırtarak yapılan paylaşımlar insanların ailesi, fiziki özellikleri, giyimi, evinin dekorasyonu, özel günleri vs. hakkında yorumlar yapmasını ve bunları eleştirmesini de beraberinde getirmiştir. Bu, dinimizce de geleneklerimizce de kabul edilen bir durum değildir.

Bizim toplumumuzda kişilerin kusurlarını örtmek, ayıplarını kapatmak esastır. Nitekim Rasulullâh insanların ayıp ve kusurlarının örtülmesini tavsiye ederek şunları söylemiştir:

"Bir mümin, kardeşinin bir ayıbını görüp de örterse cennete girer."[267] *"Her kim bir Müslümanın dünyadaki ayıbını örterse Allah da kıyâmet günü onun ayıbını örter."*[268]

Hatta başka bir hâdiste Allah Tealâ'nın, başkasının ayıbını örten kimsenin dünyadaki ayıplarını da örteceği belirtilmektedir.[269] Hz. Muhammed (s.a.v) bir gün mahremiyeti göz önünde bulundurmadan bir kişinin ortada yıkandığını gördüğünde,

"...Muhakkak ki, Allah hayâ sahibidir ve ayıpları örtendir. O, hayâyı ve örtünmeyi (hayâlı ve ayıp yerlerini örten kullarını) çok sever. Sizden biriniz yıkanacağı zaman (ayıp yerlerini kimsenin görmeyeceği şekilde) örtünsün"[270] şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir.

Yine buraya kadar geçen âyet ve hâdisler genel olarak değerlendirildiğinde, mahremiyeti gizlemenin asıl; ifşâ etmenin ise arızi olduğu ortaya çıkmaktadır.

Mahremiyet konusundaki sorumuza verilen bir kısım cevaplar da şöyledir:

---

[267] Âl-i İmrân 3/134.
[268] Buhârî, "Mezâlim", 3; Müslim, "Birr", 58, 72.
[269] İbn Mâce, ''Hudûd'', 5.
[270] Ebû Dâvûd, ''Hammâm'', 1; Nesâî, ''Gusl'', 7.

Mahremiyet konusunda da en çok dikkatimi çeken, anne babaları çocuklarının fotoğraflarını paylaşıyor. Bu durum beni çok rahatsız ediyor. Fotoğraf biriktirme huyum var. Bir misafir geldiğinde ya da herkesin önünde açıp koymuyorsam, çok sevdiğim biri ise, müstesna tabi. Eğer ben paylaşmıyorsam anne babalarda bunu yapmamalı diye düşünüyorum. Çocuk bir şey yiyor, onu paylaşıyor. Bir yere gidiyor, onu paylaşıyor. Hoşuma giden bir şey değil. Mahremiyet çok fazla ihlal ediliyor. Bir de başka bir insanı çekiyor. Oturuşundan kıyafetinden dolayı. O insanın haberi dahi yok. Rahatlıkla sosyal medyaya atabiliyor. Bunu özellikle gençler yapıyor. Çok fazla alay konusu yapılıyor. Bir sıra çok korktum. Bir program vardı, sanırım adı Tiktok. Oralarda video çekiyorlar, bizi de çekecekler diye. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S-Bursa-700 TL)

Bence aile mahremiyeti korunmalı. Sosyal medyalar bunun zıttını yaparlar. (K-96-E-25 İ.F.-4. S- Kosova-650 TL)

Bence olumsuz etkiliyor. Yediği içtiği her şeyi paylaşıyor insanlar. Annem bana yediğini içtiğini paylaşırsan sana hakkımı helâl etmem demişti. Geçen gün bir paylaşım gördüm. Tabutta kefenle, karnında bıçakla yatan, ölünün yanında kişi selfie çekip paylaşmış. Böyle bir şey olabilir mi? Regl paylaşımı yapan var. Bunun tartışmasını yapan var. Eskiden markette gazete kağıtlarına sarılan ped şimdi sosyal medyada ortada. E öylesi ne böylesi diyorum. Uzaydan gelmedik, bu kadın vücudunun bir işleyişi. Ayıp günah değil. Bu paylaşımlar mahremiyeti etkiliyor. Sosyal medyada genel fotoğraflar paylaşılabilir. Kuzenim benimle yaşıt. Sosyal medyayı kullanmayı bilmiyor, beceremiyor. Takipten çıktım. Zorla takip et diyor. Burada ayrı bir lisan var. Takip etme, takipten çıkma gibi. Kızı hiç sevmiyorum benim hesabımı takip et diyor. Whatsup durum mesajlarıma bakıyor.

Bence Kerimcan Durmaz gibi kişileri de takip ediyor insanlar ama bence düştüğü komik duruma gülmek için. Allahtan İnstagramda beğeni butonu kalktı. İnsanlar özellikle fotocu tutuyordu sırf bunun için. Örneğin altı aylık kına diye bir şey var. Çocuk emmeyi bırakmış. Annesi iki meme şeklinde pasta yaptırmış. Çok şükür sütü bıraktık sıra yürümesinde diye. Hâyayı ortadan kaldırdı bu durum. Unutmamak gerekir ki çok güzel anların çok fotoğrafı olmaz. (K-16-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)

Olumsuz etkilediğini düşünüyorum. Google Earth ten eşinin kendisini aldattığını öğrenen bir adamın haberini okumuştum. Ve yine akıllı saat ile kalbinin ritminin belli saatlerde arttığını takip eden bir kadın eşini takip edip onu yakalamıştı. (K-08-E-22-Z.F.-4 S -Muğla-1000 TL)

Sosyal medyanın mahremiyeti olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum. Bazı değer yargılarımızın gittikçe yok olduğunu ve normalleştiğini düşünüyorum. Cinsellik ve güzellik kavramlarını ele alacak olursak eğer. Yatak odası kavramı artık açıkça sosyal medyada paylaşılabiliyor. İnsanlar artık tek tip olmak için mücadele veriyor. 18 yaşına gelen kızlarımızın tek amacı burun ameliyatı olmak oldu. Bu algının oluşmasının en büyük etkeni ise sosyal medyadır. (K-31-K-20-FEF.- 1.S-Artvin-1800 TL)

Olumsuz etkilediğini düşünüyorum. Mahremiyetin gizli tutulması gerekiyor. (K-39-K -21- E.F. -1.S.-Bursa-500 TL)

Mahremiyet insanın doğuştan getirmiş olduğu fıtratta bulunmaktadır. Hz. Âdem ve Hz. Havva'nın cennetten kovulması durumunda ani bir refleks olarak mahrem yerlerini kapatmaları bunun göstergesidir. Oysa eski Roma'ya baktığımızda bir kişinin mahremiyet sınırlarını aşması onun çok sosyal, modern, medeni olduğunun göstergesi iken, dinimizde mahremiyetin bizlere nasıl ve ne şekilde anlatılmış olduğu yüce dinimizin insana verdiği değeri ve önemi bir kez daha göstermektedir.

Olumsuz. Hocaların bile her şeyi ortada ya. (K-29-K-21- İ.F.-1. S.- Bayburt-210 TL) diyor bir genç.

Bunun dışında kimi öğrenciler ise sosyal medyanın mahremiyeti etkilemediğini, kişilerin doğru kullanmayı bilmediklerini belirtmiştir.

Etkilediğini düşünmüyorum. (K-11-K-22- Keles Myo -1.S-İzmir-700 TL)

Etkilemiyor. (K-13-K-21- Keles Myo -1.S-Bursa-700 TL)

Etkilemiyor bence. (K-14-E-24- Keles Myo -1. S.-Bursa-1000 TL)

Kullanmasını bilmek gerek. Bir ülkede herkes dindar herkes Müslüman herkes Hristiyan olamaz. Burada kendini, özelini korumayı bileceksin. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Sosyal medyanın hayatımıza kattığı avantajlı durumlar olsa da ne yazık ki dezavantajlı durumlar da söz konusudur. Bu hastalık "fear of missing out" olarak da bilinir. İnsanlar sosyal medyada aktif olmayı, aktif olarak görünmeyi, her an her şeyden haberdar olup kendisiyle ilgili de her an her şeyi paylaşma eğilimi içine düştüğü noktada mahremiyet ihlali başlamaktadır. Daha çok "like" alabilmek, takipçi kazanabilmek adına mahremiyet sınırları silinmekte, alan daralmaktadır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte mahremiyet alanı ve algısı toplumdan topluma, bireyden bireye değişebilmektedir. Son yıllarda sosyal medyada yaygınlaşan Tik Tok akımına baktığımızda başka ülkelerde gâyet normal karşılanabilen bazı dans veya akımların bizim kültürümüze uymadığı aşikârdır. Cinsel tercihleri konusunda sapkın grupların ülkemizdeki paylaşımları takipçilerinin onlar gibi giyinip şarkılarını ezbere bilmesi de İslami öğretiye uymamaktadır. Bunun dışında dini inançlarımız da bizim mahremiyet algımızın sınırlarını çizmektedir. Dinimize göre bir kimsenin hayatını kurcalamak, araştırmak, soruşturmak, ayıplı-kusurlu hallerini takip etmek, kısacası tecessüs haramdır. Oysaki sosyal medyada insanlar birbirlerinin her şeyini araştırabilmekte, öğrenebilmektedir. Hatta kişiyle tanışmadan bile o kişinin hayatı, ailesi, kariyeri, dünyaya bakışı hakkında fikir sahibi olunabilmektedir. İş görüşmesine çağırılmadan önce kişilerin sosyal medya paylaşımlarına bakılmasının da sebebi burada yatmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyadaki bu durum dinimizin hoş karşıladığı bir durum değildir. Hucurat sûresinde bu durum eleştirilmekle birlikte sosyal medya bunları hızlı, pratik bir şekilde ayaklarımıza sermektedir. Bir kişinin yaptıklarının- iyi veya kötü fark etmez- paylaşmak "cerh-i mücerret" olarak adlandırılmakla birlikte paylaşan kişilere fasık denmektedir. İnsanlar hakkında yalan yanlış konuşmak, iftira atmak, yaptıklarını paylaşmak, kısacası su-i zanda bulunmak İslam ahlâkîna da İslam hukukuna da aykırıdır. Sosyal medyada *"Müminler ancak ve ancak kardeştir."*[271] âyeti paylaşılırken tebliğ yapmak, sahih itikadı savunmak adına bazı kişilere yapılan küfür, tehdit ve hakaretler de İslamiyet'in mahremiyet çatısından gelen çözülmesinin sesidir.

Sosyal medyada kişiler sanal bir kimliğe sahip olmaktadır. Bu sanal kimliğe sahip olmak sanki kişilerin her türlü paylaşımını mubah kılmaktadır. Hâlbuki bir kimsenin gerçek hayattaki gıybetinden, iftirasından veya aşağılamasından farkı yoktur. İyi, kötü, haram, helâl, ayıp, günah, doğru, yanlış kavramları sanal kimlikle değişmemektedir. Kişiler burada sanki çizgi filmlerdeki "cesurluk şurubu"nu içmiş gibi "klavye delikanlılığı"na soyunmakta, rencide edici paylaşımlar yapmakta, ayıpları-kusurları paylaşmakta ve bunların yayılmasına sebep olmaktadır.

[271] Hucurât, 49/9.

Kişiyi hiç tanımamış olsak bile, onu rencide eden bir paylaşımı beğenmek veya paylaşmak da aynı şekilde hoş olmayan bir davranıştır. Hümeze Sûresinde insanları küçümseme, kusur arama gibi davranışlar eleştirilmekte; servete güvenme ve onu yanlış yolda kullanmanın kişiye ne büyük zararlar getireceği anlatılmaktadır.

Oysaki dinimizde bir başkasının ayıbını, kusurunu örten kişinin ayıp ve kusurlarının da Allah tarafından örtüleceği buyurulmaktadır.

1.3. Özgürlük

Özgürlük kelimesi, insanın başkalarının istek ve iradelerine göre değil, duyuşsal ve bilişsel yaklaşımlarına göre davranışlar göstermesidir. Yani olan alternatifler içinde, kendi seçimini yaparak, bunun da gereğini hayata geçirmesidir. [272] Bu cümleden hareket ederek özgürlük kavramı, bireyin hiçbir etki ve zorlama altında kalmadan başkalarına zarar vermeden istediği şeyleri serbestçe yapabilme iradesidir.[273]

Özgürlük değerine baktığımızda öğrencilerin genel manada sosyal medyada özgür olduklarını belirttiklerini, düşüncelerini dile getirebildiklerini, kimliklerini, fikirlerini açıkça yazabildiklerini, profillerinde kendilerini ifade ettiklerini düşündükleri fotoğraf veya sembolleri özgürce kullanabildiklerini belirtiklerini görmekteyiz.

> *Profilimde simge yok. Herkes isminin önüne TC koyarken bile ben bu tarz şeylere katılmadım. (K-26-K-18- FEF.-1. S.-Antalya-400 TL)*
>
> *Bir ara profilimde deniz kenarında seccade bulunan bir resim kullanmıştım. (K-05-K-22- FEF.-1.S.-Türkmenistan-750TL)*
>
> *Vücudumda ve sosyal medya hesabımda dini simgeler kullandım ve paylaştım da… Vücudumda zaten bir "Pentagram" var bu bir "şeytan" simgesi, ben daha önce Hristiyan dım. Şu anda Müslümanım ve Hristiyan olduğum dönemde sosyal medya hesabımda da ve ensemde gördüğünüz dövmede de şeytan simgesini görebilirsiniz. Yine bir çizgi dizi vardı. Bu çizgi dizide ben kendime çok yakın bulduğum bir karakter vardı. Dolayısıyla "şehveti, günahı" anlattığını düşündüğüm için ben bu simgeyi vücuduma dövme olarak yaptırdım. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)*

[272] Ahmet Cevizci, *Felsefe Sözlüğü,* Özgürlük Mad., İstanbul: Paradigma Yayınları,1999, s. 667.
[273] Mehmet Zekeriya Erdem, *İslam Özgürlük Düşüncesinin Temeli,* (Yüksek Lisans Tezi), *Konya*: Selçuk Üniversitesi 2009.

Mısırda Muhammed ...diye bir hoca var. Onun resmi ve sözü ilk profil fotoğrafım. Senin kısmetin dört kişinin elindeyse sen kaybetmişsindir sözü…(K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Profilimde haç simgesi kullandım. (K-17-K-19-E.F.-1. S.-Bursa-1500 TL)

Nitekim dini kaynaklarımıza baktığımızda da fikir ve inanç özgürlüğünün her zaman esas alınan konulardan biri olduğu karşımıza çıkmaktadır.

Hz. Peygamber, Medine'ye hicretinden sonra Yahudi ve müşriklerle iç içe yaşamasına rağmen, İslam dinine girmeleri için zorlamada bulunmamıştır. Özellikle ehli kitaba, Kur'an'ın onlara tanıdığı özel statünün gereğine göre davranmıştır. Hz. Peygamber, ilahi mesajı barındırma ihtimallerinden dolayı Tevrat ve İncil metinleri için: "Ne yalanlayınız ne de tasdik ediniz." diyerek onlara baskı yapmadan onların haklarını gözetmiştir. Hz. Peygamber, Medine'ye geldiğinde Yahudilerin; *'Bu, hayırlı bir gündür. Allah, o günde Beni İsrail'i düşmanlarından kurtardı. (Şükür olarak) Hz. Musa o gün oruç tuttu.' Gerekçesine bağlı tuttukları aşure orucunu; 'Biz Musa'ya onlardan daha layığız.*'[274] diyerek Müslümanlara oruç tutmalarını tavsiye etmiş, yine Hz. Peygamber zamanında Medine Yahudilerine ait, sinagog ve eğitim müessesesinin her ikisini de ihtiva eden Beytü'l-Midras'ın faaliyet göstermesine izin vermiştir.[275]

Evet. I Love Allah yazıyor 7 senedir. (K-22-K-24- İ.F.-4. S-Samsun-500 TL)

Tesettürümün simgesel bir yönü varsa evet, bunun dışında hayır. (K-41-K-21-İ.F.-3. S-Trabzon- 400 TL)

Sadece WhatsApp'ta dini simgesi var. (K-96-E-25- İ.F.-4. S Kosova-650 TL)

Sadece İnstagram'da kullanıyorum. (K-95-E-25 İ.F.- 4. S. Bosna)

Kişiler kendini daha iyi ifade edebiliyor. (K-29-K-21- İ.F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Simge, sembol kullanmıyorum. Kullananları ise putperestlik gibi saçma buluyorum. Burada Hristiyan veya İslamiyet simgesi bulundurman senin iyi bir insan olduğunu göstermez. (K-28-K-25- İ.F.-4. S- Mardin-1000 TL)

"Aktif paylaşım yaptığım hesap olarak İnstagram üzerinden konuşabilirim. Profilimde hiçbir dini simge kullanmadım. Çünkü bir çizim sayfası olarak herkese hitap etmesini seviyorum. (K-44-K-19 E.F.-1. S. -1000 TL)

[274] Müslim, ''Siyam'' /h.127 Ebu Davud, ''Savm''/h.64.

[275] Muhammed Hamidullah, *"İslam'da Gayr-i Müslimlerin Durumu", İslam Anayasa Hukuku*, çev. Mustafa Sabri Küçükkaşçı, İstanbul, 1995, s. 217.

Din veya inanç özgürlüğü hakkı, inançlı bireyler ve dini topluluklar için olduğu kadar, inanmayanlar veya dinle ilgilenmeyenler için de değerli bir haktır. Birçok ülkenin anayasasında korunduğu gibi, uluslararası insan hakları sözleşmelerinde de temel bir hak olarak güvence altına alınmıştır.

> *Sosyal medyada baskı göreceğimi biliyorum, o anlamda çok özgür olduğumu düşünmüyorum ama ben yine de söyleyeceklerimi söylemekten çekinmem. Burada insanlar kendini kanıtlama, kendini kandırma ya da aynı fikirde olan insanları toplama niyetindeler ve aynı fikirde olan insanlarla bir arada olma fikri onlara daha makbul gelmekte. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-Hatay-700 TL)*

İnsanlar inandığı gibi yaşar veya yaşadığına inanır. Bu, kişinin iç dünyasıyla ilgilidir. Bu husus, yasalarla da dini referanslarda da garanti altına alınmıştır. Ancak günümüzde özgürlük adı altında sonsuz, sınırsız bir alan açarak, anı yaşa, zeıstgeist (zamanın ruhunu) tat gibi ifadeler ile gençlerimize açılan bazı alanların mayınlarla dolu olduğunu görmekteyiz. Hürriyetin ve özgür olmanın ne olduğu veya kişinin kendi tarzını nasıl oluşturması gerektiği gibi hemen her konuda bir fikir sunan sosyal medya, paradoksal biçimde verili bir çerçeve ile kendisi gibi olmayanı linç etme, tek tipleştirme veya bizdenseverlik anlayışıyla kendi gibi olanı tutma; olmayanı dışlama eğitimi ile kendisiyle çelişmektedir. Burada sorgulanması gereken husus, özgürlük kavramının nerede başlayıp nerede bittiği noktasında kilitlenmektedir.

> *Sosyal medya konusunda özgür olduğumuzu düşünmüyorum. İnsanlar istediklerini yazabileceklerini zannediyorlar ama aslında herkes farkında devlet kesinlikle bunu takip ediyor. Bizler farklı ülkeden geldiğimiz için ailelerimiz ile de konuşurken bile kesinlikle konuştuklarımıza çok dikkat etmek zorunda kalıyoruz. Asla hükümet aleyhinde ya da muhalefet içeren cümleler asla kullanmıyoruz. (K-05-K-22- Fef-1.S-Türkmenistan-750TL)*
>
> *Sosyal medyada insanın özgür olduğunu düşünmüyorum. Çünkü insanlar paylaşımlarına göre çekici ya da itici olmasını sağlayabiliyor. (K-07-K-21-Fef-1.S-Bursa-1500 TL)*
>
> *Özgür değiliz. Özgürlüğü laubalilikle, edepsizlikle karıştıranlar var. Başkalarının özgürlüğünün altındaki esaretin özgürleriyiz. Herkes kendince özgür ya da öyle olduğunu sanıyor. Daha bir fikri beyan ederken bile tamamıyla kendimizi aktaramadığımız o ortamda bence özgür olamayız. Bazı insanlar da ağzına geleni*

saymayı özgürlük sanıyor. Biz sosyal medyayı kullanmayı bilmiyoruz. (K-42-K-22-İ.F.-3. S- Hatay-500 TL)

Başka bir dine ait isen insanlar sana farklı bir şekilde davranıyor. Müslümansan farklı davranıyor. Dolayısıyla insanlar buradan bir taraf oluşturuyorlar. Hatta buradan hareketle karakter analizi bile yapıyorlar. Yani işte bira içince şöylesin gibi… Birayı kapalı birisi içince böylesin, birayı açık birisi içince böylesin gibi…"Açık için 5 günah kapalı için 3 günah falan gibi yok" (K-07-K-21-Fef--1.S-Bursa-1500 TL)

Kilisedeki fotoğrafları paylaşmak istedim, baskıdan çekindim, paylaşmadım. (K-17-K-19- E.F.--1. S.- Bursa-1500 TL)

Aslında bir noktada hayır. Çünkü insanlar kendilerinden başka bir fikri savunanları kabul etmiyor, yeri gelince küfür etmekten çekinmeyen cahil bir zihniyette var sosyal medyada. Ancak bunlar var diye kendi görüşümü s.a.sunmaktan asla vazgeçmem. Bu konuda onların özgürlüğümü kısıtlamalarına izin vermiyorum. (K-34-K-19-E.F.-1. S.-Zonguldak-450 TL)

Demokratik ülkelerde özgür ama savaş altındakilerde değil…(K-19-K-23- Fef-3.S.-Suriye-600 TL)

Özgür değiliz. Kendi fikrini paylaştığında saygı göstermiyorlar. Herkes kendi düşüncesini kabul ettirmeye çalışıyor. Dava açılıyor, şikâyetler sonucunda. O yüzden herkese yorum yazmıyorum. Ama içimden bazen sövüp sayıyorum…(K-26-K-18- Fef-1. S.-Antalya-400 TL)

Hayır!… (K-29-K-21- İ.F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Hayır değiliz. Biz yurt dışından geldik. O kadar zorluyorlar ki. Buraya okumaya gelirken bize Türkiye'de ne işiniz var dediler. Fuhuş çok yaygın. İçimden kendimi sucuk yaptıracağım demek geldi ama zor tuttum. Yoksa asla okuyamazdım, aileme de rahat vermezlerdi. (K-30-K-24- FEF-1. S.-Türkmenistan-500 TL)

Bence insanların sosyal medyada dini görüşlerinden dolayı yargılanıyor, çoğu zaman hakaret ve küfre rastladım. İslami bir yazının altına "yobaz" yazarlar, İslam dinine ters düşen bir paylaşımın altına da "dinsiz kâfir" gibi yorumlar yapılabiliyor. Bunu çok yanlış buluyorum. (K-33-E-19- E.F.-1. S.ınıf-İzmir-500 TL)

Benim baktığım sayfalar belli başlı sayfalar. Osmanlıca çalışmaları yaparken genellikle sözlük sayfalarına bakıyorum. Onun dışında elimizin altında İsam var zaten. Dini konulardaki araştırmalarda bir kısıtlama görmüyorum açıkçası. (K-45-K-23-İ.F.- 4. S-Bursa-700 TL)

Öğrencilerin büyük bir kısmı özgür olmama sebebi olarak paylaşımların altına yazılan yorumları yani tahammülsüz, hakaret ve küfür içeren tepkileri sebep olarak göstermiştir. Yapılan yorumların kırıcı, zedeleyici veya tâhrik edici olması sebebiyle paylaşım yapmaktan kaçındıklarını belirtmişlerdir.

Dini paylaşımların altına çok yorum yazılıyor, daha sonra polemiğe giriliyor. Bu nedenle bu tarz atışmalara kesinlikle girmiyorum. Ülkemizde linç kültürü olduğunu düşünüyorum. Karşısındaki insanın motivasyonunu kırmak için bile yorum yapan insanlar var. Bu nedenle benim onlara girecek vaktim, o toplara girecek zamanım olmadığı için bu tarz paylaşımlar asla yapmam. Yorumları silerim, bunun sonu yoktur. O nedenle bu tarz yorumlara, paylaşımlara asla meydan bırakmam. (K-04-K-21- Fef-1. S.ınıf-Bursa-2000 TL)

Hayır. İnsanlar sizi linç etmeye yer arıyor ve din onlar için harika bir sebep. (K-31-K-20-Fef -1.S-Artvin 1800 TL)

İnternetin çok özgür olduğunu düşünmüyorum. Çünkü linç girişimi de bulunabiliyor ama takma isimler ile özgürce söylediklerimizi yapmak istediklerimizi yapabiliriz. Dini içerikli bir mesaj gelirse okuyorum, WhatsApp bunların hepsini tutuyorum, cevap bazen yazıyorum, mesajların hepsi yıllarca kayıtlı durur, çünkü ileride o insanlarla karşılaştığım zaman bazen kendi ile çeliştikleri zaman açıp gösteriyorum. Ama kişileri asla kaybetmem, numaralarını telefon rehberimde oluşturmam. Bu tarz insanların benim listemde olmasına gerek yok, arkadaş olmaya gerek yok, karakter olarak uyumayan insanların benimle arkadaş olmasına gerek yoktur diye düşünüyorum, mesajları silmem ama kişileri silerim…(K-06-E-24- Fef-1.S-Bursa-1500 TL)

İnsan dini konularda bir şey paylaştığında linç yediği için sosyal medyada özgür hissetmiyorum. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Kişiler baskıdan çekiniyorlar, linç kültürü var. Mesela ben Hz. Aliyi seviyorum diyorum, alevi misin diyorlar. Hâlbuki Hz. Ali çok kıymetli bir insan. Ama İslamiyetten ayrılmaya başladı. Mesela peygamber o olacaktı aslında Hz. Muhammet onun yerine geçti gibi. Bunun gibi paylaşımlar yapmaktan çekiniyor. Kimseyi düşüncesinden ötürü yargılayamazyız. İster sever, ister sevmez. İnsan istediği şeye inanır. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Özgür değiller. Her şeyi paylaşamayız, linç yeriz. Bazen de üslup çok önemli olabiliyor. Bir hocanın konferansı vardı. Bir kişi içinden 30 sn lik bir kısmı çekip paylaşmış. Ben tamamını izlediğim için hocanın yanlış anlaşıldığını biliyorum. Hoca da bundan sonra kendini geri çekti, hesaplarını kapatmış. Böyle bir şey

yaşanmasaydı hoca daha da faydalı olabilirdi. Kişi kötü amaçlı değildi belki ama yeri yanlıştı. (K-16-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-400 TL)

Tek sorunlu yer Twitter. Orda ne yazarsan yaz linç edilirsin. (K-08-E-22- ZF- 4. S -Muğla-1000 TL)

Tek sorunlu yer Twitter. Orda ne yazarsan yaz linç edilirsin. (K-09-E-21- İ.F.-1.S-Ankara-200 TL)

İfadelerden de anlaşılacağı üzere öğrencilerin çoğu sosyal medyada kendini ifade etme noktasında özgür olmadıklarını, düşündükleri gibi yaşar veya bunları ifade ederlerse baskı görüp aşırı tepki ve hakarete maruz kalacaklarını, kendi ifadeleriyle lince uğrayacaklarını düşündüklerini belirtmişlerdir. Bu arada dini bilgi, bilinç ve kültür açısından katılımcı gençlerin zihinlerinde de muğlaklık ve yetersizlik olduğu söylenebilir. Zira dini söylem ve mesajlar sahih ve doğru bilgilerden ziyade, kulaktan dolma bilgileri içermektedir. Gençlerin özgürlüğe verdiği önem kamuoyu araştırmacılarının da ilgisini çeken bir konu olmuştur. SODEV tarafından Mayıs 2020'de yapılmış olan Türkiye'nin Gençliği Araştırması Raporuna göre 600 gence CATI (Bilgisayar Destekli Telefon ile Anket) ile sizin için hayattaki en önemli şey-şeyler nedir diye sorulmuştur? Gençlerin cevaplarında düşüncelerinizi özgürce ifade edebilmek %9,1, başkalarının düşüncelerini özgürce ifade edebilmesi %8,4, milli değerler %8,4, çok para kazanmak %7,9, bilime zaman ayırmak %6,8, dini değerler %7,9 olarak belirlenmiştir. Hangi sosyal medya mecralarını kullanıyorsunuz? sorusuna %93,2 ile İnstagram cevabı verilmiştir.

Sosyal medya bu konuda özgür fakat hala birtakım insanların aşamadığı sıkıntıları olduğunu düşünüyorum. (K-44-K-19 E.F.-- 1. S.-1000 TL)

Evet hissediyorum. Kimse kimsenin paylaşımına karışamaz. (K-46-K-18-FEF.-1. S..- Bartın-500 TL)

Özgür hissederim. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S-Bitlis-1000 TL)

Bence insanlar dini konularda sosyal medyada çok özgür. İstediğini yazabilir. (K-09-E-21- İ.F.--1.S-Ankara-200 TL)

Evet isteyen herkes istediği paylaşımı yapmakta özgürdür. (K-38-K-20-E.F.-1. S.-Trabzon-650 TL)

Evet bence özgürler. İçeri atılmayacağımızı biliyoruz. Kişinin özgüveni yüksekse paylaşıyor. (K-15-K19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Benim baktığım sayfalar belli başlı sayfalar. Osmanlıca çalışmaları yaparken genellikle sözlük sayfalarına bakıyorum. Onun dışında elimizin altında İsam var

zaten. Dini konulardaki araştırmalarda bir kısıtlama görmüyorum açıkçası. (K-20-K-23-İ.F.-- 4. S-Bursa-700 TL)

Bence insanlar dini konularda sosyal medya çok özgür. İstediğini yazabilir. Fakat bunu saygı çerçevesi içinde, hiçbir inancı kötülemeden yapmalıdır. İnsanlar inandığı yanlış bir şeyi yazdıklarında ona biri doğru yolun ne olduğunu söylemezse o insanın fikri nasıl değişecek. Ama bana kalırsa iyice araştırmadan hiçbir bilgi sosyal medyada paylaşılmamalıdır. (K-35-K-19- E.F.- 1. S.-Mersin-600 TL)

Takip etmekte sıkıntı yok ama yorumlarda genelde insanlar tartışıyor. Normal hayatta da din çok tartışılıyor herkes bir fikir sahibi. (K-37-K-19-E.F.--1. S.-K. Maraş-500 TL)

İnsanlar her konuda sosyal medyayı özgürce kullanabiliyorlar. Ve bu konuda da gâyet özgür hissediyorum. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500 TL)

İfadelerden de anlaşılacağı üzere öğrencilerin bir kısmı da sosyal medya paylaşımı konusunda özgür olduklarını ve kendilerine pek çok *fayda sağladığını* düşündüklerini belirtmişlerdir.

Elbette ki fakat ben bir paylaşıcı değilim belki engellemeler oluyordur. (K-41-K-21-İ.F.-3. S-Trabzon- 400 TL)

Dini konularda özgürüz elbette, ama ben bu sosyal medyada herhangi bir görüş belirtmem, yazmam, paylaşımda bulunmam. Kandil, bayram, cuma Atatürk'ün ölümü ve 29 Ekim gibi aklınıza gelebilecek her şey benim hayatımda çok önemlidir. Ama bunların hiçbiri ile ilgili bir şey paylaşmıyorum. Bunun da sebebi şu: Hem gerek duymuyorum hem de sürekli insanlar bunu bekliyorlar. Paylaşmadığın zaman bir sefer atladığım zaman bunu sanki bir tavır gibi algılıyorlar dolayısıyla da ben de her seferinde bunları paylaşmakla uğraşmak istemediğim için hiçbirini paylaşmıyorum. (K-03-K-21- FEF-1.S. Çorum-600 TL)

İfadelere baktığımızda bir kısım öğrencinin de nötr kaldığını, sorun yaşamamak, yanlış anlaşılmamak, kendilerini savunma durumunda kalmamak için paylaşımdan kaçındıklarını belirtmektedirler.

Rabbimizin biz insanoğluna bahşettiği en büyük nimet akletme, düşünebilme ve seçimlerimizde özgür olabilmemizdir. İnsanı diğer canlılardan ayıran bu özellik elbette ki akla sahip olabilmesidir. Din bu anlamda insanın ruhunun gözeneklerini açar; maddeye, dünyaya, bağı olmayan özgür ruhları ortaya çıkarır. Kindi risalesinde, insanın

başına gelen musibetler beden veya cisme bağlı kalınmasındandır, der. [276] Dünya hayatı bir araç olmalı ve kişiyi özgürleşmelidir, der. Ne kadar çok şeye ihtiyaç duyduğumuz değil ne kadar az şeyle yaşayabildiğimiz esas olandır. Dünya malına tamah ederek, bu fani dünya için mi yaşıyoruz, yoksa hayattaki gayemiz varoluşumuzun amacını keşfetmeye çalışmak mıdır?

Özgürlükten yoksun bir hayat yaşamanın anlamsızlığı, insanın acizliği, çaresizliği, insanın diğer canlılarla (nebat ve hayvanlarla) aynı seviyeye gelişi demektir. Bizi eşref-i mahlûkattan alta düşürecek olan şey aklı ve özgür seçim yeteneklerimizi kaybetmemizdir. Ancak modernitenin getirmiş olduğu bu sonsuz sınırsız özgürlük anlayışı insanın başıboş bırakılması, canının her istediğini yapması, kaba konuşması, değildir. İnsan bu dünyada yalnız değildir, Allah her daim yanımızdadır ve de tüm insanlar diğer insanlara karşı sorumludurlar. Bize şah damarımızdan yakın olan Allah her daim ne yaptığımızı bilmektedir ve insanoğlu elbette ki bundan hesaba çekilecektir. Kur'an-ı Kerim'in ilk emri olan "*Oku*"[277] âyetiyle birlikte kutsal kitabımızın üçte biri okumayı, düşünmeyi, özgürlüğü, evrene bakıp kâinatın yaratılış gâyesini, insanoğlunun bu dünyada bulunma amacını kavrayabilmesini anlamak üzeredir. İnsanın bu dünyaya gelmesi sebepsiz değildir. İnsana verilen pek çok nimet ve de aklî melekeler bulunmaktadır. Ancak insanoğlu bunu hayır için kullanamayıp kişilerin benliğine, ülkelerin bütünlüğüne, dinin kutsallığına, ailelerin mahremiyetine, kurumların haysiyetine zarar verecek oka çevirirse elbette ki bunun bir bedeli olacaktır. Sosyal medyada yapılan paylaşımların bedeli inanç sistemlerinde hesaba çekilmek, bu dünyada ise yeni yasalaşmış olan sosyal medya kanunu ile olacaktır. Bu dünyada hiç kimse başıboş bırakılmış değildir, herkesin birbirine karşı hak görev sorumluluk ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Düşünce ve fikir özgürlüğü bizim hayattaki seçimlerimizi, olaylar karşısındaki takındığımız duruş ve tavrı belirler. Elbette ki kişilerin hayata bakışları farklı olacak, çatışmalar olacak ki insanoğlu aklî melekesiyle doğruyu, haklıyı bulabilsin. Hakkı, batılı kavrayabilsin… İşte bu nedenle kutsal kitabımız Kur'an-ı Kerim, Bakara sûresinin 256. âyetine gelince:

[276] Ya'kūb b. İshak el-Kindî, *Üzüntüden Kurtulma Yolları: El-Hîle Li-Def'İ'l-Ahzân* , nşr. ve trc. Mustafa Çağrıcı, İstanbul 1998, s. 18-19.
[277] Kalem, 68/1.

"*Dinde zorlama yoktur. Artık doğrulukla eğrilik birbirinden açıkça ayrılmıştır. O halde kim tâğutu reddedip Allah'a inanırsa, kopmayan sağlam bir kulpa yapışmıştır. Allah her şeyi işitir ve bilir."*[278] diye buyurulmuştur.

Köklü bir toplumsal derinliğe, güçlü bir mirasa ve dinini özgürce yaşamayı sağlayabilmiş ecdada sahip iken bizlere sanal âlemde sunulan birkaç karakter hakkına sahip cümleciklerle kendini ifade etmeye çalışan ama bir yandan da tüm kişisel verilerimizi ellerine verdiğimiz sosyal medya âlemindeki silahşörlüğü, klavye delikanlılığını acaba özgürlük sanarak bir yanılsamaya düşüyor olunabilir mi?

Sosyal medyanın pek çok nimetinin olduğu aşikârdır ve de bunu kimse tartışmamaktadır. Ancak insan için üretildiği, yapılandırıldığı söylenen şeyler ne yazık ki karşıt durumlarda insanın aleyhine kullanılabilmektedir. Yani bıçak meyve soymaya yararken cinâyet aleti de olabilmektedir. Soykırımlar, mezalimler katliamlar, nükleer bombalar, kitle imha silahları da bir gurubun kendisince doğru olduğu şeyleri savunma adına karşı tarafı yok etmek için kullandığı araçlar olmuştur. Bu bağlamda bakıldığında sosyal medyada da esas alınan merkezin akıl ekseni, milletlerin geleceği devletlerin bekası ve de en özelde bireylerin, gizliliğin korunması olmalıdır. Bir görüşe, inanca sahip olmak onun tarafgirliğini yapmak, karşı tarafı tekfir etmeyi meşru ve haklı kılmaz. Bununla birlikte elbette ki kişilerin grupların inançların kendilerini anlatmaları için uygun bir mecra olan sosyal medya platformalarındaki bu düzenleme gecikmeli olsa da ülkemizde de uygulanmaya başlamıştır. Kişilerin mahremlerinin ortaya döküldüğü, devletlerin gizli bilgilerinin ifşa edildiği, takma adlar arkasında kişilerin şahsına ait tekfirlerin havada uçuştuğu bir ortamın dinimizde de kültürümüzde de yeri yoktur. *"Bakacağın yüze utanacağın söz söyleme"* atasözünde de belirtildiği gibi bizler zaten düşüncelerimizi kırmadan, dökmeden, üslubunca ve yapıcı olarak söylemeyi düstur edinmiş bir milletiz. "Beş parmağın beşi bir olmaz" diyerek kardeşlerin bile farklı düşünebileceğini, hayatın her alanında görmüş, duymuş, yetişmiş bir toplumda farklılıklarımızın zenginlik olduğunu, insanların fikirlerini uygun bir şekilde dile getirmesinin kıymetini bilmeli ve toplum olarak özgürlük anlayışımızı yeniden gözden geçirmeliyiz.

[278] Bakara, 2/256.

1.4. Tutumluluk- Gösterişten Kaçınma

Tüketim toplumlarında insanların karşı karşıya kaldıkları başka bir tehlike de insanların düşünme ve değerlendirme yapma özelliklerini ortadan kaldırılacak şekilde reklam ve programlarla sağlıklı düşünmelerinin engellenmesidir. Bu durum, 45 gün sonra kesimi planlanmış tavukların durumuna benzer bir hayat ortaya çıkarmaktadır. Bize medya tarafından işlenen fikir "ye, gez, iç, eğlen, harca, yenisini al, tamir ettirme, tüket, site içinde isen güvenlikli olana taşın, telefonun varsa daha üst modelini, araban varsa daha fonksiyonlu olanını al" sloganlarıyla azla yetinmeyi bilen, tamahkâr kişiler yerine her şeyi olan, ama bir türlü mutluluğu bulamayan nesiller yetişmesine zemin hazırlamıştır.[279]

Bu tip insanlarda ortaya çıkan başka bir olumsuzluk da sürekli tüketen, tüketmek için çalışan ama hiçbir zaman mutluluğu yakalayamamalarıdır.

Kur'an-ı Kerim, yaratılmış olan her şeyin insanlar için var olduğunu ifade eder:

"...Yerde olanların hepsini sizin için yaratan O'dur..."[280] Ancak *"Ey imân edenler! Size rızık olarak verdiklerimizin temizlerinden yiyin; yalnız Allah'a kulluk ediyorsanız O'na şükredin"*[281] âyetiyle, insanlar için yaratılanlardan temiz olanlarından yenilmesine işaret eder ve Allah'a verdiği nimetler hasebiyle şükredilmesini vurgular. Yine Kur'an-ı Kerim, sahip olunan şeylerle ilgili olarak;

"*Mal ve oğullar, dünya hayatının süsüdür. Ama baki kalacak yararlı işler, sevap olarak da âmel olarak da, Rabbinin katında daha hayırlıdır."*[282] âyetiyle durumu ortaya koyar.

Kur'an metanın güzel hale getirilmesi için önce o metanın Allah'ın helâl olarak ifade ettiği şekilde, çalışarak elde edilmesi gerektiğini,

"İnsan için çalıştığından başkası yoktur."[283] âyeti ile ifade eder. Aynı durumu Hz. Muhammed (s.a.v),

---

[279] Osman Mutluel, "İslam Düşüncesinde Meta Kavramı ve Tüketim Ahlâkı", *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* (2014), s. 683-696.
[280] Bakara, 2/29.
[281] Bakara, 2/172.
[282] Kehf, 18/46.
[283] Necm, 53/39.

"Kişi, elinin emeğinden daha hayırlı bir şey asla yememiştir." [284] hâdisi ile ortaya koyar. Metanın güzelleşmesi onun yalnızca helâl olarak kazanılması ile değil aynı zamanda helâl biçimde harcanması ile de önem kazanır. Bu amaçla Kur'an-ı Kerim,

"Mallarını insanlara gösteriş için harcayıp, Allah'a ve ahiret gününe inanmayanları da Allah sevmez…"[285] ikâzını yapar. Yine gösteriş ile ilgili olarak Kur'an-ı Kerim,

"Elini boynuna bağlayıp cimri kesilme, büsbütün de açıp tutumsuz olma, yoksa pişman olur açıkta kalırsın."[286] âyeti ile "*Onlar, harcadıkları zaman, ne isrâf ederler, ne kısarlar; (harcamaları) ikisi arasında orta bir yoldur."*[287] ikâzını yaparak, harcama konusunda orta bir yol takip edilmesi tavsiyesinde bulunur.

Kur'an, "*Yiyiniz, içiniz, fakat isrâf etmeyiniz, çünkü Allah isrâf edenleri sevmez*."[288] âyeti ile insanların harcamalarına isrâf sınırını koyar.

Tüketim ve harcamanın en aşağı derecesi cimrilik, ortası iktisat, aşırısı ise isrâftır. Allah, isrâfı da cimriliği de haram kılmıştır. İşte Rabbimizin hükmü: *"Elini boynuna bağlı kılma (cimri olma) ve büsbütün de onu açıp isrâf da etme ki sonra kınanmış olursun ve eli boş açıkta kalırsın."*[289]

Hz. Muhammed, bir hâdisinde:

"İnsana belini doğrultacak birkaç lokma yeter. Eğer mutlaka yemesi gerekli ise, midesinin üçte birini yemeğe, üçte birini içmeğe, üçte birini de nefes almaya ayırsın."[290] Bu hâdis israfın zararını ortaya koymaktadır. Günümüzde bilhassa yeme içme alanında israflar oldukça fazladır. Oysa dünyada böyle israf edilen yiyeceklere muhtaç binlerce insan bulunmaktadır.

Giyim kuşam da moda adıyla günümüzde isrâf edilmektedir.

---

[284] Buhari, ''Buyu''; 15.
[285] Nisâ, 4/38.
[286] İsrâ, 17/29.
[287] Furkan, 25/67.
[288] Araf 7/31.
[289] İsrâ, 17/29.
[290] Tirmizı, "Zühd", 47; Ahmed b.Hanbel, "el-Müsned", IV, 132.

"Ey Âdemoğulları! Size ayıp yerlerinizi örtecek giysi, süslenecek elbise verdik. Takva elbisesi (Allah'a karşı gelmekten sakınma) var ya, işte o sizin için daha hayırlıdır."[291] buyurmaktadır. Konu ile alakalı olarak yine hadis ve ayetlere baktığımızda,

Hz. Muhammed, bir hadisinde:

"*İki nimet vardır ki insanların çoğu bunların değerinden habersizdirler. Bunlar; sağlık ve boş vakittir*."[292] ifade ederek zamanın kıymetine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda Hz. Muhammed yine başka bir hadisinde:

"*Kıyamet günü, dört şeyden sorgulanmadan kulun ayakları (Rabbinin huzurundan) ayrılamaz: Ömrünü nerede harcadığından, ilmiyle amel edip etmediğinden, malını nereden kazanıp nereye harcadığından, vücudunu nerede çürüttüğünden…"* yine Allah, başarıyâ erişmiş müminlerden bahsederken*, "Onlar ki, boş ve yararsız şeylerden yüz çevirirler."*[293] şeklinde buyurmaktadır.

Hz. Muhammed, zamanın kıymetini anlatırken,

"*Kıyamet kopacağını bilsen elindeki fidanı dik, hemen öleceğini bilsen faydalı bir ilim öğrenmeye çalış."*[294] ifadelerini kullanmaktadır. Büyük mutasavvıf Mevlana ise Mesnevi'sinde *"Testiye bakma, içindeki suya bak. Ne vakte kadar testinin şekli biçimi ile üstündeki nakışlarla oyalanıp duracaksın?*[295] Testinin şeklini, nakışını bırak da içindeki suyu ara. Yani insanların güzelliklerine, dış görünüşlerine bakma da ahlâklarına, huylarına, tabiatlarına bak." ifadelerini kullanarak dış görünüşün insanı yanıltabileceğini tespit etmektedir. Yine aynı şekilde Kınalızade Ali Efendi de çocuk eğitimiyle ilgili olarak eserinde *"İnsan, kibirlenmek, böbürlenmek ve alaycılıktan tamamen men edilmelidir."*[296] demektedir.

---

[291] A'raf, 7/26.
[292] Buhari, "Rikak"; Tirmizi, "Zühd", 1.
[293] Mü'minun, 23/3.
[294] Buharî, ''el-Edebül-Müfred'' s. 168, Heysemî, a.g.e. 4, 63. Münâvî, ''Feyzul-Kadîr'', 3, 30.
[295] Mevlânâ, *Meşnevî*, trc. Veled İzbudak, İstanbul 1990, I-VI; a.e., nşr. Muhammed İsti'lâmî, Tahran 1370-71/1990-91, neşredenin önsözü, I, 93-94.
[296] Kınalızâde Ali Efendi, *Ahlâk-ı Alâî*, İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser, 1974. s.115.

Dindar-mış gibi görünmek için, sosyal duyarlılığa sahip-miş gibi görünmek için, iyiymiş gibi görünmek için, gösteriş yapılmaktadır. Kısacası insanlıkmış gibi yaşamaktadır.

Aşağıda ifadeleri verilmiş olan öğrenciler bu tarz paylaşımların gösteriş için yapıldığı yönünde görüş belirtmişlerdir.

Kendisi uygulamadığı sürece sosyal medyada paylaşımda bulunmasını gösteriş olarak buluyorum. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Bunun sebebi bence gösteriştir. Yani insanlar kendini dindar gösterince doğru, ahlâklı, en iyisi kendileri olduklarını dışarıya yansıtmaya amaçlıyorlar bence. Bazen bu tarz paylaşımlar anlık da olabiliyor. Adam bugün dindar hissediyor yazıyor ama yarın örneğin meyhanede oluyor. Bence mesaj kişiye iyi gelmiyor ama ibadetin iyi geldiği huzur verdiği kesin…" (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3500 TL)

Bunun sebebi bence gösteriştir. Sessiz kalmadığımı görsünler, aklımca bir şey yaptım demek istiyorlar genelde. Örneğin şu sıralar Elazığ depremi, Hes projelerine itiraz, köylere yardım karşıma çok çıkıyor.

Bu kişiye göre değişiklik gösterir; kimisinin amacı gösteriş ve çevre edinmek olabilir. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

Çoğu zaman gösteriş, çoğu zaman taraf çekme (K-44-K-19 E.F.-1. S.-1000 TL)

Aşağıda ifadeleri verilmiş olan öğrenciler, bu tarz paylaşımların dindarmış gibi görünmek, taraf belirtmek veya bundan belki bir kazanç sağlayabilirim düşüncesinde olan kişiler tarafından yapıldığı yönünde görüş belirtmişlerdir.

İnsanlar kendilerini iyi göstermek için sosyal medyayı fırsat olarak görmektedir. Burada sosyal medya bir araçtır (K-01-E-18- Sos. Bil Myo-1.S.-Hatay-700 TL)

Sosyal medyanın insanlara kendini iyi olduğunu göstermek için yaptığını maddi kazanç sağlamak için kullandığını ve gösteriş için burayı bu mecrayı takip ettiğini düşünüyorum" (K-03-K-21- FEF-1.S.- Çorum-600 TL)

Evet görülüyor. Sanki o dini mesaj atınca hakkında "aman ne dindar" denildiğini zannediyordur. Beni çok etkilemiyor. Daha çok günlük hayattaki durumuna bakarım. Fakat "ya bu adam bunu paylaştı ama normalde de bunu yapıyor" gibi bir konuşma içine de girmem. Kimsenin günahını da almak istemem. Tabi şeytan da içten içe bunu bize söylemiyor değil. (gülüyor) (K-45-K-23-İ.F.-4.S.-Bursa-700 TL)

Aşağıda ifadeleri verilmiş olan öğrenciler bu tarz paylaşımların sosyal sorumluluk sahibi imiş gibi görünmek için yapıldığı yönünde görüş belirtmişlerdir. Bu kişiler kendileri yapmasa da yaşamasa da bu tarz paylaşımlar yaparak sanki yükü omuzlarından atmış gibi iyi hissetmekte veya yapmadım ama duyurdum diyerek kendini rahatlatmakta veya ikna etmektedir.

"İnsanların bu tarz paylaşımları yapmasının sebebi de üzerinden yükümlülük atmak olduğunu düşünüyorum. Ben bunları okurken çok mutlu oluyorum. Bazen de sırf bazı şeyleri onlar da okudukları zaman mutlu olsunlar diye paylaştıklarını düşünüyorum. Çünkü başka türlü anlam veremiyorum, bu tarz mesajları benimle ya da sayfa için paylaştıklarına. Ama ben şöyle düşünüyorum "camiye girmek parayla 5 TL olsun" o zaman gerçek Müslümanlığın ortaya çıkacağını düşünüyorum. (K-07-K-21-FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

Babam çok kitap okuyan bir insandı. O kitap okur, biz dinlerdik. 10-12 sene önce Facebook ve akıllı telefona kadar. Şimdi kitabı sadece orada paylaşmak için okuyor. Oradan tatmin ediyor sanki duygularını. Kapitalizm, tüketimi arttırdı. Fenomenleri takip ediyor. Onlar gibi giyiniyor. İstediğiniz alamayınca üzülüyor. İnstagram'da 10 kabanım yok diye ağlayanı biliyorum. Her yerde nişan tepsisi, bohça, aynı makyaj, saç, eşarp. Tek tip insan moda. Modanın kölesi olduk sanki. Artık insanın midesi bulanıyor. Bazılarında kocasının, evinin, çocuklarının, her şeyin fotoğrafı var. Akşam evini, sabah kahvaltısını paylaşıyor. Pes. Duyguları tatmin olmuyor sanırım. Adını duyurmaya mı çalışıyor, ne yapıyor anlamadım. Bir de riyâkâr. Örneğin normalde kocam değil mi bakar, kocam değil mi alır diyenler 8 Mart geldi, kadın erkek eşit, kadın çalışmalıya döndü. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

Sosyal medyadaki halka oluşturmaya, duaya, zincirlere ya da her beğeni 1 salavat gibi söylemleri samimi bulmuyorum, katılmıyorum. Rahatsızlık duymuyorum. Çünkü yapanların samimi olduğuna inanmıyorum. Bu kişilere kalk şunu yapalım desen yapmaz ama yazar. Ben kalmam da yazmam da… (K-08-E-22- Z.F.-4. S.-Muğla-1000 TL)

Zincir halkalara katılmıyorum. Ne amaçla yapıldığını bilmiyorum. Peygamberimiz için diyor ama inanmıyor, güvenmiyorum. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Zincir halka sayıyla yapılan işlere güvenim inancım yoktur. Bir de sallanarak okumuyorlar mı? Öğrenilmiş bir davranış. Mürşitleri diyor onlar da yapıyor bu böyle. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Sayılı zincir dualara pek katılmıyorum. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurtdışı-500 TL)

Sosyal medyadaki halka oluşturmaya, duaya, zincirlere ya da her beğeni 1 salavat gibi söylemleri samimi bulmuyorum, katılmıyorum. Oradaki amacın salavat getirmekten ziyade beğeni toplamak amacı ile yapıldığını düşünüyorum, rahatsızlık duymuyorum. Yine de kimsenin amacını bilemem ama bana samimi gelmiyor açıkçası. Bu kişilere kalk şunu yapalım desen yapmaz ama yazar. Annemin benim için ettiği duaların ve benim dualarımın çoğu zaman kabul olduğuna şahit olurum çok şükür. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

En çok eğlendiğim sayfalar Allah'ını seven beğensin. İşte her bir beğeni bir "sübhanallah" "ben yaptım şunu, şunu şu kadar kez okursanız işte yarın başlıyoruz, okuyoruz, 41 kere şunu yap" yere tükür, bunları iç gibi şeyler bana büyü gibi geliyor. Bence bunlar birer pagan anlayışı,.. Bunların İslamiyetle ilgili olduğunu düşünmüyorum. Dolayısıyla samimi bulmuyorum sorularıma (K-07-K-21-FEF- 1.S.-Bursa-1500 TL)

Bir kere şunu yap bir sevap, on kere yaparsan on sevap. Buna katılmıyorum. İnsan sosyal bir varlıktır. İletişim kurulmalıdır. Dinimiz muhabbet dinidir. Cemaatle namaz kılmayı, toplu ibadeti teşvik etmiştir. Bana göre birine faydalı olmak şunu yapayım da göstereyim değil; arkadaşımın bana yaptığı gibi yarın üç ayların başlangıcı demek daha güzel bir ibadettir. (K-15-K-19- E.F.--1. S.- Bursa-900 TL)

Sayıyla yapılan işlere karşıyım. (K-16-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-400 TL)

Arkadaşlar bahsediyor. Ben hiç kullanmadım. Yani denk de gelmedim. Sadaka, para işleri çok hoşuma gitmeyen işler. Sadaka yapılacaksa daha resmi bir kurum üzerinden yapmalı. Örneğin İdlib için toplananlar ya da depremzedeler için toplananlar. Bunun gibi devletin mercilerine başvurulmalıdır. Devletten başka güvenilir topluluk, kurum, kuruluş göremiyorum. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)

Katılmıyorum. Böyle yetişmedim. Her dini tanıdım, büyüdüm. Müslüman İnstagram kullanınca Yahudi olur; şu şu sayıyla yapılmalı, bana göre değil. Ben de çocuğumu böyle yetiştireceğim. (K-28-K-25- İ.F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Şimdiye kadar hiç böyle bir şeye denk gelmedim ama denk gelirsem de katılacağım şeyin kaynağından emin olmadan katılmam. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Aşırı saçma buluyorum. Dijital ibadet nedir ya? Asla katılmıyorum. Katılmadığım takdirde göreceğim baskı umurumda bile değil, Allah akıl versin. (K-42-K-22- İ.F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Şahsen ilgimi çekmiyor. Katılmıyorum. Böyle şeyler sadece prim kasmak ve göz boyamak için yapılıyor bence. Rahatsızlık duymuyorum. Herkes istediğini paylaşabilir. Katılmazsam da baskı göreceğimi veya rahatsızlık duyacağımı

düşünmüyorum. Kimse kimsenin görüşüne, katılımına, paylaşımına karışamaz. (K-46-K-18-FEF.-1. S.-Bartın-500 TL)

İnsan fıtrat itibariyle mutlu olmayı ister. Mutlu olabilmek için de bazı temel gereksinimlere ihtiyacı vardır. İnsanın yeme, içme, barınma gibi temel ihtiyaçlar ile kabul görme, saygı duyulma, sevgi, ilgi, şefkat hissini yaşama gibi manevi ihtiyaçları da bulunmaktadır. Kutsal kitaplar insanlara mutlu olmanın yollarını, zor durumlarda dayanma hissi veren unsurları anlatmakta ancak insanoğlu bu mutluluğu manevi ögelerde değil, daha çok maddi ögelerde aramaktadır.

Aslında gerçek mutluluk herhangi bir şeyle doldurmaya ihtyaç duyulmayan, insanın tam olma halidir. Ama insan, içindeki o boşluk duygusunun yerine, çeşitli tüketim unsurları, gösteriş kokan hareketlerle birlikte nispet, kin, fesatlık, kıskançlık tohumları ekmesiyle yeşermesi gereken alanları bu yabani otların tohumlarıyla kurutmaktadır.

İşte insanın bu hayattaki ve içindeki boşluğu doldurma duygusu bazen alkol bağımlılığına, bazen kumar tutkusuna, bazen moda çılgınlığına, bazen de sonsuz sınırsız alma, harcama, tüketme eylemine yol açmaktadır.

İnsanın içindeki bu tatmin olamama, mutluluğu, huzuru hep bir şeye, bir yere bir kişiye ait kabul etme ve peşinden sürüklenme, kapitalist toplumların bize dayatmış olduğu *çılgın cumalara, efsane çarşambalara* dönmekte, eskimeden yenisini alan, kredi kartlarının asgari limitlerini bile ödeyemezken; ihtiyacı olmadığı halde indirim var diye tır lastiğine bile sahip olmaya çalışan, hiçbir fonksiyonunu bilmediği veya kullanmayacağı yerde en son çıkan model telefona sahip olmak için aylarca borç içine giren insanoğlunun bu eylemlerinin altında yatan sebebin sorgulanması gerekmektedir. Her şeye sahip olduğu için çok mutlu olacaklarını düşünen insanlar, tarih sahnelerine bir kez dönüp baktıklarında bunun ne kadar bir yanlış düşünce olduğunun örneklerine rastalayacaklardır. Türkiye'nin en zengin iş adamlarından biri olan Sakıp Sabancı'nın "Her şeye sahibim ancak evladımı iyileştirmeye muktedir olamadım" sözü bu noktada sınırsızca tüketen, harcayan ve sabun köpüğü mutluluklar peşinde koşan insanlara pusula olacak bir rehber sözdür.

Oysaki bizim kültürümüzde değil birilerine gösteriş yapmak, kokusu gider diye bahçede yemek pişirmemek veya açık alanda bir şeyler yememek esastı. Oruç tutamayanların bile perde arkasında yemeğini yiyerek, göz hakkı diye bahçedeki

meyvelerin paylaşıldığı bir kültür iken sonsuz sınırsız özgürlük adı altında ramazanda sokakta yemek yiyenler, onda var bende neden olmasın şeklindeki aşık atma toplumuna ne zaman, nasıl ve niçin geçtiğimizi durup düşünmek gerekmektedir. İşte bu noktada çalışmamıza katılan öğrencilerimizin ifadeleri de sosyal medyanın görsellik temeline dayanan, zemini itibariyla insanların yediği, içtiği, giydiği, giymediği, yaptığı, yapmadığı, gitttiği, gitmediği her şeyi paylaşması normal, sıradan algılanan bir durum haline gelmesine sebebiyet vermiştir. Kahvaltıda, iftarda asla yenmeyecek binbir çeşit yemeğin bulunduğu mekânlarda ödenen o fahiş fiyatlar ve yenmeyen, çöpe dökülen, o kadar israf edilen yemekle birlikte mutlaka gidilmesi gereken on kahvaltı mekânı gibi söylemlerle atılan magazinsel başlıklar ile insanlar bu yola kanalize edilmektedir.

İstekleri def-i hâcet gidermek olarak kabul eden, zekât, sadaka veren toplumdan yediğimizin içtiğimizin fotoğraflarını paylaşan, israfı normal kabul eden platformlar dinimize de kültürümüze de zarar vermektedir. İşte bu tutum ve davranışlar "*mış gibi yaşama*"lar, "*yokken sahipmiş"* gibi görünmeye çalışmalar, modada, giyimde, ev eşyasında olduğu gibi inanç dünyasında da yaşanmaktadır. İnsanlar sanki mış gibi yaşamayı temel düstur haline getirmiş durumdadırlar. Gerçek samimi müslümanları tenzih ederek belirtilmesi gereken durum, öğrencilerimizin de ifadelerinden çıkan sonuçla aynıdır. Kişiler samimi dindarlığa, gerçek müslümanlığa inanmakta ve de bunun yaşanmasını istemekte, destek vermektedir. Ancak yapmadığı halde *yapıyormuş gibi görünen,* söyledikleriyle çelişen veya taraftar toplamak, ait olmak, grubun nimetlerinden faydalanmak, dezavantajlı duruma geçmemek adına yapılan bu tip paylaşımlar- teşbihte hata olmaz- münafıklığa doğru çıkan yolun başlangıcıdır.

İbadetin, iyiliğin, sevabın gizlisi makbul iken; dostlar alışverişte görsün şeklinde yapılmış okul açılışları, kutsal topraklar ziyaretlerinin selfieleri pek safiyane görünmemektedir. *"Göründüğün kadar varsın*" ilkesinin dini yaşayış biçimlerine aks ettirilmesi yanlış bir algılayış biçimidir. "Kişi inandığı gibi yaşamalı veya yaşadığına inanmalıdır". Bu ikisi arasındaki gelgitler ruhi bunalımlara, toplumsal çalkantılara sirâyet edebileceği gibi, gerçek dindarların da zan altında kalmasına, yapılan güzel davranışları paylaşıp örnek olmasındaki masumane inanca da gölge düşürmekte, zarar vermektedir.

1.5. Diğergâmlık

Türkçe'de özgecilik eş deyişiyle anlatılan mezkûr kavram, başkalarını düşünmek, yine başkalarının hakkına hukukuna sahip çıkmak anlamlarına gelmektedir.[297] Bu anlamda diğergâmlık; ihtiyacı olduğu halde, başka birini kendine tercih etmesidir. Dolayısıyla bu bir noktada faziletli olmaktır. Yine diğergâmlık, insanın kendisinin muhtacı olduğu bir şeyi başka muhtacı olana sunabilmesidir.

2013 yılında Oxford sözlüğü yılın kelimesi olarak "selfie"yi seçince yükselen bencillik trendi bir anlamda tescillenmiş oldu. Nefs-i sûretin tanımı şöyle yapılıyor: Sosyal medyada yayınlamak üzere kişinin kendi fotoğrafını bir akıllı telefon vasıtasıyla çekmesi. Bunun günlük karşılığı ise dijital narsizm. Sadece kendini düşünmek, diğer insanlara karşı hissiz davranmak, müslümana yakışmaz. Zira Allah Rasûlü -sallâllâhu aleyhi ve sellem-:

"Komşusu açken tok yatan kimse (kâmil) mü'min değildir!" buyurmuşlardır. [298]

Diğergâmlık, empati kavramı ile çok sık karıştırılmaktadır. Empati, bir kişinin yerine kendisini koyma, onun duygularını onun gibi hissedip anlayabilmeye karşılık gelirken; diğergâmlık başkalarının hak ve hukukunu korumak, bunun için mücadele etmek, hatta bu uğurda gerekirse kendi haklarından feragat etmek anlamlarına gelmektedir.

Kavramsal olarak *"içsel algılama", "duygulara nüfûz etme*", veya "*eşduyum"* gibi anlamlarını da karşılayan empati sözcüğü, terimsel olarak farklı manalarda da kullanılmaktadır.

Bizzat duygusal yöne vurgu yapılan tanımlarda ise *"Bireyin karşısındaki kişinin hissettiklerini hissetme yeteneği"* şeklinde ifade edilen kavram, aynı zamanda "*karşıdakini anlama süreci*" biçiminde de kullanılmaktadır. [299]

Yaklaşım olarak empatinin kökeninde yer alan "*İnsanlar başkalarının mutluluğunu ve sıkıntısını tıpkı kendi mutlulukları ve sıkıntıları gibi zihinlerinde ve duygularında yaşayabilirler"* esası, her türden ilişkide sevginin önemini ortaya koyan

[297] https://sozluk.gov.tr/, (10.05.2021).
[298] Hâkim, II, 15; Heysemî, VIII, 167; Buhârî, *el-Edebü'l-Müfred*, no: 112.
[299] Üstün Dökmen, *İletişim Çatışmaları ve Empati*, Ankara: SistemYayıncılık, 2005.

İslamiyetin "*Kendinize nasıl davranılmasını istiyorsanız başkalarına da o şekilde davranın."* öğüdünü anımsatmaktadır.[300]

Bu hususta Hz. Muhammed ve bir genç arasında yaşanan diyalog, bu konuya dair kayda değer bir örnek olarak öne çıkmaktadır. Buna göre genç zinâ için Hz. Peygamber'den izin istemiş, o an oradakiler gence tepki göstermişler Hz. Peygamber ise genci çağırarak:

"*Yapmak istediğin şeyin annene yapılmasını ister misin?"* Genç bu soruya "*Hayır ey Allah'ın elçisi, vallahi istemem!"* karşılığını vermiştir. Hz Peygamber: *"İnsanlar da böyledir. Anneleriyle zina edilmesini arzu etmezler. Peki kızınla zinâ edilmesini ister misin?"* Genç bu soruya da "*Hayır!*" cevabını verince, Hz. Peygamber şöyle mukabelede bulunmuştur: *"İnsanlar da öyledir. Kızlarıyla zina edilmesini arzu etmezler."* Daha sonra genç tevbe ederek Hz. Peygamberin yanından ayrılmıştır.[301]

Hz. Peygamber'in empatiye dayalı bu iletişim şekli, empati eğitimin nasıl olması gerektiği konusunda da önemli ipuçları taşımaktadır. Peygamber efendimiz muhatap olunan kitlenin yaşına, ortama göre ve de tedricilik ilkesine dayanarak ayrıca kimsenin yanında da bir başkasının kişiliğine de zarar vermeden utandırmadan anlatma yolunu seçmiştir.

Ebul Hasan Harakâni de "Nur'ul Ulûm" adlı eserinde "*Namaz ve oruç önemlidir ama gönülden kibri, haseti ve hırsı çıkarmak daha önemlidir."* diyerek başkalarının dertlerini de kendi derdi, tasası gibi bilmeyi, onlardan dedikodu malzemesi üretmek yerine onları anlayabilmeyi belirtirken "*Keşke bütün yaratılmışların cezasını bana çektirseydiler de onlar cehenneme gitmeseydi."*[302] diyerek diğergâmlığa dikkat çekmektedir.

Din, bir insanın bir noktada başkalarıyla hemhal olmasını, kendini icabında onun yerine de koymasını salık verir. Gerek gerçek hayatta gerekse de muhayyilede insanın kendini başkasının yerine koyması önemli ve anlamlıdır. Bu iki kavram ile dindarlık arasında pozitif anlamda bir diyalogun olmayışı, esasen modernleşmenin bencilliği tetiklediği ve bireyin içinde yaşadığı topluma mukabil yabancılaşmayı öne çıkardığını

[300] Ayten, 2010: 79, Buhari, 1992: "İman", 7.
[301] Ahmed İbni Hanbel, 1992: 256.
[302] Ferîdüddîn Attâr, *Evliya Tezkireleri*, çev. Süleyman Uludağ, İstanbul: Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2007, s. 606.

göstermektedir. Dini sahada ortaya çıkan bu yabancılaşma bireylerin maneviyatlarını geri plana itip bilhassa maddi şeylere yönelmeleri ferdi bir duyarsızlaşma doğurmaktadır.[303]

Öğrencilerimize sosyal medyanın değerleri etkilediğini düşünüyor musunuz? sorusuna verilen cevaplardan çıkan sonuçlardan biri de diğergamlık olmuştur. Öğrencilerin konuyla alakalı düşünceleri şu şekildedir:

> *En çok İntagram kullanıyorum. Benim dünya görüşümü aktarmaya anlatmaya çalışıyorum. Sevgi, merhamet ile ilgili, Suriye'nin durumuyla ilgili, gündemle ilgili görüşlerimi anlatan yazılar kullanıyorum. Bunlarla ilgili âyet hâdis paylaşırım. (K-19-K-23- FEF.-3.S.-Suriye-600 TL)*
>
> *Evet. Suriyelilerin kendi topluluğunda yardım kampanyası vardı. İhtiyaçlar için bağış toplanacaktı. Destek verdim. (K-19-K-23- FEF.-3.S.-Suriye-600 TL)*
>
> *Öğrencilere kitap dağıtımı gibi yardımlarda bulunuyorum. Eğer sosyal medya üzerinden bu tarz taleplerle karşılaşırsam. Örneğin ders çalışmaları için blok oluşturuyor ya da onlara bir şekilde ihtiyaçlarını tespit etmeye ya da onlara tedarik etmeye çalışıyorum.*
>
> *Bu tarz etkinlikler için sosyal medya kullanan bir insanım. İhtiyacı olan kişilere destek vermeye çalışıyorum. (K-04-K-21- FEF-1. S.-Bursa-2000 TL)*

Çalışmamıza katılan öğrencilerin sosyal medya ile ilgili ifadelerinde diğergâmlık değeri hakkında çok fazla bilgiye rastlanamamıştır. Bunun nedeni olarak da empatiden farklı olarak diğergâmlığın başkalarının iyiliği, güzelliği için kendini feda etmek veya kendi sahip olduklarından, arzularından, başarılarından feragât edebilmek gelmektedir. Empatide bir başkasının acısını anlamak var iken burada acısını iyileştirebilmek adına kendinden vazgeçiş söz konusudur. Z kuşağı diye adlandırılan bu neslin bu değerlere sahip olması pek beklendik bir durum değildir. Son zamanlarda yükselen milliyetçilik ve din değerleri üzerinden bir amaç uğruna kendini feda etmek yaklaşımları görülse de bireysel, daha çok narsist özelliklerle büyütülmektedir. Çünkü sosyal medyada bize pompalanan şey, bireyin kendisinin mükemmel, eşi bulunmaz, tek ve de en kıymetli oluşudur. Bununla birlikte kişisel gelişim kitapları adı altında okutulan kitaplarda saygı, hakkını arama, özgüven, narsiszm içiçe kavramlar olmaya başlamıştır. En çok kendini düşünmek, biricik, tek ve özel olmak adına basılan kitaplara karşın, "İçinizdeki Öküze

[303] Faruk Karaca, "Din Psikolojisinde Metot Sorunu ve Bir Dindarlık Ölçeğinin Türk Toplumuna Standardizasyonu", *Ekev Akademi Dergisi*, C.3, S.1, (2001), s. 187-201.

Oha Deyin"[304] isminde mütevazılıktan, alçakgönüllükten, diğergâmlıktan ve peygamberimizin yaşantısından örneklerden bahseden bir kitap bile yayınlanmıştır. Kişiler en çok düşünmesi gereken tek şeyin kendisi olduğu yönünde mesaj yüklemesiyle karşı karşıyadır. Zulüm altında yaşayan mazlumlara destek olmak, doğal afetlerden etkilenen mağdurlara kol kanat germek, soykırımlara, ırkçı ayrımcılıklara, cinsiyet eşitsizliğine veya başka alanda zor durumda kalan kişi veya durumlara karşı gözleri görmez, kulakları duymaz olmaktadır. Elbette tüm gençliği bu çatı altında zan altında bırakmak doğru olmasa da yeni nesle yöneltilen sorulara verilen cevaplara baktığımızda 17 Ağustos depremini, Srebsenitsa katliamını, Sarıkamış'ta donan şehitlerimizi veya milli mücadele kahramanlarımızı duymamış olduklarını görmekteyiz.

Bununla birlikte sınav sistemlerinin işbirliği, dayanışma yerine rekabete, nota ve benmerkezciliğe dayalı olması, öğrencilerin daha ilkokul çağlarından itibaren sadece kendini, hep kendini düşünmeleri, en iyi olmaları ve en iyi olmak için gerekirse başkalarını ezmeyi, haklarını gasp etmeyi veya birtakım kayırmaların normal olabileceğini sıradanlaştırmaya başlamıştır. Her daim komşunun çocukları veya akrabalarla kıyaslanan, akademik başarının gelişimde temel kriter alındığı eğitim sistemimizde öğrencilerin duyuşsal gelişimlerine ne kadar önem verildiği tartışılmalıdır. Bu gelişimleri destekleyen derslerin arka plana atılması, duyuşsal zekâları yüksek olan öğrencilerin fazla hassas kabul edilip ezilmesi, dışlanması gibi hususlar nedeniyle çocukluk çağından itibaren egosantrik şekilde yetişen gençlerin başkalarının dertleriyle hemhal olması az karşılaşılan bir değer haline gelmiştir.

1.6. Gelenek ve Göreneklere Bağlılık

İnançlar, sosyal hayatta önemli bir yer tutar. Hatta geleneksel cemiyetlerde iktisadi, siyasi ve toplumsal kurumlarla kültürel yaklaşımların çerçevesini, din oluşturmaktadır. Diğer sosyal gruplar gibi aile de, dinin toplum içinde taşıyıcısıdır.[305]

En küçük toplumsal grup olan aile, çocuğun ilk eğitim kurumudur. Aile, bu görevi daha sonra okul ve akran çevresine bırakır. İlkel toplumlarda din, aile üzerinde daha başat tesir sergilemektedir. Baba hem aile reisi hem de kült birliğinin başkanı idi.[306]

---

[304] Bülent Akyürek, *İçinizdeki Öküze Oha Deyin,* İstanbul: Kent Yayınları, 2008.
[305] Nihat Nirun, vd., *Sosyoloji*, İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, 1986, s. 102.
[306] Joachim Wach, *Din Sosyolojisine Giriş*, çev. B. İnandı, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 1987, s.18.

Ahlâki değerlere büyük önem veren dinler, bu konuda çok kapsamlı kurallar getirmişlerdir. Bu yüzden hukuk ve ahlâkîn dini mezheplerden esinlenerek otaya çıktığını iddia eden görüşlere de rastlanmaktadır.[307]

Ahlâki değerlere büyük önem veren dinler, bu konuda çok kapsamlı kurallar getirmişlerdir. Bu yüzden hukuk ve ahlâkîn dini mezheplerden esinlenerek otaya çıktığını iddia eden görüşlere de rastlanmaktadır. [308]

Örf ve adetlerin de din ile yakın münasebeti vardır. İlkel insanlar, bazı şeylere dokunmayı tehlikeli kabul ederek tabu haline getirmişlerdir. Tabu halini almış yerler ve kişilerle temasta bulunmak yasaktır. Bazı günlerin uğurlu veya uğursuz görülmesini bu anlamda değerlendirmek gerekir. Bilgiseven bu bağlantıya işaretle "örf ve adetlerin her cemiyette dinin tesiri altında şekillendiğini inkâr etmek ise sosyolojik körlüktür." demektedir. [309] Öğrencilere sosyal medyanın etkilediği değerlerle ilgili düşünceleri sorulduğunda en çok durulan temalardan birsi de gelenek ve göreneklerde değişime sebep olması gelmiştir. Öğrencilerin konuyla ilgili söylemleri şu şekildedir:

> *Ben bu tarz şeyleri pek sevmiyorum. Yakın çevreme veya bilmesini istediğim kişiye mesaj atarım bence yeterli. Bana da çoğunlukla böyle mesajlar gelir. (K-15-K-19-E.F. -1. S.- Bursa-900 TL)*
>
> *Artık her sosyal medya ağında dini tebrik ve kutlamalar yapılıyor. Günün önemine dair paylaşımları görmekten mutluluk duyuyorum açıkçası ama WhatsApp üzerinden gönderilen özel mesajlardan değil de toplu mesajlardan sıkıldım ve onlara bakmıyorum. Çoğu zaman okumadan siliyorum. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S.- Bitlis-1000 TL)*
>
> *Mesaj üzerinden değil de arama şeklinde yapıyorum. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)*
>
> *Mesaj üzerinden değil de arama şeklinde yapıyorum. Arayamayacaksam, çok saygı duyduğum birisi ise WhatsApptan ya da telefonun mesaj kısmından mesaj attığım oluyor. Çok nadir yaptığım bir şey bu."(K-45-K-23-İ.F.-4. S.-Bursa-700 TL)*
>
> *Özel günlerde mesaj tamam, ararım. Zaten aile apartmanında oturduğumuz için çocuklara halley, çikolata filan alarak onların bayramı yaşamasını isteriz. Sanal kutlayanlara da Allah razı olsun der geçerim. Her Cuma gönderenlere sinir*

[307] C.B. ve J.R., *Sosyolojinin Unsurları*, çev. K.N. Duru, İstanbul: Millî Eğitim Basımevi, İstanbul, 1975, s. 341.
[308] C.B. ve J.R., a.g.e., s. 341.
[309] Amiran Kurtkan Bilgiseven, a.g.e., s. 114.

oluyorum. Babam sosyal medyayı yeni kullanmaya başladı. Özeniyor. Gönderiyor. Benden de cevap bekliyor, yapmayınca kızıyor… Çiçek böcekli mesajlara da gıcığım, onları ayıklamakla uğraşamam telefonumdan. (K-16-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)

Bu tarz mesajlar geliyor. Şunu yaparsanız bu olur gibi. Çoğunu okumuyorum. Bazıları zaten çok uzun oluyor. İlla oku diyorlar. Çok hoşlanmıyorum. Arkadaş çevremde bu tarz kişiler yok. Genelde gönderenler lise öğrencisi. İlahiyat çevresinden böyle mesajlar atanlar yok. Bazen amcamlar, arkadaşlar atıyor. Samimi olduğumuz WhatsApp gruplarındaki arkadaşlar bunlar. Bazen hatırlanıyorum diye seviniyorum, mutlu oluyorum. O zaman cevap yazıyorum. (K-22-K-24- İ.F. -4. S.-Samsun-500 TL)

Bu tarz mesajlar geliyor. Sevmiyorum. Hatta sinir oluyorum. Atmam da yazmam da. Aramam da. Sadece özel gün, bayram ve doğum gününde belki. (K-25-K-25-İ.F.-4.S.-K. Maraş-1000 TL)

Her dinin bir gün anlayışı çok saçma. Cuma kabul, peki Perşembe Çarşamba Allah'ın günü değil mi. Pazar Hristiyan ların günü. Cuma vakti dua et, 41 kere et. Ne biliyorsun o zaman kabul edileceğini? Belki sen 41 kez edeceksen tutmayacak, ben 1 kere gönülden edeceğim olacak. Ne kadar istediğine bağlı bence. (K-28-K-25- İ.F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Listemde 50 kişi var. Bu tarz şeyler paylaşmam. Bana da gönderilmesini istemem. (K-29-K-21- İ.F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Özel günlerde yakınlarımı arar veya msj atarım. Öyle güllü bülbüllü şeylere tahammülüm yok. (K-30-K-24- FEF.-1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Samimiyetsiz buluyorum fakat cevap veriyorum kırılmasınlar diye. Böyle tebriklerin arayarak veya yüz yüze yapılacağını düşünüyorum. (K-31-K-20-FEF-1.S.-Artvin-1800 TL)

Özel kutlamaları sosyal medya üzerinden yapılmasını doğru buluyorum. (K-96-E-25-İ.F.- 4. S.-Kosova-650 TL)

Facebookta kutluyorum. Bu paylaşımların çok iyi olduğunu düşünüyorum. (K-02-K-21- Keles MYO -1.S.-Bursa-700 TL)

Uzaktan da olsa birbirlerini yakın hissetmesine yardımcı olan bir tebrik alanı. (K-95-E-25- İ.F.-4. S.- Bosna-600 TL))

Genel bir paylaşımda bulunmam ama benim için değerli olan insanlara kişisel mesaj atıp kutlarım. Mesajı kendi hislerime göre yazarım. Hazır mesaj kullanmam. (K-46-K-18-FEF-1. S.- Bartın-500 TL)

Bayramda seyranda özel günlerde mesaj atarım, bazen de ararım. Pek sosyal biri değilimdir ben. (K-22-K-24- İ.F. -4. S.-Samsun-500 TL)

Bununla birlikte özel günler ve dini kutlamaların sosyal medyada kutlanmasını normal karşılıyorum. Mesela kandil günlerini unutmuş olanlar bu vesileyle hatırlıyor. İnsanlar bayramda mutluluğunu paylaşıyor, ayrıca o kadar gereksiz paylaşımlar oluyor, bırakalım bari bayramlarda, dini kutlamalarda yapılan paylaşımlar bi nebze faydalı olsun. (K-35-K-19- E.F. -1. S.- Mersin-600 TL)

İnsanlar yüz yüze görüşemediği zamanlarda, hiç olmamasındansa sosyal medya üzerinden tebrik yapılmasının daha doğru olduğunu düşünüyorum. (K-38-K-20-E.F.-1. S..- Trabzon-650 TL)

Resmi bayramlarda insanlar sosyal medyada ne kadar özgürse dini bayramlarda da öyle olmalı.... (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Bununla birlikte özel günler ve dini kutlamaların sosyal medyada yapılması ve kutlanması konusunda ne olumlu ne de olumsuz bir düşüncem yok, isteyen kutlayabilir.

Böyle zamanlarda yakın akrabalarımı ararım. (K-33-E-19- E.F.-1.S.-İzmir-500 TL)

Çalışmamıza katılan öğrencilerin ifadelerine göre öğrencilerin büyük bir kısmı bu tarz mesajların sosyal medya üzerinden gönderilmesi konusuna *sıcak* bakmamaktadır. Bunun sebebi olarak da bunu *samimiyetsiz* olarak değerlendirmeleridir. Öğrenciler *yüzyüze* yapılan kutlamaların daha i*çten,* daha samimi, daha *doğal* ve de *anlamlı* olduğunu düşünmektedir. Paylaşım yapanların veya gelen paylaşımlara cevap verenlerin ise daha çok geleneksel aile yapımız ve kültürün özellikleriyle alakalı olduğu düşünülebilir. Öğrenciler, daha çok *karşı tarafı kırmamak, büyüğe saygısızlık etmemek* için bu şekilde davrandığı yönünde görüş beyan etmiştir.

1.7. Adalet

Türkçe'ye Arapça'dan geçen *adalet* sözcüğü, Türk Dil Kurumu (TDK) Güncel Türkçe Sözlükte "yasalarla sahip olunan hakların herkes tarafından kullanılmasının sağlanması, türe", "hak ve hukuka uygunluk, hakkı gözetme" ve "herkese kendine uygun düşeni, kendi hakkı olanı verme, doğruluk" [310] açıklamalarıyla tanımlanmaktadır.

[310] https://sozluk.gov.tr/, (30.05.2021).

Adâlet; adl mastarından Türkçe'ye adâlet olarak geçmiş bir lafızdır. Manası: "*Davranış ve hükümde doğru olmak, hakka göre hüküm vermek, eşit olmak ve eşit kılmaktır"*. Adl ise, doğru olmak, doğru davranmak, adaletle hükmetmek, eşitlemek[311], orta yol, istikamet, eş, benzer, misil ve bir şeyin karşılığı anlamına gelir.[312] Adâlet insana yöneliktir ve gayesi onun dünya ve âhiret saadetini temin etmektir. Kur'ân'a göre adâletin ölçüsü yahut dayanağı hakkaniyettir. Hidâyete hak sayesinde ulaşılabileceği gibi, adalet de hakka uymakla sağlanır[313]. Âyetlerde yer alan hak lafzı bazen adâlet anlamında kullanılmıştır. Şimdi bu âyetlerden birkaçını inceleyelim: "O gün Allah onlara âdil olan cezalarını verecek ve onlar Allah'ın apaçık hak olduğunu bilecekler."[314]; *"...Rabbimiz! Bizimle kavmimiz arasını hak ile aç (aramızda adaletle hükmet)..."*[315]; "*Ey Dâvûd! Biz seni yeryüzünde halife yaptık, o halde insanlar arasında hak ile (adâletle) hükmet..."*[316] Bu âyetlerin dışında A'raf 7/8, Enbiyâ 21/112, Sâd, 38/22, Zümer, 39/69, 75. âyetlerde geçen hak da bu manaya gelmektedir.[317]

"Muhakkak ki Allah, adaleti, iyiliği ve akrabaya vermeyi emreder, ahlâksızlıktan, fenalıktan ve azgınlıktan meneder, öğüt almanız için size nasihat eder." [318] "*…Aranızda adaleti gerçekleştirmekle (eşit davranmakla) emrolundum..."* [319]

Adalet kavramı Kur'an'da müştaklarıyla/türevleriyle birlikte otuz kez tekrarlanmaktadır. Onun bu kadar tekrar edilmesi Kur'ân'ın adalete verdiği önemin açık bir göstergesidir. [320]

Allah'ın insanlardan adalet talebi, Kur'an-ı Kerim'de,

---

311 Bekir Topaloğlu, "Adl", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA),* İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1988, C. 1., s. 387.

312 Mustafa Çağırıcı, "Adalet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA),* İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1988, C. 1., s. 341-343.

313 A'raf, 7/159.

314 Nûr, 24/25 (Mukâtil b. Süleyman, 1993, 73; İbn Kesîr, 1984, VI, s. 34.

315 A'raf 7/89 (Mukâtil b. Süleyman, 1993, s.73

316 Sâd, 38/26) (Mukâtil b. Süleyman, 1993, 73) *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 2016, s. 27.

317 Süleyman Molla İbrahimoğlu, "Kur'ân'da Hak Kavramı", *Diyanet Dergisi,* C.32, C. 1, (1996), s. 24-40.

318 Nahl, 16/90.

319 Şûra, 42/15.

320 Ahmed eş-Şerbasî, 1985, 22.

"*Ey İmân edenler! Kendiniz, ana-babanız ve en yakınlarınız aleyhinde bile olsa Allah için şahitlik yaparak adaleti ayakta tutan kimseler olun. (Şahitlik ettikleriniz) zengin veya fakir de olsalar (adaletten ayrılmayın). Çünkü Allah iki tarafa da daha yakındır (onları sizden daha çok kayırır). Öyleyse adaleti gerçekleştirirken nefsinize uymayın. Eğer (doğruları) çarpıtırsanız veya (şahitlikten) geri durursanız, biliniz ki Allah, şüphesiz yaptıklarınızdan tam anlamıyla haberdardır."*[321] şeklinde vurgulanmaktadır.

Sadi Şirazi'nin eserinde:

"*Padişah elinin altındakilere zulmü reva görünce/Sevenleri bile zor gününde ona amansız düşman olur/Halkla barışıp düşmanın savaşında güvende olur/Çünkü halk adaletli padişaha ordudur."* diyerek adaletin devlet yönetimindeki önemine dikkat çekmiştir.[322]

Mevlâna, Mesnevi'sinde adalet temasını şu şekilde işlemiştir:

"Adalet nedir? Ağaçlara su vermek. Zulüm nedir? Dikeni sulamak. Adalet, bir nimeti yerine koymaktır, her su çeken tohumu sulamak değil."[323] biçiminde ifade ederek kavramı sembollerle ortaya koymuştur.

Kur'an-ı Kerim'de adalet değeri üzerinde çokça durulmuştur. Değerin vurgulandığı toplam âyet sayısı 85 tir.[324] Nisâ, Al-i İmrân ve Nahl sûreleri adalet değerinin yoğunlukla işlendiği sûrelerdir. Kur'an'ı Kerim'i kendisine rehber alan bir insan, hakkı ve hukuku gözeterek herhangi bir konuda hüküm vereceği zaman adaletli ve tarafsız olur. Yakınları, akrabaları aleyhine de olsa adaletten sapmaz. Aynı şekilde ölçü, tartı ve hesap, kitapta dosdoğru olur. Olay ve durumlara menfaat açısından değil, dürüstlük ve adaletli bir şekilde yaklaşır. Kur'ân-ı Kerîm'de de herkesin yaptıklarının karşılığının verilmesi ve hakkı kadar verileceği konusu Ahkâf, 46/19 ve Şu'arâ, 26/183 âyetlerinde açık şekilde belirtilir.[325]

---

[321] Nisâ, 4/135.

[322] Salih Aybey, "Sadî Şirazî'nin "Bostan" Ve "Gülistan" Adlı Eserlerinin Din Eğitimindeki Yeri Ve Önemi", *Esosder*, 2019, ss. 425-437.

[323] Murat Erten, ''Mevlânâ'da Kavram ve Bir Yöntem Olarak Adâlet'', III. Uluslararası Mevlana Sempozyumu, Muğla, 2014, s. 9.

[324] Mevlüt Gündüz, "Kur'an-ı Kerim Fihristinin Değer Odaklı Analizi," *Değerler Eğitimi Dergisi,* C. 16, No. 35, (2018), ss. 141-158.

[325] Recep Emin Gül, Berrin Güzel, "Justice From The Ummah To The Organization: The Analysis Of The" *Bilimname* XLIII, C.3, 95-128, (2020), ss. 95–128.

Bence genel anlamda insanlara orada samimi değiller. Örneğin Emine Bulut cinâyetinde. Bence oradaki katil asıl kadının eski kocası değildi bence orada o videoyu çeken herkes katildi çünkü. O videoyu çekene kadar eğer adamın kafasına bir sandalye fırlatsaydı polisi arasaydı ya da dikkatini dağıtacak herhangi bir şey yapsaydı o kadın orada ölmeye bilir, çocuğu da bütün bunları görmez, bu şeyi yaşamazdı. Dolayısıyla insanlar o anda sadece ben oradaydım, bakın ilk ben gördüm, o anı yaşadım ya da bunu bir haber kanalına satarsam ne kazansam kâr diye bakıyor. Bu yüzden gençlerin bu davranış kalıplarını kırmak gerekiyor. (K-04-K-21- FEF.-1.S.-Bursa-2000 TL)

Öğrencilerimiz sosyal medya kullanımıyla ilgili cümlelerinde adalet kavramının zedelendiğini belirtmiş olsa da bir yandan da adalet aramak için yine sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Emine Bulut cinâyeti veya Kadir Şeker'in yargılanması olayında hashtag açtıklarını, duyuruları paylaştıklarını veya imza topladıklarını belirtmişlerdir. Ancak sosyal medyada ve de kitle iletişim mecralarında her zaman adalet zemininde paylaşımlar yapılmadığı, adil olunmadığı, bazen provoke edici paylaşımlar yapıldığı da gözden kaçırılmamalıdır. Nitekim Sarıoğlu'nun çalışması da bunu doğrular niteliktedir.[326]

1.8. Yardımseverlik, Paylaşımcılık, İşbirliği

İnsanoğlunun toplumsal bir varlık olarak yaratılmış olması ve insanların her daim birbirlerine muhtaç kılınması sebebiyle İslamiyet'te yardımlaşma, dayanışma, işbirliği içinde olma ve de bunların yapılma şekli hususunda çok fazla âyet ve hâdise rastlamaktayız. Paylaşma, dürüst davranma, yardım etme, dayanışma halinin İslamiyet'teki karşılığı amel-i salihtir. Bu değerlerin yaşatıldığı toplumların birbirine olan bağlılığı güçlüdür, zor zamanlarda kenetlenir, kolay kolay dağılmazlar.

İnsanoğlu, fıtratı gereği yardımlaşma diğergâmlık özelliğini taşımaktadır. Sadece kendisinin iyilik ve güzelliğini değil, çevresindekilerin hatta hiç görmediği tanımadığı insanların da iyiliğini, sağlığını, başarısını isteyebilir ve istemelidir de. İnsanlar yaşadığı olumsuz tecrübelerin özlerindeki bu güzelliği soldurmasına izin vermemelidir. Yardımlaşma ve dayanışmanın temelinde karşılık beklemeksizin yapılması yatmaktadır.

[326] Elif Başak Sarıoğlu, Erkan Turan, "Sosyal Medyada Prime Time: Bireylerin Paylaşımları Üzerine", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, (2020), ss. 3207-3228.

Bu duygunun güzelliğini tadan bir kişi, yaşadığı tatmin duygusu ile bu iyilik halini tekrarlayabilmek adına yeni fırsatlar oluşturur, oluşumlara katılır ve bu halka böyle devam eder.

Dünyada ne kadar din ve inanç sistemi varsa bir o kadar da farklı düşünce tarzı olmakla birlikte hepsinin ortak değerleri, evrensel değerler de denilen dürüstlük, sevgi, şefkat, yardımlaşma, iyilik, adalet… şeklindedir. Bu nedenle ister dini bağlantısı olsun, isterse dinden bağımsız olsun dünyanın pek çok yerindeki pek çok kişi veya topluluk, bu özgeci yaklaşımla yardımlaşma duygusu içinde faaliyet göstermektedir.

Örneğin Hinduizm'e göre değerler şu beş temel üzerine oturmaktadır: Bunlardan ilki, zihnin ve kalbin manen temizlenmesi, açgözlülükten ari olmak anlamında arınmışlık veya saflıktır.[327] Yani fazla mal edinme derdinde olmamak, elinde olanı paylaşmak, yardım etmek bu dinin temel düsturlarındandır.

İslam´daki yardımlaşma ve dayanışma ilkesi Kur´an-ı Kerim´de "İyilikte ve fenalıktan sakınmakta birbirinizle yardımlaşın, günah ve düşmanlıkta yardımlaşmayın"[328] âyetiyle çizilmiştir.

İslamiyet'te yardımın şekli ve niteliği de belirtilmiştir. "Kendiniz için ne istiyorsanız o şekilde kişilere yardım ediniz" diye buyurulmuştur.[329]

Nitekim Sadi Şirazi'nin "Bostan ve Gülistan" adlı eserinde:

"…Gücün yettiğince merhametten uzak durma/Merhamet edersen, merhamet ederler sana" [330]diyerek konunun önemine dikkat çekmiştir.

Kınalızâde Ali Efendi, çocuk eğitiminden söz ederken:

"…*Çocuğu cömertliğe alıştırmalıdır. Akranına iyilik ve yardım öğretilmelidir"* demektedir.[331]

Aynı şekilde İslamiyet'te yardımın karşılıksız olması gerektiği, yardımı teşvik amacıyla da yardım eden kişinin mükâfatlandırılacağı belirtilmiştir. Bu nedenle ölüm insanın kapısını çalmadan önce elimizdekilerden dağıtılması yani paylaşmanın esas

[327] Ali İhsan Yitik, *Dinler Tarihi El Kitabı,* Ankara: Grafiker Yayınları, 2015, ss. 364-366.
[328] Maide, 5/2.
[329] Bakara 2/267.
[330] Salih Aybey, a.g.e., ss. 425-437.
[331] Kınalızâde Ali Efendi, *Ahlâk-ı Alâî,* Bulak 1248.

alınması gerektiği buyurulmuştur.[332] Buradaki elimizdekilerden verme, yani yardımlaşmanın mahiyeti için ise her türlü servet denilerek yeter ki niyetin iyilik ve yardım olması hususunda özellikle durulmuştur.[333] Dinimiz yardımlaşmak için paylaştığımız her şeyin yerine kat be kat konacağını, kişinin rızkının bollaşacağını buyurmuştur.[334] Kur'an-ı Kerim'de birisine bir şey vereceğimiz zaman kendimizin beğenmeyeceği, giymeyeceği, yemeyeceği, kullanmayacağı şeyleri vermememiz gerektiği de belirtilmiştir.[335]

Kur'an-ı Kerim'de kendilerine verilen rızkı gizli veya açık olarak dağıtan kişinin rızkının asla kesilmeyeceğini belirtilirken[336] bu yardımı gösteriş için veya karşılık bekleyerek yapan kişilerin ise yaptığı yardımı değersiz hale getireceğinden kişinin bundan kaçınması gerektiği üzerinde durulmuştur.[337]

Öğrencilerin ifadelerine göre, yardımlaşma, dayanışma, işbirliği içinde olma konusunda *istekli* olduklarını, *ellerinden geldiğinde bir şeylere destek olmak istediklerini* görmekle birlikte *yardım kampanyaları* veya *duyguların istismarıyla* birlikte çıkan haberlerden etkilenip kendilerini bu konudan uzaklaştırdıklarını da belirtebiliriz. Öğrenciler arasında yardımseverlik, paylaşımcılık ve işbirliği için olumlu tutum sergileyenler bulunmakla birlikte olumsuz tutum sergileyenler de görülmektedir.

Öğrenciler, deprem, sel gibi doğal afetler sonucu zor durumda kalan kişilere yardım etme konusunda duyarlı davranmaktadır.

> *Evet ettim. Elazığ depreminde, bir okul için para toplanırken, bir arkadaşa destek olunacak diye… (K-42-K-22- İ.F.-3. S.- Hatay-500 TL)*

Öğrencilerin eğitime destek konusunda da çeşitli yardım faaliyetlerine katıldığı söylenebilir. Konuyla ilgili olarak öğrenciler şu şekilde görüş belirtmişlerdir:

> *Öğrencilere kitap dağıtımı gibi yardımlarda bulunuyorum. Eğer sosyal medya üzerinden bu tarz taleplerle karşılaşırsa. Örneğin ders çalışmaları için blok oluşturuyor ya da onlara bir şekilde ihtiyaçlarını tespit etmeye ya da onlara tedarik*

---

[332] Münafikun Sûresi, 63/ 10.
[333] Bakara, 2/215.
[334] Sebe, 34/39.
[335] Al-i İmran, 3/92.
[336] Fâtır, 35/29.
[337] Bakara, 2/264-265.

etmeye çalışıyorum. Bu tarz etkinlikler için sosyal medya kullanan bir insanım. İhtiyacı olan kişilere destek vermeye çalışıyorum. (K-04-K-21- FEF-1. S.-Bursa-2000 TL)

Yardım etmedim fakat yardım olur mu bilmiyorum. Bizde fakülte de bir topluluk bünyesinde yaptığımız oldu. Özür diliyorum fakülte değil, ben Bursalıyım aslen. Dağ der bünyesinde Uludağ Gençlik olarak köylere gidip oradaki öğrencilerle ilgilenmiştik. Bunun sosyal medya üzerinden duyurusunu yaptık. Oradan gelen kitap vs. yardımları kabul etmiştik. Bu sayılırsa birkaç defa yapmıştık. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Evet, ettim. Bursa'daki yurtlar için hiç tanımadığım birisi yardım istemişti bende ona yurt bulmuştum (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Sosyal medya üzerinden YKS ve LGS sınavlara hazırlanan öğrencilere yardımcı oluyorum soru atıyorlar ben de çözüp anlatıyorum. Burada hiçbir menfaatim yok yardımcı olmak ve kendimi geliştirmek amacım. (K-33-E-19- E.F.-1. S.-İzmir-500 TL)

Öğrencilerin zor durumda olan Müslümanlara da yardım etme konusunda istekli olduğu görülmektedir.

En çok İnstagram kullanıyorum. Benim dünya görüşümü aktarmaya ve anlatmaya çalışıyorum. Sevgi, merhamet ile ilgili, Suriye'nin durumuyla ilgili gündemle ilgili görüşlerimi anlatan yazılar kullanıyorum. Bunlarla ilgili âyet, hâdis paylaşıyorum. (K-19-K-23- FEF -3.S.-Suriye-600 TL)

Evet ettim. Sosyal medyada dini bir vakfın yetimler için kermesi olduğunu duydum. Katkım olsun diye bilet alıp gittim. (K-16-K-19- E.F -1. S.- Bursa-400 TL)

Evet. Suriyelilerin kendi topluluğunda yardım kampanyası vardı. İhtiyaçlar için bağış toplanacaktı. Destek verdim. (K-19-K-23- FEF -3.S.-Suriye-600 TL)

Arkadaşlar bahsediyor. Ben hiç kullanmadım. Yani denk de gelmedim. Sadaka, para işleri çok hoşuma gitmeyen işler. Sadaka yapılacaksa daha resmi bir kurum üzerinden yapmalı. Örneğin İdlib için toplananlar ya da depremzedeler için toplananlar. Bunun gibi devletin mercilerine başvurulmalıdır. Devletten başka güvenilir topluluk, kurum, kuruluş göremiyorum. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Öğrenciler hayvan hakları ve onları koruma konusunda da yardım faaliyetlerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

Ben genelde sosyal medyada hayvan sevgisi ile ilgili sayfaları takip ediyorum ve onlar için de çeşitli yardım kampanyalarına katıldım. (K-03-K-21- FEF -1.S. Çorum-600 TL)

Yardım ettim. Çok zaman insanlara maddi yardımda da bulunmuştum. Hayvan sever olduğum için hayvanlara yardım etmişliğim oldu, bilgi ve gördüğümde destek olduğum zamanlar oldu. Bu anlamda sosyal medyanın yardım kampanyaları için çok faydalı olduğunu düşünüyorum. (K-07-K-21-FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

Kimi öğrenciler ise yardımın sadece maddi olarak olmayacağını, bilgi vererek de yardım edebileceğini belirtmişlerdir. Özellikle ilahiyat fakültesinde okumakta olan öğrencilerin ifadelerine göre, kendilerine sorulan dini sorulara cevap vermeyi de yardım faaliyeti içerisinde saymaktadır.

Nitekim 2013 yılında Arslan ve Tunç'un Malatya İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencileri arasından seçilmiş 300 kişi ile yapılmış olan "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar" adlı çalışmada fakülte öğrencilerinin en çok önemsediği değer, iyilik ve yardımseverlik olarak belirlenmiştir.[338]

Maddi olarak hayır, ama dini anlatmak, sorularına cevap bulabilmek için ettiğim oldu. Yanlış bildiği bir şey varsa mesaj atıp anlatmaya gayret ettim. (K-22-K-24-İ.F.-4. S.-Samsun-500TL)

Ben İlahiyatçı olarak bana sorulan bazı soruların cevabını verdim. Yani manevi olarak yardım ettim. (K-96-E-25 İ.F.-4. S.-Kosova-650 TL)

Daha önce inançsız bir adamla konuştuğum oldu. Fakat onu ikna edemedim. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

Çevremde çok fazla mütedeyyin insan yok. Bu kelimeyi de çok fazla kullandım ama daha çok seküler yaşayan insanlar var. Dini paylaşım yapmaktan ziyade ne hissediyorsam onunla ilgili paylaşım yaparım. Düşünmediğim bir şeyi paylaşmak ya da insanların rahatsız olacağı bir şeyi paylaşmak benlik değil. Akrabalarımdan birkaçı ateistlik üzere paylaşım yapmıştı. Uyarmıştım onları. Böyle paylaşımlar yapma şeklinde değil de, bu konu ile konuşmak ister misin gibi. Tabi konuşulması gereken insan var, konuşulmaması gereken insan var sosyal medya üzerinde. Çünkü mesajlaşma ve dini içerikli paylaşımda bulunulsa bile, insanların jest, mimik, konuşma gibi durumlarını anlayamadığım için çok etkili olmuyor hatta

[338] Mustafa Arslan, Esra Tunç "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar", *Değerler Eğitimi Dergisi*, (2013), s. 15.

yanlış anlaşıldığını düşünüyorum. Ben Anadolu Lisesi mezunuyum. İmam hatipli çevrem yok benim. İlahiyatta edindiğim arkadaşlarım var. Zaten onlarda irşat yapamıyoruz tabi ki (gülüyor). Ama bir soru çok sorulursa belki o zaman paylaşımda bulunuyorum. Psikolojik durumumu nasıl etkiliyor hiç düşünmedim. Ama sosyal açıdan güzel dönütler aldım. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Maddi olarak hayır. Sorulara cevap verdim sadece. Babam imam olduğu için dinle, İslam hukuku ile ilgili çok soru gelir. Ne yapalım nasıl davranalım derler. Yardımcı olurum. (K-23-E-20- İ.F. -1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Evet dini bazı konularda eksikliği olan kişilerle belli deliller ölçüsünde aydınlatmaya çalıştım. (K-34-K-19-E.F.-1. S.-Zonguldak-450 TL)

Evet ettim. www.change.org. favori sitem. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Ben Lösev'in sayfalarını takip ederim, kanserle ilgili sayfaları okurum, hayvanseverlik ile ilgili paylaşımları takip eder ve paylaşırım ama belli sayıda şunu ulaştırın, bakın işte şu olunca bu olur gibi paylaşımlara asla katılmam, beğenmem ve bu ben de kesinlikle bir baskı ya da vicdan rahatsızlığı yapmadı. (K-07-K-21-FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

Bazı öğrenciler ise, sosyal medyadan yardımı çok doğru bulmadıklarını, yardımın yerine ulaşma noktasında endişeli olduklarını belirtmektedirler.

Sosyal medyadan insanlara yardım etmedim. Güvenilir bulmuyorum. (K-39-K -21-E.F.-1.S.-Bursa- 3500 TL)

Ama sosyal medyanın insanları Kürt, Sünni vesaire gibi ayrıştırmaya çalıştığını düşünüyorum. Ama kendisin kesinlikle yardıma ihtiyacı olan insanların etnik kökenine ya da işte mezhebine, dinine bakmadan her şekilde kimin ne ihtiyacı varsa onlara yardım etmeye çalışıyorum. (K-04-K-21-1. S.-Bursa-2000 TL)

Birisine yardım etmedim. Kim olduğu belli değil, hırsız mı katil mi? Tanımadığım birine niye yardım edeyim? (K-08-E-22- Z.F.4. S.-Muğla-1000 TL)

Çok kişiye yardım ettim ama sosyal medyadan asla. (K-09-E-21- İ.F.1.S.-Ankara-200 TL)

Yardım ettim. Ama çok değil, nadiren ettim. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Birkaç sefer teşebbüs ettim ama ben yardım edebileceğimi söyleyene kadar hallolmuştu. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Eskiden facebookta insanların şu fotoğrafımı beğenir misin, şu durumumu beğenir misin mesajlarına, isteklerine yardımcı oldum. Onun dışında büyük bir yardım

dileği almadım. Alsam da artık yardım etmeyi düşünmüyorum. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)

Yardım etmedim. Tanımadığım insanlarla iletişime geçmiyorum. Sanal arkadaşlıklar falan saçma geliyor. İmza için mail atıyorlar, maddi bir şey değil ama imza atarak destek veriyorum (eğer o soruna katılıyorsam). (K-37-K-19-E.F. -1. S.-. K. Maraş-500 TL)

İfadelere bakarak yardımlaşma değeri üzerinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun *hassas ve duyarlı* olduklarını söylemek mümkündür. İlahiyat fakültesi öğrencilerinin bu değerin yaşatılması hususunda daha çok *gayret sarf ettiği* söylenebilir. Bu durum, İslamiyet'te yardımlaşmaya verilen önem ve bunu fakültenin öğrencilerinin bu âyet ve hâdisleri diğer fakülte öğrencilerinden *daha çok bilmesi* veya *içselleştirmesi* olarak açıklanabilir.

Sosyal medya kolektif bir platform gibi görünmekle birlikte aslında içeriği de şekli de kişinin kendisi belirlemekte, kişi yazdığı hikâyenin kahramanı veya çektiği filmin baş aktörü olmaktadır. Bu nedenle bireysel olarak yapılan hayır, hasenat, yardım faaliyetlerinin burada paylaşılır olması geleneksel yardımlaşma anlayışına ters düşmekte ve bu anlamda bir riyâ olduğu düşünülerek tepki almaktadır. Buna benzer bir sonuç Gezginci ve Işık'ın 2018 yılında yapmış olduğu "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz" isimli çalışmada *da* ortaya çıkmıştır. 200 kişi üzerinde yürütülen çalışmada katılımcıların %30'u (60 kişi) yapılan yardımların paylaşılmasını riyâkârlık ve gösteriş olarak *nitelendirmekte* %25'i (50 kişi) ise samimi dindarlık anlayışı ile örtüşmeyeceği yönünde görüş belirtmektedirler. Bu tarz paylaşımların iyiliği teşvik edeceğini belirtenlerin oranı ise sadece %35'dir.

1.9. Hoşgörü ve Farklı İnançlara Saygı

Hoşgörü sözcüğü TDK Sözlüğü'ne göre, hata ve kusurları hoş görmeyi, çeşitli düşünce, inanç ve davranışları özgürce dile getirmeyi ifade eder. Günümüz Arapça'sında müsamaha yerine daha çok tesâmuh ve semâha kelimeleri kullanılmaktadır.[339] "Hoşgörü" Latince asıllı bir kavram olan "tolerance" karşılığı olarak kullanılmaktadır. Günlük

[339] https://islamansiklopedisi.org.tr/musamaha, (10.05.2021).

konuşma dilinde katlanmak, tahammül etmek, müsaade edilen hata anlamlarında; bazen de tolere etmek şekliyle kullanılmaktadır.[340]

Terim olarak da şu anlamlara gelmektedir:

a. Başkalarının, kendisininkinden farklı düşünme ve yaşama biçimleri olmasını kabul etme ve bunun pratiğine izin verme,

b. Vicdan özgürlüğüne saygı ve farklı dini ya da dinsel öğreti ve pratikleri savunan kişileri düşünce ve *pratikleriyle* kabullenme. [341]

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte her yerde farklı insan toplulukları ile karşılaşmaktayız. Bunlar farklı *inanç* yapısına sahip olabildiği gibi farklı etnik gruptan da olabilmektedir. Çok kültürlülük de denilen bu olgu değişik sorunları da beraberinde getirmektedir. Birlikte yaşama kültürü, sorunları uzlaşma ile çözme, değişik görüşlere karşı müsamahalı davranabilme bu sorunların temel çözüm kaynağıdır. İnanç sistemleri de bu konuda ilahi pek çok mesaj vermektedir. Ancak tarih boyunca tüm insanlığın üzerinde tamamen uzlaşıya vardığı bir değerler sistemi olamamıştır. Bir toplumda farklı sosyo-kültürel yapıdaki ilişkiler ağı aslında yeni bir değer temasını oluşturmaktadır. İşte bu temas süreci iyi yönetilirse yani hoşgörü iklimi esas olursa çatışma yerini hoşgörü ve müsamahaya bırakmaktadır. Günümüz dünyasında çok kültürlülükte yaşanan bu değer buhranını en aza indirebilmek maksatlı değerler eğitimi içerisinde hoşgörü değerine geniş yer ayrılsa da teknolojik gelişmelerdeki değişimin hızı kadar toplumların ve kişilerin değeri hızlı değişmemektedir.

Sürekli gelişen ve yeni *anlam* yüklemeleri ile güncellenen bu değer bazen sabır değeriyle de birlikte karşımıza çıkabilmektedir.

Yüce Rabbimiz hoşgörü konusunda Hz. Muhammed gibi en güzel örneği bizlere göndererek bu konudaki hassasiyetini göstermiştir. Çünkü peygamberimiz sadece Müslümanlara değil farklı inançtan kişilere karşı da her zaman anlayışlı davranmıştır.

Müslüman, hoşgörü sahibi ve bağışlayıcıdır. Allah (c.c.) gerçek müminleri *"Öfkelerini yenerler, insanların kusurlarını affederler."*[342] diye övmüştür.

---

[340] https://sozluk.gov.tr/, (10.05.2021).
[341] Yasemin Dönmez Atalay, *Felsefi Açıdan Tolerans ve Hoşgörü*, (Yüksek Lisans Tezi), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008, s. 18.
[342] Al-i İmran, 3/ 134.

Evrensel bir değer olmakla birlikte sosyal bilimlerin pek çok alanı (psikoloji, felsefe, sosyoloji, teoloji) gibi farklı pek çok disiplin tarafından da incelenmiş olan bu kavram her türlü farklılığı kabul etmek, saygı duymak, birlikte yaşama zemini için gayret sarf etmek olarak da düşünülebilir.

Kendisine atfedilen bu olumlu anlamların yanında, bazı şeylerin yapılmasına, söylenmesine engel olmama hali olarak da farklılıklar taşıyan azınlığa karşı bir üstünlük hali olarak görülmesi toplumsal eşitlik adına zarar olarak kabul edildiği için hoşgörü/tolerans kavramları yerine farklılıklara saygılı olma olarak adlandırılması sık tartışılır hale gelmiştir.

Yunus Emrede öğretilerini halka sunduğu Divanında, insan sevgisi ve hoşgörü yaklaşımlarını:

"İrenler buna kalmadı vardı yolına turmadı"

Hakk'ı gerçek sevenlere cümle âlem kardaş gelü''[343]

''Bir kez gönül yıkdun-ısa bu kılduğun namaz değül

Yetmiş iki millet dahı elin yüzin yumaz değül"[344]

"Cümle yaradılmışa bir göz ile bakmayan

Halka müderris ise hakîkatde âsıdur''[345] beyitleri ile ortaya koymaktadır. Bu anlamda mutasavvuf şair, tüm yaratılmışları yaratandan ötürü sevmenin bilincine erdiğini göstermektedir.

Mevlana'nın "Ne olursan ol yine gel."[346] sözündeki hoşgörünün temeli Ebul Hasan El Harakani'de şöyle görülmektedir:

"*Her kim bu kapıya gelirse ekmeğini veriniz ve inancını sormayınız. Zira ulu Allah'ın katında ruh taşımaya layık olan herkes Ebul Hasan'ın sofrasında ekmek yemeye layıktır.*" [347]

[343] Faruk K. Timurtaş, *Yunus Emre Divanı*, nşr. İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser 1, (yıl yok), s.74
[344] Timurtaş, a.g.e., s.102.
[345] Timurtaş, a.g.e., s.55.
[346] Murat Erten, a.g.e., s. 9.
[347] Ferîdüddîn Attâr, a.g.e., s. 606.

UNESCO da hoşgörüyü dünya kültürleri arasındaki çeşitliliğe saygı, kabul ve idrak olarak kabul etmektedir. Kattığı bu olumlu katkı ile de cinsiyet ayrımcılığı, ırkçılık, inanç özgürlüğü, istismar, sömürü gibi sorunların çözümünde de yardımcı bir unsur olarak düşünülmüştür.

Artık farklı ırk, din, mezhep veya politik düşünceye sahip olan kişilerin bir arada yaşaması zorunlu olan dünyamızda bireysel hak ve özgürlüklerin güvence altına alınması, birlikte yaşama kültürünün geliştirilmesi adına hoşgörü, sahip olunması gereken değerlerden birisidir. Bu noktada elbette hoşgörüye yardımcı olacak olan değerler adalet ve özellikle de sosyal adalet olmaktadır. Çünkü sosyal adalet burada adil dağılım ve eşitliği de beraberinde getirecektir.

Öğrenciler hoşgörü ve farklı inançlara saygılı olma değeri konusunda farklı görüşler belirtmişlerdir. Kimi öğrenciler her türlü görüşün söylenebilmesi hususunda özgür olduklarını, bu konuda herhangi bir baskı görmediklerini; diğer bir grup ise farklı görüş veya düşüncelerini dile getirirlerse sosyal medyada hoşgörü olmadığı için linç edileceklerini veya baskı göreceklerini bu nedenle de bazen kendilerini tam olarak ifade edemediklerini belirtmişlerdir.

Farklı görüş ve inançlara saygıyı inceleme noktasında Ünür ve Duman (2016) tarafından yapılan araştırmada Twitter'da açılan gerçekislam etiketi incelenmiştir. Bu etikette İslamafobi karşısında sergilenen içerikler sosyal kimlik açısından değerlendirilmiştir.[348]

Aşağıda verilmiş olan ifadelere bakıldığında öğrenciler sosyal medyada *hoşgörü olmadığını, farklı görüş ve inançlara saygı duyulmadığını* düşünmektedirler. Kişiler kendilerini *doğrunun merkezi* kabul etmekte, kendilerinden olanları *çevre edinmekte (bizden severlik)*, onlardan *onay* aldıkça doğru olduğuna daha güçlü inanmakta ve karşı tarafı *yok saymakta*, dinlememekte, hatta *tekfir* etmektedir.

> *Dindar olmayan insanların tatminsizliği ve çevresine karşı hoşgörüsüzlüğü var. Dindarların bu yüzden kalp kazanmak için bir araç olarak kullandığını görüyorum sosyal medyayı. Tebliğ amacı için yani. WhatsAppta 100 kişiye ulaşırsın ama sosyal medyada binlerce kişiye. (K-16-K-19- E.F. 1. S.- Bursa-400 TL)*

[348] Ece Ünür, Didem Duman, "Sosyal Kimlik Olarak İslam'ın Sosyal Medyaya Yansıması, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, C.16, S. 3, (2016), s. 37.

İnsanlar boşluklarını doldurmak için ya da a partisi, b partisi mensubu olduğunu bu şekilde gösteriyorlar. Birbirlerini olmadık şekilde kutuplaştırabiliyorlar. İnanmadıkları şeyleri inanıyor gibi gösteriyorlar. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

İçeriğine bağlı. Âvam dille paylaşılmış yazıları direkt geçiyorum. Bazen de neden böyle yazmışlar diyerek yorumları okuduğum oluyor. Halkın durumunu da öğrenmek, bilmek lazım bana göre. Genellikle fakültedeki hocalarımız, uluslararası fakülte hocaları yani akademisyenlerin yazılarını merak ediyorum. Onlar daha öğretici. Bunlar olmadan sosyal medya çok boş bir âlem olarak geliyor bana. İnsanı asosyalleştiriyor ayrıca. Dini içerikli mesajlara gelince a cemaati, b cemaati şunu paylaşıyor, bunu paylaşıyor. O, ona laf atıyor, bu buna laf atıyor. Öbürü onu tekfir ediyor falan. Aynen böyle görüyorum. Biz ilahiyatçıları tekfir ediyorlar (gülüyor). (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Sosyal medyada baskı göreceğimi biliyorum o anlamda çok özgür olduğumu düşünmüyorum ama ben yine de söyleyeceklerim söylemekten çekinmem, burada insanlar kendini kanıtlama, kendini kandırma ya da aynı fikirde olan insanları toplama niyetindeler ve aynı fikirde olan insanlarla bir arada olma fikri onlara daha makbul gelmekte (K-01-E-18- S.B. MYO -Hatay-700 TL)

Dini musiki, yeşil cami, ebru ve hat sanatı gibi paylaşımlar yaparım. Ama dini paylaşım yapmam. Sinir oluyorum. Nefret ediyorum hatta. (K-28-K-25- İ.F. -4. S.-Mardin-1000 TL)

Hayır, Bazı insanlar bizim dini görüşlere saygı duymayabiliyor. (K-43-K-19-E.F. 1.S.-Rize-3000 TL)

Özgür değiliz. Kendi fikrini paylaştığında saygı göstermiyorlar. Herkes kendi düşüncesini kabul ettirmeye çalışıyor. Dava açılıyor, şikâyetler sonucunda. O yüzden herkese yorum yazmıyorum. Ama içimden bazen sövüp sayıyorum… (K-26-K-18- FEF-1. S.-Antalya-400 TL)

Aslında bir noktada hayır. Çünkü insanlar kendilerinden başka bir fikri savunanları kabul etmiyor, yeri gelince küfür etmekten çekinmeyen cahil bir zihniyet de var sosyal medyada. Ancak bunlar var diye kendi görüşümü s.a.sunmaktan asla vazgeçmem. Bu konuda onların özgürlüğümü kısıtlamalarına izin vermiyorum. (K-34-K-19-E.F. -1. S.- Zonguldak-450 TL)

Kimi öğrenciler ise kendileri hakkında doğru olmayan paylaşımlar nedeniyle *ayrıştırıldıklarını, ötekileştirildiklerini, dışlandıklarını* belirtmiştir.

Ancak bir yandan da yanlış haberler yayıldı. İnsanlar bizlere tavır aldı. Bedava yaşıyoruz, sınavsız işe üniversiteye giriyoruz gibi. (K-19-K-23- FEF -3.S.-Suriye-600 TL)

Kimi öğrencilerin ise sosyal medyanın farklı görüşleri paylaşabilmek, tartışabilmek için *uygun bir platform olduğunu*, bu noktada da kendi düşüncelerini ifade etme konusunda *problem yaşamadığını*, sosyal medyanın *farklı inançlara saygı* gösterdiğini belirttiğini görüyoruz.

Dini konularda özgürüz elbette ama ben bu sosyal medyada herhangi bir görüş belirtmem, yazmam, paylaşımda bulunmam. Kandil, bayram, Cuma, Atatürk'ün ölümü ve 29 Ekim gibi aklınıza gelebilecek her şey benim hayatımda çok önemlidir. Ama bunların hiçbiri ile ilgili bir şey paylaşmıyorum. Bunun da sebebi şu: Hem gerek duymuyorum hem de sürekli insanlar bunu bekliyorlar. Paylaşmadığın zaman, bir sefer atladığım zaman bunu sanki bir tavır gibi algılıyorlar, dolayısıyla da ben de her seferinde bunları paylaşmakla uğraşmak istemediğim için hiçbirini paylaşmıyorum. (K-03-K-21- FEF-Kimya-1.S.- Çorum-600 TL)

Kesinlikle katılırım. İnstagramda herhangi bir gönderide olan bir tartışmada görüşümü belirtmekten, karşı görüş almaktan çekinmem. Sonuçta fikirlerimiz ölçüsünde varız. (K-34-K-19-E.F. -1. S. - Zonguldak-450 TL)

Dini milli paylaşımlar yapmam. 10 Kasım'da da yapmam, bayramda da yapmam. 10 Kasımda paylaşım yapanlar sanki her gün Atatürk'ü mü düşünüyor. Veya kandilde, bayramda paylaşım yapanlar her gün İslamiyeti mi düşünüyor. (K-26-K-18- FEF-1. S.ınıf-Antalya-400 TL

En çok İntagram kullanıyorum. Benim dünya görüşümü aktarmaya, anlatmaya çalışıyorum. Sevgi, merhamet ile ilgili, Suriye'nin durumuyla ilgili, gündemle ilgili görüşlerimi anlatan yazılar kullanıyorum. Bunlarla ilgili âyet, hâdis paylaşıyorum. (K-19-K-23- FEF - 3.S.-Suriye-600 TL)

Hoşgörü ve farklı inançtaki kişilere saygı gösterme değeri konusunda genel bir eğitim gösterdiklerini söyleyemeyiz. Kimileri burayı bir *platform* olarak görmekte, kendi *dünya görüşünü, hayat biçimini* yansıtan düşünceleri paylaşmakta; hatta *farklı görüşteki* kişilerle tartışmakta, kimileri ise, *baskı* göreceğini düşündüğü için paylaşımlarına *dikkat ettiğini* belirtmektedir. Bu noktada ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya paylaşımlarını birer *"tebliğ"* aracı olarak gördüklerini, bu nedenle de burada dinle ilgili

paylaşımlar yapma, *yanlış bilgileri düzeltmeye* çalışma gayreti içinde olduğunu söyleyebiliriz.

Mustafa Arslan ve Esra Tunç'un İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde öğrenim görmekte olan 223 öğrenci ile yaptığı "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar" adlı çalışmasında öğrencilerin değer sıralamasında ikinci sırada hoşgörü ve farklı inançlara saygının yer aldığını görmekteyiz.[349]

Toplumu bir arada tutan ortak değerlerden biri, belki de en önemlisi dindir. Toplumların olaylara bakışını, düşünüş ve yaşayış tarzını şekillendiren unsurdur. Ancak teknolojik gelişmeler ile birlikte toplumlarda farklı inançlar karşımıza çıkabilmektedir. Bu nedenle dini bir motif ile veya inancı yansıtan bir imge ile paylaşımda bulunmak bir ayrımcılık mıdır, ötekileştirmek midir, yoksa fikri özgürlük bağlamında mı ele alınmalıdır? Bu soru çok tartışılabilir. Bizim çalışmamıza katılan öğrencilerin fikri özgürlük yönünde görüş belirtmesiyle birlikte sosyal medyada bu anlamda bir baskı olduğunu belirtenler de olmuştur. Aynı soru 2018 yılında yapılan "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz" isimli çalışmaya katılan, rastgele seçilmiş, yaş aralığı 18-70 arasında değişen; gelir durumu, düşük-orta-yüksek; okur-yazarlık düzeyi ise lise-üniversite-lisansüstü olan 200 kişiye sorulmuştur. 200 kişiden %44,5 (89 kişi) herhangi bir ayrımcılığa yol açmaz derken, %55.5'lik kısım bunun ırkçı, mezhepçi, ayrımcı bir yaklaşım olduğu yönünde görüş belirtmişleridir.

1.10. Büyüklere Sevgi- Saygı, Misafirperverlik

"*Küçüklerimize merhamet etmeyen, büyüklerimize saygı göstermeyen bizden değildir.''*[350] hâdis-i şerifi bize dinimizin büyüklere saygı ve hürmet; küçüklere ise sevgi göstermenin temel ahlâki değerlerden olduğunu bildirmektedir. *''Allah Teâlâ, yaşından ötürü bir ihtiyara saygı gösteren gence, yaşlılığında hizmet edecek kimseler lutfeder*."[351] büyüklere saygı hususunu dile getiren bir diğer hâdis-i şerifimizdir. Dinimiz bu konuya çok önem vermektedir. Çünkü herkes Allah'ın verdiği ömür çerçevesinde bir gün yaşlanacaktır. Bu nedenle her müslümanın bu noktayı göz önünde bulundurup ona göre hareket etmesi cemiyet içindeki bağlarını güçlendirecektir.

---

[349] Mustafa Arslan, Esra Tunç "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar", *Değerler Eğitimi Dergisi*, (2013), s. 17.
[350] Tirmizî, ''Birr'', 15.
[351] Tirmizî, ''Birr'', 75.

İslam dini büyüklere saygı, akrabaları hatırlamak, ziyaret etmek (sıla-ı rahim) misafirperverlik, kandil, bayram gibi özel günlerin kutlanması noktasına çok önem vermektedir. Dinimize göre Müslüman bir kişi, en yakınındaki kişiden itibaren çevresindeki kişilerden, komşu, eş dost ve de arabalarından mükelleftir. Bu nedenle kişi elverdiği ölçüde bu kişileri ziyaret etmeli, bu kişilerin davetlerine katılmalı, hastalarını ziyaret etmeli, özel günlerde onları aramalı, sormalıdır. Ancak öğrencilerin bir kısmı bu değerlerin yaşatılması konusunda duyarlı iken; kimileri ise ya bu konuda isteksiz olmakta ya da bunların gösterilme ve yaşatma yeri konusunda sosyal medyayı tercih etmemektedir.

Yunus Emre de: "*Bir kez gönül yıktın ise bu kıldığın namaz değil/ Yetmiş iki millet dahi elin yüzün yumaz değil."* diyerek konunun önemine işaret etmiştir.

Kınalızâde Ali Efendi çocuk eğitiminden söz ederken:

"Büyüklere saygı gösterilmesi gereken kimselerle konuşurken sen demeyip siz diye hitap edilmelidir. Emsal ve akranı ile de güzel ve hoşlukla konuşmalıdır."[352] demektedir.

Nitekim 2013 yılında Arslan ve Tunç'un Malatya İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde okuyan 300 öğrenci ile yapılmış *"İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar"* adlı çalışmada fakülte öğrencilerinin en çok önemsediği değerler arasında sekizinci sırada yerini alan büyüklere sevgi ve saygıdır.[353] Bu değerler Yahudilik dininde de çok önemsenmektedir. Nitekim On Emir'de geçen değerlere bakacak olursak "*Annene, babana saygı göster. Öyle ki, Tanrın RAB'in sana vereceği ülkede ömrün uzun olsun."*[354] denmektedir. İncil'de:

"Ey çocuklar, Rab yolunda anne babalarınızın sözünü dinleyin. Çünkü böylesi doğrudur. İyilik bulmak ve yeryüzünde uzun ömürlü olmak için annene babana saygı göster…"[355] Tevrat'ta ise:

"*Babana ve anana hürmet et…"*[356] denilerek büyüklere aile fertlerine gösterilmesine gereken saygı, sevgi ve de hürmetten bahsedilmiştir.

---

[352] Kınalızade Ali Efendi, a.g.e., s. 116.
[353] Arslan, Tunç, a.g.e., s. 16.
[354] Kutsal Kitap, 2001: 92.
[355] Efesoslular'a Mektup, Bap 6, 1-3.
[356] Çıkış, Bap 20,12.

Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Saha Araştirması Bulguları'na göre gençlerin aileleriyle ilişkileri Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8: Gençlerin Aileleriyle İlişkileri ("*Haftada Bir ve Daha Sık*" Yanıtlarının Oranı)[357]



Yapılan bu araştırmada da katılımcıların sosyal medya üzerinden *"büyüklere sevgi saygı, misafirperverlik"* değeri kapsamında söylemleri incelendiğinde, katılımcılar sosyal medyayı özel ve önemli günlerin paylaşıldığı bir ortam olarak görmekte ve bu ortamın samimiyet göstermediğini de belirtmektedir. *Bu bağlamda kişiler gönlü kırılmasın diye, daha çok arama yolu* ile iletişime geçtiklerini belirtmektedirler.

> *Sosyal medyayı dini amaçla, genellikle kandillere akrabaları gönüllendirmek için kullanıyorum. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3500 TL)*
>
> *Dini paylaşım yapmam. Ancak çok etkilendiğim bir şey olursa belki o zaman hayırlı cumalar filan paylaşabilirim. Ama kimseye hayırlı cumalar diye mesaj atmam. Bana çok gelir bu tarz mesajlar. Gönül kırıklığı olmasın diye cevap yazıyorum. Ayda yılda bir yazan akrabam veya ne zamandır görmediğim bir arkadaşım ise kırmayayım diye. (K-29-K-21- İ.F. -1. S.- Bayburt-210 TL)*
>
> *Dini tartışmalara katılmam. Ama paylaşım yaparım. Anneler günü, 15 Temmuz, bayram, ramazan, 23 Nisan bunlar benim için önemli. (K-19-K-23- FEF- 3.S.- Suriye-600 TL)*
>
> *Özel günlerde ise yani Cuma, kandil, Bayram gibi özel günlerde tebriğimi sosyal medya üzerinden yazmam, bunu bir dahaki olarak kabul ederim. Ancak birisi beni*

[357] Emre Erdoğan, "Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Saha Araştirmasi Bulgulari," *Habitat Derneği*, (18.04.2021).

ararsa yazarım, konuşurum bazen ben özellikle ararım ama bunu sosyal medya üzerinden yazmak çok samimi gelmiyor. (K-07-K-21-FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

WhatsApp'tan bayramlarda, kandillerde ve Cuma günleri mesaj atıyorlar. Ben atmam. Samimi değil, zaten toplu mesaj atıyorlar, bana attığını kendisi biliyor mu acaba. Sevdiğim insanlarla sık sık telefonda görüşürüm, ararım, kutlarım, toplu mesaj atmam. Aramak istemiyorsam da annem zorlar, ayıp olur, mesaj at gibi (bayramlarda). (K-37-K-19-E.F. 1.S.K. Maraş-500 TL)

Böyle zamanlarda yakın akraba ve arkadaşlarımı istersem ararım mesaj atmam. Aramak istemezsem kontörüm yok der geçerim. Bende genelde isteksizlik olur. (K-08-E-22- Z.F.-4. S. -Muğla-1000 TL)

Bununla birlikte özel günler ve dini kutlamaların sosyal medyada yapılması ve kutlanması konusunda ne olumlu ne de olumsuz bir düşüncem yok, isteyen kutlayabilir. Böyle zamanlarda yakın akrabalarımı ararım. (K-33-E-19- E.F.-1. S.-İzmir-500 TL)

İfadelere göre öğrenciler sosyal medyadan mesajlaşmanın, bayram, kandil tebriğinin çok samimi olmadığı kanaatini taşımakla birlikte, bazen büyüklere saygı ve hürmetin gereği, bazen de ailelerin baskısı ile cevap vermekte veya onlar da özel günlerde bu şekilde kutlamayı gerçekleştirmektedir.

Dijital teknolojideki gelişmeler medya araçlarının çeşitliliği fonksiyonlarının etkisi ile birlikte dini anlayışı ve dini kutlamaların da şeklini değiştirmiştir. Dijital din veya sanal din adı verilen bu yeni kavram ile kişilerin kendilerini dini anlamda ifade etme şeklinde meydana gelen değişiklikler anlatmaktadır. Bizler de gençlerin büyüklere saygı, sevgi gösterme noktasında kendilerini bu şekilde ifade etme yoluna gittiğini söyleyebiliriz. Ancak geleneksel olarak ziyaret etme ve telefon ile görüşme anlayışına sahip gençler de çalışmamızda karşımıza çıkmıştır.

1.11. Kardeşlik

İslâmî sözlükte "uhuvvet" şeklinde yer alan kardeşlik kavramı karşılığında kullanılan, aynı ana-babadan ya da bunlardan birinden doğmuş veya aynı sülâle, kabile veya millete mensup olma, aynı inanç ve değerleri, dünya görüşünü paylaşma gibi

ortaklık ve benzerlikleri bulunan kişi ya da gruplar arasındaki birlik ve dayanışma ruhunu da ifade etmektedir.[358]

Burada önemli olan İslamiyet ile birlikte soy, ırk, kan birlikteliğine dayanan "asabiye" ortaklığı yerine "tevhid" inancının gelmesidir. Hz. Muhammed, bu kabileci soy ortaklığına dayanan birlik yerine yeni bir toplum yapısını düzenlemek ile aslında gelmiş geçmiş en büyük toplum mühendisliğini gerçekleştirmiştir diyebiliriz. "*Müminler sadece kardeştirler*."[359] âyeti ile de dinimizde konuya verilen önem ve Müslümanların üç günden fazla küs kalmaması, her zaman birlik beraberlik içinde olması gerektiği üzerinde durulmaktadır.

Bununla birlikte peygamberimiz cennete girmenin şartını İmâna; mümin olmanın şartını da birbirimizi sevmeye bağlayarak gerçek müminin kinden, nefretten, öfkeden uzak kalması gerektiğini; müminler arasında sevgi ve kardeşlik köprüsünün kurulmasının önemini belirtmiştir.[360]

Peygamberimiz, müminler arasındaki kardeşlik, yardım ve dayanışmanın önemine dikkat çektiği bir hâdisinde bir müminini diğeriyle aralarında husûmet olmasının bütüne vereceği zararı tüm vücudu saran ateşli bir hastalığa benzeterek belirtmiştir.[361]

Dinimiz Müslüman olan bir bireyin kendisi için ne istiyorsa diğerleri için de istemesi gerektiğini; kendisi için arzu etmediği durumları da diğer tüm insanlar için dilememesi gerektiğini belirterek insanlar arasındaki bencillik, gösteriş, hor görme, kibir gibi olumsuz duyguların önüne geçmiş; dayanışma, yardımlaşma, hemhâl olma hislerinin önünü açmıştır. Günümüzde kişiler kan bağı olan kardeşlerini bile kıskanmakta; mal, miras, unvan yüzünden anlaşmazlıklar çıkmakta, kavgalar edilmekte, mahkeme koridorları dolup taşmaktadır.

Kardeşlikten doğan öncelikli sorumluluklarımızdan birisi de insanların birbirlerine ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına -imkânlarının elverdiği ölçüsünde yardım edebilmesidir. Bu konuda özellikle büyük şehirlerde birbirini tanımayan komşuların olduğu apartmanlarda komşuluk hakkının unutulduğu gözlemlenmektedir maalesef.

---

[358] Mustafa Çağrıcı, "Uhuvvet'', *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2001, C. 24, ss. 485-486.

[359] Hucurât, 49/9-13.

[360] Müslim, 93-94.

[361] Buhârî, ''Edeb'', 27; Müslim, ''Birr'', 66; İbn Hanbel, IV, 268, 270.

Hâlbuki komşusu açken tok yatan bizden değildir diyen bir ümmetin bireyleriyken birbirine selam vermekten aciz, elindekini paylaşmayan, bencil bireyler haline dönüşmeye başladık. Bununla birlikte dinimiz kardeşlik ve yardımlaşma noktasında öksüz ve yetimlere gösterdiği hassasiyeti orta parmağı ile işaret parmağını yan yana koyarak göstermiş, onları koruyanlar ile kimsesizler (öksüz ve yetimler) cennette böyle yan yanadır demiştir.

Dinimizde sadece İslam kardeşliği değil insan kardeşliği de esastır. Farklı dine inanan kişilere de Medine'de hoşgörü ortamını sağlayan Hz. Muhammed, bu konudaki en güzel örneklerden biridir. Bu kapsamda araştırmada katılımcıların kardeşlik, birlik ve dayanışma ruhuna yönelik söylemleri incelendiğinde özellikle Türkiye'ye göç etmiş kişilere yönelik yapılan yardım kampanyalarına destek vermek başta olmakla beraber; afet bölgelerine yönelik yapılan yardımları birlik-beraberlik ve kardeşlik duygusu ile yapıldığını ilişkilendirmek mümkündür. Öğrencilerin konuyla ilgili görüşleri şu şekildedir:

> *Evet. Suriyelilerin kendi topluluğunda yardım kampanyası vardı. İhtiyaçlar için bağış toplanacaktı. Destek verdim. (K-21-E-23- FEF -3.S.-İstanbul-4000 TL)*
> *Ancak bir yandan da yanlış haberler yayıldı. İnsanlar bizlere tavır aldı. Bedava yaşıyoruz sınavsız işe üniversiteye giriyoruz gibi. (K-19-K-23- FEF- 3.S.-Suriye-600 TL)*
> *Evet. Sudan da öğretmenlik yapan biri vardı. Bir WhatsApp grubunda. Oranın resimlerini, açlığı, sefaleti paylaştı. Harçlığını, çalışıp kazandığının bir kısmını gönderdim. Bir su kuyusu açıldı. (K-24-K-19- FEF-1. S.- Bursa-1000 TL)*
> *Elazığ depreminde, bir okul için para toplanırken, bir arkadaşa destek olunacak diye…(K-42-K-22- İ.F.-3. S.- Hatay-500 TL)*

Öğrencilerin ifadelerine göre, kardeşlik değeri, yardımlaşma değeri ile birlikte hareket etmeyi getirmiş; buradaki birliktelik daha çok din kardeşliği yönünden ele alınmış ve yardımlar bu doğrultuda yapılmıştır.

1.12. Sabır

Kavram, anlam olarak sözlükte "*engellemek, hapsetmek; güçlü ve dirençli olmak"* manalarına gelip, etimolojik olarak sabr kelimesinin ahlâki terimi bağlamında "*üzüntü, başa gelen sıkıntı ve belâlar karşısında direnç gösterme; olumsuzlukları olumlu kılmak için gösterilen metanet"*, gibi manaları işaret etmektedir. [362]

Sabır kelimesi dinimizde yüce Rabbimizden gelen her türlü zorluk, bela veya yoksun bırakılma halini imtihan kabul edip dayanıklı bir tuh haliyle tevekkül içinde beklemeyi ifade ederken; halk arasında yanlış anlamalara veya anlamlara kayarak bazen acziyet içinde kalma durumu, eli kolu bağlı kalma halindeki çaresizlik hissi, bu his karşısında alınan tavır gibi yanlış algılamalara mahal vermiştir. Sabır, Rabb'ına teslimiyeti, kulluğu olan, bitene rızayı, imtihan olma halini kabul etmeyi gerektiren bir değerdir. Bu değerin altında yatan düşünce kadere, hayır ve şerrin Allah'tan geldiğine olan imân ve Allah'tan gelen her şeyin hoşnutlukla karşılanmasıdır.

Kutsal kitabımız Kur'an-ı Kerim, sabra verilen hususi önemi peygamber kıssaları üzerinden aktaran, onların hayat hikâyelerinden kesitler verilerek sabredenlerin kazanacağı mükâfatlar konusunda bize rehberlik eden bir kaynaktır. Hz. Musa kıssası buna en güzel örneklerden biridir. Sadece inandığı değerler yüzünden zulüm gören ve inançları uğruna mücadele eden ve hidâyete eren insanların hikâyesinin anlatıldığı bu kıssada sabrın insanın en güçlü psikolojik gücü olduğu hususu özellikle çizilmektedir. Sabır, gerek dinî gelenekler gerekse pozitif psikoloji yaklaşımınca kabul edilen güçlü bir kişilikte bulunması gereken özelliklerdendir.[363]

Mevlana Mesnevisi'nde "*Sabreden kuşu hoş gör, bağışla*." [364] demektedir.

Yine Hz. Eyyub kıssasında da tüm malı elinden alınmış, hastalığı tüm vücuduna yayılmış ve de en ağırı evlat acısıyla sınanmış olan peygamberimiz isyan etmeden bunun Allah'tan gelen bir sınav olduğu idrakiyle sabretmiştir. İlaveten Hz. Yakup da Eyyub peygamber gibi evlat acısıyla sınanan ve "*Bana düşen sabr-ı cemildir*" diyerek konunun önemini bize gösteren örnek bir kişidir.

---

[362] Mustafa Çağrıcı, "Sabır", TDV İslam Ansiklopedisi, C. 35, İstanbul: TDV Yayınları, 2008, ss.337-339.
[363] Peterson Chrıstopher, Seligman Martin, "Character Strengths And Virtues: A Handbook An Classification", New York: Oxford University Press, 2004.
[364] Mevlânâ, *Meşnevî*, trc. Veled İzbudak, İstanbul 1990, I-VI; a.e. (nşr. Muhammed İsti'lâmî), Tahran 1370-71/1990-91, neşredenin önsözü, I, 93-94.

Konunun en iyi örneği Hz. Yûsuf bahsinde görülmektedir. Hz. Yûsuf'un, kardeşlerince kuyuya atılması, ardından onu kurtaranlar tarafından Mısır'da köle olarak satılması, bir iftira nedeniyle hapse düşmesi ve tüm bunlar olurken ailesinden koparak üzücü olaylar yaşaması hatırlanmalıdır. Tüm olanlara karşın Hz. Yûsuf, yaşadığı tüm acılara mukabil inancı gereği sabreder. Onun bu sabrı Allah tarafından rüyaları yorumlama yeteneğiyle ödüllendirilir ve bu yorumlama sayesinde hapisten kurtulur. Böylece Hz. Yûsuf, Mısır Kralı Firavun'un rüyasını yorumlayarak özgür kalır ve devlette bir göreve atanır.[365]

Sabırlı olan kişiler dinç ve dinamiktir. Tembellikten, aciziyetten uzaktadır, olayların büyük fotoğrafını görür, olayları soğukkanlılıkla değerlendirir; öfkeyle, acelecilik ile hareket etmez. Bu durum da kişiye haklılığı, zaferi, başarıyı getirecektir. Dinimizde sabır bazen inandığı değerler yüzünden zulüm görme durumu, bazen dünyevi istekler karşısında nefsin baskısına direnebilme hali, bazen sahip olunan şeylerin kaybolması, "*Andolsun ki sizi biraz korku ve açlıkla, bir de mallar, canlar ve ürünlerden eksilterek deneriz. Sabredenleri (sâbirîn) müjdele."*[366] şeklinde bazen de ibadet ve yükümlülükleri yerine getirme konusundaki sebat "*Allah'a ibadet et ve O'na ibadet etmede sabırlı ol (ıstabir)."* şeklinde karşımıza çıkabilmektedir.

Hz. Yusuf hikayesi sabır bahsini ifade etmede önemli bir örnektir. Bu bağlamda yine tasavvuf ekseninde düşünüldüğünde büyük mutasavvıf Yunus Emre de halk edebiyatı unsurları arasında sabrı bir imge olarak ele almakta ve bu bağlamda sabrı içselleştirmektedir. Hz. Yusuf'un yaşadıklarını telmih ettiği şiirlerinde:

"Gelün biz varalum Yûsuf'ı görelüm

Cemâli honından bin açlar toyalar"[367]

şeklinde düşüncelerini ortaya koyar ve Hz. Yusuf'un yaşadıkları ile ilgili olarak:

"Gehî kan yaş akar Ya'kûb gözinden

Geh olur Yûsuf-ı Ken'ân-ı 'ışkdur"[368]

---

[365] Tabbâra, Afif Abdülfettah, *Kur'an'da Peygamberler ve Peygamberimiz*, trc. Ali Rıza Temel vd. İstanbul: Gonca Yay 1992, s. 311.
[366] Bakara 2/155; Âl-i İmrân 3/186.
[367] Mustafa Tatcı, *Yunus Emre Divanı,* Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 2016, s. 210.
[368] Tatcı, a.g.e., s. 73.

"Yûsuf'ıla ben kuyıda yatdum bile çekdüm cezâ

Ya'kûb'ıla çok agladum bulınca figândayıdum"[369]

"Yûsuf'daki hüsn ü cemâl Ya'kûb'daki hüzn ü melâl

Gâh bedr olam gâhî hilâl gökde mâh-ı tâbân benem"[370]

"Bu 'âlem-i kesretde sen Yûsuf u ben Ya'kûb

Ol 'âlem-i vahdetde ne Yûsuf u ne Ken'ân" [371]

dizeleriyle Allah aşkının sabır imgesiyle nasıl yüceldiğini analoji yaparak ortaya koymaktadır.

Dinimizde bu dünyanın geçici olduğunu, insanların burada yaşayacakları zorlukların ahirette ödüllendirileceği inancı bulunmaktadır. Bu İslamın amentülerinden birisidir. Hayır ve şerrin Allah'tan geldiğine inanan insan, zorluklara sabreder.

Kur'an-ı Kerim'de her kavram zıttıyla anlatılmaktadır. Allah'ın rahmeti gazabıyla, nimeti azabıyla anlatıldığına göre elbette zorluklar karşısında gösterilecek sabrın da bir mükâfatı olacaktır. "*Ve Rabb'in için sabret.*"[372] Sabır değeri Kur'an-ı Kerim'de toplam 45 sûre ve 111 âyette geçmektedir. En fazla vurgulanan sûre Al-i İmran, Bakara ve Kehf sûreleridir.[373]

Müslüman bir kimse sabır ve azim sahibi olarak toplumsal değişimlerin yaşanması için her daim mücadele etmelidir. Müslümanların "*Emr-i Bi'l Ma'rûf ve Nehy-i Anil Münker"* görevini yaparken bir takım engel ve sıkıntılarla karşılaşması olasıdır. Ancak yukarıda da belirtilmiş olduğu gibi sabretmenin karşıtı olan aceleci davranan, anlık öfkesiyle hareket eden kişilerin durumu psikolojik bir zaaftır denebilir. Bunun sebebi, öfkeli, kırgın veya acele eden bir kişinin konunun detaylarına hâkim olup doğru teşhis

[369] Tatcı, a.g.e., s. 134.
[370] Tatcı, a.g.e., s. 162.
[371] Tatcı, a.g.e., s. 210.
[372] Müddessir, 74/7.
[373] Mevlüt Gündüz, "Kur 'an-ı Kerim Fihristinin Değer Odaklı Analizi," *Değerler Eğitimi Dergisi,* (2018), s. 159.

koyması ve çözüm yolu bulmasının zorlaşmasındandır. Eşref-i mahlûkat olarak yaratılan insanın kendisine tanınan bu imkânları layıkıyla yerine getirebilmesi niçin duygusal patlamalarla öfke kontrolünden uzak durmalı, fevri çıkışlardan kaçınmalı yani sabretmelidir. Nitekim Asr sûresinde insanın yaratılışında var olan bu zıtlıklardan dolayı yaşayacağı sonsuz mutluluk veya hüsran kavramları ve çıkış yolu belirtilmiştir. Bununla beraber Tevrat ve İncil'de de bu konuya önem verildiğini görmekteyiz.

Tevrat'ta "*Sabırlı kişi yiğitten üstündür*".[374] denirken; İncil'de "*Rabb'in kulu kavgacı olmamalı. Tersine, herkese karşı sevecen ve öğretmeye yetenekli olmalı, haksızlıklara sabırla dayanmalı."*[375] denmektedir.

Hristiyanlıkta ise sabır için *"Ruhun ürünüyse sevgi, sevinç, esenlik, sabır, şefkat, iyilik, bağlılık, yumuşak huyluluk ve öz denetimdir."*[376] denmektedir.

Bu araştırmada da sabır, katılımcıların bilgiye ulaşma konusunda gösterdiği tahammül ve bilgiye ulaşabilme zamanı birlikte ele alınmıştır. Tüketim toplumu olarak yapılanan toplumlar, artık bilgiye erişimde de sabırsızlık yaşamakta, sabır ve sebatın karşılığı olan ödülü alabilme konusunda tahammüllerinin bulunmadığı gözlemlenmektedir. Özellikle hızlı iletişim kurma becerisi geliştirme, katılımcılarda sabra yönelik beceri gelişimini etkilemektedir. Bu araştırmada da katılımcıların sabır değerine yönelik söylemleri analiz edildiğinde; özellikle bilgiye kolay erişim sağlama, çevresi ile hızlı iletişim kurabilme avantajları sağlamakla birlikte, sağlanan bu avantajın dezavantaja da döndüğünü belirtmektedirler. Buna dair bazı görüşler şöyledir:

> *En büyük avantajı iletişimi kolaylaştırması, uzaktaki arkadaşlarınız ile rahatça iletişime geçebiliriz bu sayede (K-05-K-22- FEF-1.S.-Türkmenistan-750 TL)*
> *Her şey elimizin altında, kolayca haberleşebiliyoruz. Her şeye daha kolay ulaşabiliyoruz. Olup bitenden kısa sürede haberdar olabiliyorsun. (K-43-K-19-E.F.-1.S.-Rize-3000 TL)*
> *Bilgiye ulaşmak daha rahat oldu. Girişimciliğe ve güzel işlerin ortaya çıkmasında katkıda bulunduğunu düşünüyorum. Doğru kullanıldığı takdirde çok büyük nimet. (K-44-K-19 E.F. 1. S.- Bingöl -900 TL)*
> *Giyim noktasında aradığımı buluyorum. (K-42-K-22- İ.F. -3. S.- Hatay-500 TL)*

[374] Süleyman Meselleri, Bap 16, 32.
[375] Timoteosa II. Mektup, Bap 2, 24.
[376] Kutsal Kitap, 2001:1485.

Bilgiye ulaşmak kolaylaştı. Kişilere de… Şarj bitiyor ama mail atıyor veya mesaj atıyor ulaşıyorsun. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S.-Muğla-1000 TL)

Bilgiye ulaşmak kolay (K-15-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Bilgiye ulaşma kolaylaştı. İnsanlara ulaşmak da kolaylaştı. Güncel olaylardan da herkes hemen haberdar olabiliyor. (K-37-K-19-E.F. -1. S.- K. Maraş-500 TL)

Bilmediğimiz konular hakkında bilgi edinebiliyoruz, en basitinden yemek yapmak için bile sosyal medyayı kullanabiliyoruz. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Bilgiye ulaşmanın yolu kısalıyor. (K-39-K -21- E.F.-1.S. -Bursa-3500 TL)

Bilgiye ulaşmak kolaylaştı. İnsanlarla iletişim kurmak güç halden çıktı (K-40-K-19- E.F. - 1. S.- 1.S.-Rize-3500 TL)

Bence bilgilere daha kolay ulaşılabilir. Fakat o bilgilerin ne kadar güvenli olduğuna şüphelerim var . (K-96-E-25 İ.F.- 4.S.-Kosova-650 TL)

Kendi adıma kullanmamalarını tavsiye etmek isterdim ama kendim de kullandığım için çok etik olmaz sanıyorum. Ama kullanımı en az seviyeye indirmeleri ve sanal ilişkiler ve sanal dünyalardansa gerçek ilişkilerine ve gerçek kişiliklerine daha çok önem vermelerini tavsiye edebilirim. Zira ne olursa olsun bizler kanlı canlı insanlarız ve bir amaç üzere var olduk. Gerçekliği olmayan hedeflerdense gerçek bir mana ve hedef üzerine çalışmak daha iyi olacaktır. Orası bir ayna olabilir. Ama ayna her gerçekliği göstermez. Sûretinizi gösterir. Fakat ruhunuzu ilmi birikiminizi, karakterinizi, kişiliğinizi göstermez. Aynadaki görüntüye takılı kalmak şu sûrette ne derece makul olabilir? (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Öğrencilerin ifadelerine göre sabır en çabuk *tüketilen değer* olmuştur. Sosyal medyanın bize her türlü bilgiyi anında vermesi, birisine *anında ulaşabilme* gibi kazanımlar beraberinde bekleyememe, sabredememe, amaçladığı bilgi veya kişiye ulaşamadığında huzursuzluk, güvensizlik duygularına neden olmaktadır. Bu sebeple gençlerin kütüphaneye gidip bilgi araştırma, bir şey hakkında uzun ve detaylı analiz yapabilme, eleştirel düşünme yetisi yerine "ye, iç, harca, anında tüket" şeklindeki "*anı yaşama*" adı altında sabun köpüğü gibi bir hayata yol aldığını görmekteyiz.

Kartopu ve arkadaşlarının çalışmasına göre, dindar kişilerin daha sabırlı olduğu ve öfke kontrolünün daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Burada dinimizin hayır ve şerrin Allah'tan geldiğine inanmak temeli üzerine kurulması ve "Mevlam neyler, neylerse güzel eyler" anlayışının yattığını söylemek mümkündür.[377]

İnsanoğlu günlük hayatta her zaman hoşlandığı durumlarla karşılaşmaz. İşte bu durumlarda gün içinde belki onlarca kez sabretmeyi gösteren durumlarla, olaylarla karşılaşmaktayız. Bu anlamda sabır, umudu, ümit etmeyi de beraberinde getiren bir noktadır. Sabredip arzulanır duruma gelmesi için umut etme, kişinin psikolojik olarak da pozitif destek ile hayata tutunmasını sağlayan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu, aslında çağımızın ruhsal problemlerine de şifa olarak gösterilebilecek bir tutumdur.

Schnitker ve Emmons, karakter gücü ile ilgili Peterson ve Seligman tarafından geliştirilen ve sabırın başat etmen olarak öne çıktığı yaklaşımla ilgili tespitte bulunmaktadırlar. Buna göre VIA-IS[378] adını verdikleri ölçeğe göre, erdemin ilki "karakter gücü" biçiminde görülecektir. Araştırmacılar, sabır ile ilgili elde ettikleri verilerde sabrın öncelikli kriter olduğunu belirtmişlerdir.

İkinci kriter, olarak sabrın ahlâkî değer oluşu görülmektedir. Üçüncü kriter ise, sabrın hem empirik ve hem de empati gibi prososyal kazanımlarla elde edilebileceğidir. Dördüncü kriter, olarak sabırsızlık özelliği bağlamında sabrın zıt karakteri görülmektedir. Beşinci kriter, bireysel farklılıkları ölçen ölçümlerin bulunmasıdır ki bu ölçek kriterini Schnitker ve Emmons'un geliştirip uyguladıkları ölçek oluşturmaktadır. Altıncı kriter, sabrın kişilik türleri, ile ilgili farklılık göstermesi bahsidir. Yedinci kriter, sabrın bazı kimselerde somutlaşması hali olarak görülmekte olup Schnitker ve Emmons'a göre Hz. Eyüp ve Gandhi, bu kriterin birer analitik örnekleri olabilir. Sekizinci kriter, bu kriter gücüne sahip deha çocuk ve gençlerin varlığıdır. Dokuzuncu kriter, ise bazı bireylerde bu kriter gücü yani sabır yoksunluğudur.[379]

---

[377] Saffet Kartopu, Harun Geçer, Hızır Hacıkeleşoğlu, "Sorumluluk Duygusu ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma," *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,* (2018),

[378] https://www.viacharacter.org, (10.05.2021).

[379] Schnitker Sarah, Emmons Robert, "Patience As A Virtue: Religious And Psychological Perspectives", *Research İn The Social Scientific Study of Religion,* (2007), ss.177–207.

Psikiyatride sabırsızlık örneklerine çokça rastlanmaktadır. Bu anlamda öfke patlamalarının kayıtları önemlidir. Yine sabır ölçeğinde yer alan onuncu kriter bu hususta ritüel ve pratikleri uygulayan kurumların inşa edilmedisidir. Schnitker ve Emmons'un geliştirdikleri Budizm'deki Quaker toplantıları ile ilgili olarak "bekleyen bekler" yaklaşımı gibi sabırın gelişimini destekleyen kurumlar bunun delili olarak ifade edilmiştir.[380]

Yine sabırla alakalı Amerika'da yaş ortalamaları 17 olan 12-21 yaş aralığındaki 465 Liberya'lı ile yapılan bir araştırmada, gençlerin sabrın öz değerlendirmesi bahsinde kendilerini daha sabırlı biçimde görenlerle, kişilerarası ilişkiler, kişisel gelişim ve manevi dünya ile alakalı gayret puanlarına varılmıştır. Sabrın önemine inananların, başarı, kendini bilme ve maneviyatı önemseyen kişiler olduğu, hedef yaklaşımlarında daha fazla gayret puanı aldıkları tespit edilmiştir.[381]

Schnitter'in çalışması psikolojik iyi oluş haliyle sabır arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır.

1.13. Sorumluluk

Sorumluluk konusu ile ilgili yapılan araştırmalara ve literatüre bakıldığında bu kavramın bazı kaynaklarda bireysel ve sosyal sorumluluk olarak ayrıldığı,[382] bazı kaynakların sorumluluğu duygu olarak ele aldığı,[383] bazılarında ise kişisel özellik ve karakter[384] olarak tanımlandığı görülmektedir

Sorumluluk denilince kişinin yaptığı eylemler ve aldığı kararların farkında olması, bunların sonuçlarını kabullenebilmesi anlaşılmaktadır. İsrâ sûresi 15. âyetinde "*Kim doğru yolu bulmuşsa, ancak kendisi için bulmuştur; kim de sapıtmışsa kendi aleyhine sapıtmıştır. Hiçbir günahkâr, başka bir günahkârın günah yükünü yüklenmez. Biz, bir peygamber göndermedikçe azap edici değiliz."* buyurularak insanların davranışlarındaki bireysel sorumluluğa işaret edilmektedir.

---

380 Schnitker, Emmons, a.g.e., s. 200.
381 Schnitker, Emmons, a.g.e., s. 205.
382 Nelson Darwin Vd, "Personal Responsibility Map (PRM)". *Oakwood Solutions*, LLC,2004.
383 Berkowitz Leonard, Lutterman Kenneth, "The Traditional Socially Responsible Personality", *Public Opinion Quarterly*, 32: 1968, ss.169-185.
384 Yalom Irwin, *Varoluşu Psikoterapi*, İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 2001.

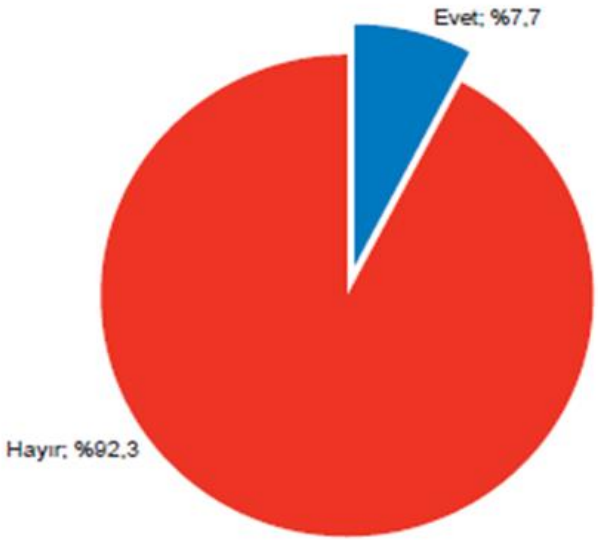
Bu anlamda herhangi bir kurum, kuruluş veya sivil toplum örgütlenmelerinde gönüllü olarak yardım veya destek faaliyetlerinde bulunabilirken; kişinin kendi bakımını, yükümlülüklerini yerine getirmesi ise bireysel sorumluluk olarak anlaşılabilmektedir.

Sosyal sorumlulukta toplumsal fayda ilkesi esas iken, bireysel sorumlulukta kendi yetki alanı dışına çıkmadan kendi kendinin görevlerini gerçekleştirebilmesi ilkesi esastır. Fecr sûresi 17-20. âyetinde:

"*Hayır, hayır! Yetime ikram etmiyorsunuz. Yoksulu yedirmek konusunda birbirinizi teşvik etmiyorsunuz. Haram helâl demeden mirası alabildiğine yiyorsunuz. Malı da pek çok seviyorsunuz."* [385]

buyurularak toplum içinde yaşayan bireyler olarak birbirimize karşı olan sorumluluğumuza dikkat çekilmektedir. Bu anlamda ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal sorumluluk projelerine daha çok destek vermesi gerekir ve "*Emr Bi'l-ma'ruf Nehy Ani'l-Münker"* sonucu çıkması gerekirken, "*Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Araştırması"*na göre (2019) gönüllü olarak faaliyete katılan kişilerin dini inanç faktörü incelenmiş, gençlerin inanç bağlantısı kurmadan bu çalışmayı insani bir durum olarak ele aldıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

[385] Fecr, 17/20.



Şekil 3: Gençlerin Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılımı [386]

Farklı bir sonuç ise Kartopu ve arkadaşlarının Gümüşhane Üniversitesi'nde 2017 yılında öğrenim görmekte olan 300 fakülte lisans öğrencisiyle yapmış olduğu "Sorumluluk Duygusu ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma"da çıkmıştır. Çalışmaya göre, yaşamlarında dinin yeri, önemi ve anlamı olduğunu düşünen bireylerin sorumluluk duygusu, düşünmeyen bireylere göre daha yüksektir.[387]

Bu bağlamda öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri zaman ile ilgili ifadelerine baktığımızda bazı bireysel sorumluluklarını yerine getirme noktasında eksiklikler yaşandığını görmekteyiz. Sosyal medya ile sosyal sorumluluk hareketlerine destek vermek, vakti iyi kullanma ve duyarlılık değeriyle kesişmektedir. Birey yurtta veya dünyada yanlış gördüğü veya takdir ettiği durum ile ilgili bu mecradan faaliyetlerini yürütebilmektedir. Çünkü sosyal medyada geçirilen fazla vakit öğrencilerin derslerine, ailesine veya kendisine yeterince vakit ayırmasını engellemektedir. *"O gün size verilen bütün nimetlerden mutlaka hesaba çekileceksiniz."*[388] âyeti vaktimizi iyi kullanmayı da içermektedir.

[386] Erdoğan, "Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Saha Araştirmasi Bulgulari." *Habitat Derneği*, (18.04.2021).
[387] Saffet Kartopu, Harun Geçer, Hızır Hacıkeleşoğlu, "Sorumluluk Duygusu ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2018).
[388] Tekasur, 102/8.

Araştırma katılımcılarının bir günde sosyal medya ve internet ile geçirdikleri zamanlarının var olan *sorumluluklarını yerine getirmede sorunlar yaratacağı* düşünülmüştür. Katılımcılar da günlerinin büyük çoğunluğunu sosyal medya hesapları ve internette geçirdiklerini belirtmişlerdir. Buna dair alınan bazı cevaplar şöyledir:

Günümün ortalama 1.5 saatini youtube, 2.5 saatini de WhatsApp da harcamaktayım. (K-33-E-19- E.F -1. S.- İzmir-500 TL)
Neredeyse tüm gün idi. (K-06-E-24- FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)
Günde her on dakikada bir. (K-23-E-20- İ.F. -1. S..-Yurt Dışı-500 TL)
Buna süre veremem. Telefon her daim nereye gitsem yanımda. Her boş anımda ona bakmak istiyorum. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)
Günümün yarısı diyebilirim. (K-31-K-20-FEF-1.S.-Artvin-1800 TL)
Çok sık, baya vakit geçiriyorum. (K-42-K-22- İ.F. -3. S.- Hatay-500 TL)
Neredeyse bütün günümü harcıyorum ama maksimum 8 saat (K-40-K-19- E.F. -1. S.- 1.S.-Rize-3500 TL)
Ortalama 6-7 saat harcıyorum. (K-17-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-1500 TL)
Günde toplam 7-8 saatini harcıyorum (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)
Günde ortalama 5 saatimi harcıyorum. (K-37-K-19-E.F. -1. S. K. Maraş-500 TL)
4 ile 5 saat arası değişiyor, tabi bu bazı günler artıp azalabiliyor. (K-44-K-19 E.F.1. S. –Bingöl- 1000 TL)
Telefonum 1 saate ayarlı. 1 saat olduğu zaman otomatikman kapanacak şekilde. Zamanı etkili kullanmak amacıyla böyle bir yöntem geliştirdim. (K-05-K-22- FEF-1.S.-Türkmenistan-750 TL)
Ortalama bir, bir buçuk saattir. Daha fazla kalmamaya özen gösteriyorum. Çünkü dalınca çok fazla vaktimi alıyor. (K-45-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)

Öğrencilerin ifadesine göre, sosyal medya boş vakitleri değerlendirmekten öte vaktin tümünü, hayatın tamamını kapsayan bir husus olma niteliğindedir. Vaktimizi faydalı işlerle geçirmemiz gerektiğini buyuran dinimizin gereğinin pek de yerine getirilmediği görülmektedir. Zamanın değerini iyi anlayıp bu konuda bilinçli davranan, sorumluluklarını bilen, bunları yerine getirmek için gayret sarf eden kimi öğrenciler birtakım uygulamalar ile kendilerine ket vurma yoluna gitmişlerdir. Çünkü sosyal medyanın renkli, çekici, canlı ve cezbedici yanı dolayısıyla gençler, her an takipte kalmak istedikleri şeyi takip edemezlerse NO MObile PHOne phoBIA -Nomophobia- hastalığına yakalanacaklarını düşünmektedirler.

Turan ve Göktaş'ın 2011 yılında yapmış olduğu "Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor?"[389] adlı çalışmada da katılımcılar sosyal medyanın vakit kaybına neden olduğu, üniversite yıllarının daha faydalı etkinliklerle geçirilmesi gerektiği yönünde görüş belirtmişlerdir.

Cevherli ve Şentepe (2016) tarafından yapılan çalışmada SAÜ İlahiyat öğrencilerinin sosyal medya kullanımları gösterilmiştir. Araştırmaya göre, ilgili öğrenciler sosyal medyayı yaygın bir biçimde kullanmaktadırlar.[390]

Bu minvalde Kartopu ve arkadaşlarının (2018) yılında Gümüşhane Üniversitesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerle yaptığı çalışma, araştırmamızla benzer özellikler gösterdiği gibi farklılıklar da arz etmektedir. Çalışmada "*Kendisini dindar olarak görenlerin bireysel ve sosyal sorumluluk puanları bu şekilde düşünmeyenlere göre daha yüksektir."* hipotezi doğrulanmıştır. Bizim çalışmamızda da kendisini dindar olarak tanımlayan öğrenciler sosyal sorumluluk konusunda hassas iken, dindar değilim veya dini, yaratanı sorguladığım zamanlar da oluyor diyen öğrencilerin de hem bireysel sorumluluklarını yerine getirdiği hem de sosyal sorumluluk projelerine destek verdiği, kitap toplama kampanyalarına Kızılay'a, Lösev'e, Akut'a veya köy okullarına katkıda bulunduklarını belirtmişlerdir. Ancak şu gözden kaçırılmaması gereken bir durumdur ki; hayırseverlik, yardımda bulunma, sosyal sorumluluk faaliyetine katılıp iyiliği yayma, sevap kazanma yolunda yapılan çalışmaların büyük bir kısmı ile bu tarz şirket veya kurumların dini bağlantısı olması sebebiyle veya ilahiyat fakülteleriyle işbirliği projeleri yapmaları sebebiyle ilahiyat fakültesi öğrencilerinin hem ülkemizde hem de yurt dışında bu anlamda daha aktif olma yolunda bir adım önde başladığı unutulmamalıdır.

Afrika'da su kuyusu açmak, oradaki yetim çocuğu okutmak için destek vermek veya Suriye'ye gereken malzemeleri göndermek daha örgütlenmesi gereken bir davranış olması bu okullarda okuyan öğrencilerin konuya vakıf olmasını ve destek verebilmek için de imkânlarının artmasını göstermektedir. Diğer fakülte öğrencilerimiz de bazen okulları

[389] Zeynep Turan, Yüksel Göktaş, "Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor?" 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Fırat Üniversitesi, Elazığ, 2011.

[390] Kübra Cevherli, Ayşe Şentepe, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", *7. Uluslararası Din Görevlileri Sempozyumu Bildirileri, Sakarya,* 2016, s.142.

bazen aileleri bazen de bireysel olarak duydukları yardım kampanyalarına, sosyal sorumluluk projelerine kendi imkânları ölçüsünde destek verdiğini belirtmiştir.[391]

Ülkemizde bir genç, sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmak istiyorsa bu bağlamda üniversitelerin öğrenci grupları, öğrenci konseyleri veya bölümlerin kulüplerini takip etmekte ve görev almaktadır. Bunun dışında Kızılay, LÖSEV, Yeşilay gibi kurumlarla da bu faaliyetlerin yürütüldüğünü ama öğrencilerin buna katılma oranının düşük olduğunu, vakitlerini daha çok farklı alanlarda, özellikle de sosyal medyada geçirdiklerini söyleyebiliriz. Türkiye'de gençlerde gönüllü faaliyetlere katılma ülke genelinde %4 iken bu oranın gençlerde %7-8'e ulaştığı anlaşılmaktadır.[392] Aynı raporda öğrenciler, bu tarz faaliyetlere katılmama sebebi olarak yeterli zamanı olmadığı veya maddi kaynağa sahip olmadığı yönünde görüş belirtmişlerdir. Habitat Derneğinin Gençlerin İyi Olma Hali Raporunda (2019) bireysel sorumlulukları yerine getirme noktasında öğrenciler, "arkadaşlarınızla buluştuğunuzda ne yaparsınız?" sorusuna haftada en az bir kez arkadaşlarıyla kafeye giden gençlerin oranı yüzde 55'tir. Maça ya da spora gidenlerin oranı yüzde 15'tir.[393] Gençlerin seyahat alışkanlıkları da çalışmada değerlendirilmiştir. Arkadaşlarıyla sık sık şehir dışına gidenlerin oranıysa, 2019'da yüzde 7'dir.[394] Gençlere sadece sosyal yaşamla ilgili sorular sorulmamış aynı zamanda hayatın diğer sorumluluklarıyla ilgili görüşleri alınmıştır. Gençler ve evdeki iş yükleri (düzenli olarak yapanların oranı) kadınların yüzde 82'si düzenli olarak ev temizliği yapmakta, yüzde 79'u ev için alışverişe gitmekte ve bulaşık yıkamaktadır. Genç erkeklerin dörtte biri (yüzde 24'ü) düzenli olarak yemek yaparken, yüzde 19'u bulaşık yıkamaktadır; benzer bir oranda da ev temizliği yapanlar görülmektedir.[395]

1.14. Duyarlılık

Topluma aidiyet duygusu besleyen kişi kendini toplumun bir üyesi gibi görür. Bireyin bu hissi topluluk duygusuna yönelik çalışmalarda işlenmiştir. Başka bir deyişle toplumsal aidiyetin çözümlenmesi, toplumla birey arasında oluşan birbirlerini özümseme hissi ile kişilerin toplum içindeki birlikteliğinin anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu

[391] Harun Geçer, Saffet Kartopu "Sorumluluk Duygusu ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,* (2018).
[392] Toplum Gönüllüleri Vakfı, 2013 Faaliyet Raporu.
[393] Habitat Derneği, a.g.e., (29.10.2020).
[394] Habitat Derneği, a.g.e., (29.10.2020).
[395] Habitat Derneği, a.g.e., (29.10.2020).

birliktelikte etkili olan faktörlerin neler olduğuna yönelik bilgilendiren topluluk duygusu araştırmaların sonuçlarının değerlendirilmesini gerektirir. Kişiye hayata tutunma, yaşama sevinci ve diğer insanlarla bir arada yaşama ve onlarla dayanışma ruhunu veren ve harekete geçiren şey aidiyet duygusudur. İnsanların doğumlarından itibaren içerisine dâhil oldukları kimliklerin ve devamında kendilerini birer üyesi olarak gördükleri gruplarla kurmuş oldukları sosyal bağlarının kişiliklerin gelişmesinde önemli rolü vardır.

İslam toplumları, marufu emreden, münkeri nehyeden toplumlar olmalı, toplumsal sorunlar ve de toplumsal değerlerin korunup yaşatılması noktasında daha bilinçli olmalıdır. Kur'an-ı Kerim'de ilgili konu,

"Dediler ki: *"Bizi kendisine çağırdığın şeye karşı kalblerimiz bir örtü içindedir, kulaklarımızda bir ağırlık, bizimle senin aranda bir perde vardır. Artık sen, (yapabileceğini) yap, biz de gerçekten yapıyoruz.*"[396] biçiminde ortaya konulmaktadır.

İncil'de ise "*Çünkü bu halkın yüreği duygusuzlaştı, kulakları ağır işitir oldu. Gözlerini de kapadılar. Öyle ki, gözleri görmesin, kulakları işitmesin, yürekleri anlamasın ve Bana dönmesinler. Dönselerdi, onları iyileştirirdim."*[397] denilmektedir.

Bu bağlamda araştırma katılımcılarının duyarlılıkları konusunda söylemleri incelendiğinde; sosyal medyanın toplumsal sorunlar odağında gündem oluşturduğunu, toplumsal değişimin yaratılmasında aracı rol üstlendiğini belirtmektedirler. Özellikle şiddeti önlemeye yönelik, doğayı korumaya yönelik, farklı kültürleri bir araya getirmeye yönelik, ulusal ve uluslararası kuruluşların takibine yönelik ve değişim yaratmaya yönelik toplumsal duyarlılığı geliştirdiği yönünde fikir beyan etmektedirler. Katılımcıların konuya dair görüşleri şöyledir:

> *Sosyal medyayı en iyi kullanan gruplar sayfalarda var bunlar kişileri olumlu anlamda etkilemek, bilinci uyandırmak toplumsal farkındalık yaratmak için uğraşıyorlar. Bir anlamda, kara mizah yapıyorlar. Ancak Deep Turkish web grubu bunlara Türkiye'nin küfürlü rapi diyebiliriz, kara mizah yapıyor. Örneğin kendince videolar çekiyor. Geçenlerde yine karısına şiddet uygulayan bir adam videosu çekmişlerdi. Adam eski karısını arayıp tehdit ediyordu. Burada aslında şiddeti önlemek için bir bilinç uyandırmaya çalışıyorlar ama insanlar bunu yanlış anlayıp*

[396] Fussilet, 41/5.
[397] Matta, Bap 13, 15.

sanki gerçekten böyle bir şey oluyormuş gibi sayfayı şikâyet etmişlerdi. Dolayısıyla bu tarz kara mizah anlayabilecek bir kitlenin de olması şarttır. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo -Hatay-700 TL)

Ancak şehir hastanesi ile ilgili bir şikâyet var. Diyelim ki burası herkes tarafından konuşuluyor ve trend topic oluyor. O zaman bir toplumsal farkındalık oluşuyor ve ne yapılıyor, şikâyet gideriliyor. Bu tarz faydaları olduğunu düşünüyorum. (K-06-E-24- FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

Ben sosyal medyada Greenpeace, İham gibi bazı kurumları Genç Gönüllüler gibi kurumları takip ettim, Lösev'i takip ettim, Tema Vakfı'nı da takip ettim. Buradan adalet, hak, hukuk, çevre bilinci gibi konularda biz de bilgi sahibi ediyor, bize bilgi veriyor. Binlerce kişiye ulaşıyor. Bu anlamda bize de faydalı olabileceğini düşünüyorum. (K-07-K-21-FEF-1.S.- Bursa-1500 TL)

Evrensel değerleri ve uluslararası kuruluşları takip ediyorum (K-04-K-21- FEF-1. S..-Bursa-2000 TL)

Yaşanan olumsuz durumlarda, örneğin tecavüz, cinâyet vb. gibi durumlarda sosyal medyada yayılım ve ses duyurma amaçlı gerçekten harika bir platform. (K-31-K-20-FEF-1.S.-Artvin 1800 TL)

Hep olumsuz yanlarına değindim ama tabi ki olumlu yanları var. Bunu mesela 15 Temmuz'da yaşamıştık. Halkımız çok şükür örgütlenebildiler. Bu gibi yanları da var. O sırada ben Doğu Türkistan ile ilgili program hazırlıyordum. Çin kamplarında yaşayan, esir tutulan Abdürrahim Heyet'in durumunda bir video paylaşılmıştı. Öldü haberi yayılmıştı. O sırada Türkiye'den çok fazla twitler atılmıştı. Bu olay gündem oldu. Hemen akabinde, Çin hükümeti paylaşımda bulunmak zorunda kaldı. Bunun gibi olumlu yanları var. Bunun gibi Doğu Türkistan ile alakalı yaşadığımız bir şeydi. Burada Uygur Türkü arkadaşlarımızla konuşmuştuk. Bursa'da Orhan Camii'nin avlusunda Doğu Türkistan halk oyunlarıyla bir oyun oynadılar ve açıklama yapmışlardı. Bu oyun orda her bayramda oynanan bir oyunmuş. Fakat Çin Hükümeti, o gün o oyunu yasaklamış. Bu çok kısa bir sürede sosyal medyada yayıldı. Gündem olabilecek bir mesele değildi. Fakat birkaç gün geçmeden Çin'den bir video atıldı. Normalde bayramlarda yapılan bir oyunu, Çin Hükümeti sıradan bir günde oynatıp sosyal medyaya atmıştı. Böyle tepkiler olması önemli. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Bizlere çok çabuk birlik olma imkânı sağlıyor. (K-80-K-22- İ.F.-3. S.-Bitlis-1000 TL)

"Biyoloji öğretmenimiz diyor bekaret yok her kızda ayrı. Adam tutuyor kızını öldürüyor bu yüzden. Bunlar gençlerden uzak tutulmalı cahillikle mücadele edilmeli." [K-28-K-25- İ.F.-4. S- Mardin-1000TL]

İfadelerden anlaşılacağı üzere öğrenciler deprem, sel gibi doğal afetlere ve darbe girişimi, savaş, işsizlik, tecavüz, cinâyet, çevre kirliliği gibi toplumsal olaylara karşı duyarlıdır. Bu duyarlılığın gereği olarak da en etkili ve hızlı mecra olarak gördükleri sosyal medyayı aktif bir biçimde kullanmaktadırlar. Öğrencilerimizin "neme lazım"cılık yapmadıkları "banane" demedikleri, "taşın altına ellerini" koydukları görülmektedir.

Gençlik, insanlık tarihi boyunca toplumları yönlendiren en önemli zaman dilimi, en önemli güç olarak adlandırılmakla birlikte tam olarak ne zaman başladığı, ne zaman bittiği konusunda kesin olarak ortak kanıya varılmamış olan bir dönemdir. Ancak tüm dünyada gençlik denince akla "heyecan, dinamizm, acelecilik, özgürlük" gibi kavramlar gelmektedir. Gençliğin adı üstünde "deli kanlı" sıfatına uygun olarak enerjisini doğru aktarabilmesi adına tüm dinler kıssalar ile yönlendirmeler yapmış, yollar göstermiştir. Kur'an-ı Kerim, Habil gibi, İmran'ın kızı gibi veya sahabeler gibi örnekler vererek sadece peygamberlerin değil, diğer gençlerin de örnek teşkil edebileceğini göstermiştir. Hâdislerde gençler için daha çok *"şâb"* (çoğulu '*Şebâb*') kelimeleri kullanılmıştır. Bu kelime sözlükte, otuzunu aşmamış gençlere verilen isimdir.[398]

Kur'an-ı Kerim, kıssalar üzerinden bize ideal gençlik modelleri sunmaya çalışmaktadır. Hz. Âdem'in haram olana yanaşmamak ile başlayan kıssaları, kardeşi tarafından şehit edilen takva sahibi Habil, Rabbimize verdiği sözün yolundan dönmeyip bıçağın altına yatan Hz. İsmail, zina ve zindan arasında kalıp doğruluktan şaşmayan Hz Yusuf, cinsel sapıklarla mücadele eden Hz. Lut, cahiliye ve cehaletle savaşan Hz. Muhammed gibi daha pek çok kıssa bizlere ideal gençlik modellerini sunmaktadır.

İslam sahabelerinin büyük çoğunluğu gençlerden oluşmaktaydı. Hz. Ali, Hz. Ca'fer bin Ebi Talip, Abdullah bin Mesud, Zübeyr bin Avvam, Habbab bin Eret, Osman bin Maz'un, Sa'd bin Ebi Vakkas, Kudame bin Maz'un, Erkam bin Ebi'l Erkam, Said bin Zeyd, Esma Bint Ebu Bekir, Mus'ab bin Umeyr, Cabir bin Abdillah ve daha nice

[398] Münâvî, Feyzu'l-Kadîr, II, 288.

sahabeler örnek gençlerdi.[399] Gündüz (2018) tarafından yapılan bir araştırmada Kur'an-ı Kerim'de öne çıkan değerler gruplandırılmış ve bunlar değerler eğitimi açısından ele alınmıştır. Bunların başlıcaları yardımseverlik, sabır, güven, sevgi, saygı, doğruluk, sorumluluk, vicdan, onur- şeref, hoşgörü, başarı ve adalet olarak on iki değer olarak ortaya konulmuştur. Araştırmada yine başka değer gruplandırmalarına da yer verilmiş ve Kur'an-ı Kerim'in referans alındığı analitik bir değer gruplandırması tasnif edilmiştir.[400]

Ahlâkî gelişim, genel doğru ve yanlışlara ilişkin fikirler, duygular ve davranışları içine alır. Elbette ki insanın bu davranışları kazanmasındaki ilk ortam ailesi olmaktadır. Süreci aile- okul ve daha sonra da televizyon ile başlayan ve de sosyal medya ile devam eden dördüncü güç olarak tanımlanan kitle iletişim araçları takip etmektedir. Hatta durum öyle bir hale gelmiştir ki kitle iletişim araçları kendi değerlerini yaratmakta, bunlara uymayanları sistem dışına atmaktadır. Kendi modasını, kendi aile ortamını, yemek kültürünü vs oluşturmaktadır. Durum öyle bir hale gelmiştir ki teknolojiden uzak kalamamak, internetsiz veya telefonsuz kaldığında ne yapacağını bilememe kaygısıyla oluşan çeşitli psikolojik hastalıkların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu durumun çözümü adına, kendilerini, çocuklarını, gençleri gerçek hayattan koparmadan, kendi milli değerlerinden ayırmadan yetiştirmeye çalışan bireylerin oluşturduğu gruplar oluşmuş; konuyla ilgili teknolojik ebeveynler gibi kitaplar yazılmıştır. Maalesef gençler de bu durumdan en çok etkilenen kuşaklar arasında yer almaktadır. Önceleri eğlence amaçlı olarak görülüp değerlendirilen bu araçlar, daha sonra dünyanın adeta küçük bir köy haline gelmesini sağlamış, tüm dünyanın avucumuzun içinde yer almasıyla ve de bilgiye hemen ulaşmanın verdiği hazzı yaşatmasıyla bizleri büyülemiş; daha sonra da arkadaşlık ilişkileri, evlilik hayatı, bayram kutlamaları, giyim tarzı gibi hayatın tüm alanlarına sirâyet etmiştir. Güney Kore'de çıkmış olan bir K-Pop grubunun etkisi bile ülkemizdeki gençlerin giyimini, saç şeklini değiştirebilmektedir.[401] Sadece bununla kalmamakta, dünyayı, hayatı sanal ortam ve sosyal medya üzerinden algılayan gençlik duyarsız, sorumsuz bir şekilde yetişmektedir. İlaveten hayatı kısa ve kolay yoldan geçirmeye adayıp kendisinden başkalarının derdiyle dertlenmemiş, bireysel özgürlüğü bencillikle

[399] Mevlüt Gündüz, "Kur'an-ı Kerim Fihristinin Değer Odaklı Analizi", *Değerler Eğitimi Dergisi*, (2018), ss. 141-158.
[400] Mevlüt Gündüz, a.g.e., ss. 200-201.
[401] https://www.hurriyet.com.tr/sosyal/cocuk-aile/k-pop-en-cok-bu-gencleri-etkiliyor-41671870, (30.11.2020).

karıştırmış, narsizmin zirvesinde gezinmiş, bu narsizmi besleyecek her türlü ortamda mahremiyet perdesini yırtmaktan da çekinmemiştir. Hz. Meryem'in hanımlara örnek olacak iffeti, Hz Yusuf'un ahlâklı davranışı sadece kıssalarda anlatılan birer unsur olarak kalmıştır.

Bizler *modernleşme* adı altında bizlere dayatılan değerleri benimserken Kur'an-ı Kerim'in sunduğu, peygamberimiz ve sahabelerinin de örnek olarak gösterdiği tutum ve davranışları gençlerimize anlatamazsak kurulması gereken köprü, temeli atılmadan yıkılmış olur. Çünkü bu endüstri bizlerden çok hızlı ve de etkili bir şekilde hareket etmekte, gençler aileleriyle konuşabileceği ortak konu bulmakta zorlanmaktadırlar.[402]

Durum öyle bir hal almaya başladı ki gençlerin konuştuğunu büyükler anlamaz, büyüklerin konuştuğunu ise gençler beğenmez oldu. Bu noktada bizler aslında ipi iki taraftan çekmeye çalışan yarışçılar gibi olduk. Savaşımızı küresel güçler ve egemen iletişim araçlarıyla vermeye başladık. Ancak güçlerin elindeki imkân gençlerin dilinden konuşabilme, farklı platformlar sağlayabilme, renkli, zengin içeriğiyle göz boyayabilmekte olmasıdır. Yeniçağ bize gösterdi ki teknolojiyi elinde bulunduranlar hayatı yönlendirenlerdir. Bizler, bu çarkın içine sıkışıp kalmış olan gençlerimize sanal hayatı değil; ülkesinin vatanının gerçeklerini, acılarını, değerlerini anlatacak yollar, yöntemler, etkinlikler, araçlar bulmalı ve de geliştirmeliyiz. Hz. Ali'nin (r.a) da buyurduğu gibi, iki şeyin elden gitmeden, değerini anlamak zordur:

"*Biri sağlık, öteki de gençliktir*". Çünkü egemen kültür araçları, gençleri özgürlük adı altında "banane"ci, kimseyle empati kurmayan, toplumdan, aileden, maneviyattan uzak bir şekilde yetiştirmeye çalışmaktadır. G. Wilhelm Leibniz'in de dediği gibi:

"*Gençliği iyiye yönelten, insanlığı iyiye yöneltir."*[403]

Yaşadığımız dönem empatinin, insan olmanın gereğinin yapılmasının, diğergamlığın, merhametin, vicdanın, kardeşliğin tartışıldığı bir dönemdir. Gençlik, bu kavramları bilmemekte veya bunları gösterme şekli olarak sadece sanal âlemi tanımaktadır. Orada kendince doğru olan şeyin altına nefretini kusmakta, kendisi gibi düşünmeyen herkesi tekfir etmekte veya çok üzgün olduğu bir durumu kendisince bir

[402] Perşembe Erkan, "Genç-Aile İlişkilerinde Uyumun Sağlanmasında Dinin Fonksiyonel Rolü Üzerine", Gençlik Dönemi ve Eğitimi - Tartışmalı İlmi Toplantı, Ensar Neşriyat, İstanbul, 2000, s. 273.
[403] Modern Çağda Gençliğin Anlam Arayışı http://www.bingol.edu.tr/documents/Modernpdf, (22.02.2021).

fotoğraf veya bir söz paylaşarak protesto etmektedir. Üstelik bunların bir kısmı da sadece göstermelik olmaktadır.

Bizler, "irfanı hür, vicdanı hür nesiller yetiştirmek", "adil davranan bireyler büyütmek" derdindeyken maalesef gençlerimizin bir kısmı dünyada, çevresinde, mahallesinde olup bitenlere "gözleri kör, kulakları sağır" olmaktadır. Hâlbuki vicdan, insanın kalbinin dünyaya açıldığı penceresidir. Yerine oturmayan işler, hakkı tam verilemeyince insanı için için kemiren, uykuları kaçıran, ancak her daim doğruyu bulduran vicdan anlayışını tekrar kazandırmalıyız.

Bizler, İslam fıtratı gereği iyiye, güzele, doğruluğa meyilli olarak dünyaya tertemiz geliriz. Ancak büyürken gözlemlediklerimiz bizi yalana, şiddete, hileye, fesata, kıskançlığa yönlendirebilmektedir. Çocuk, küçücük bir kediyi koynuna alıp severken; bir başkasının onu tekmelediğini, kuyruğunu kestiğini veya teneke bağlayıp eğlendiğini görürse kötüyü görmeye başlar. Annesi ile babasının muhabbetle bağlı olduğu sıcak bir yuvayı okur ve düşler iken babasının annesini dövdüğünü, aldattığını gören çocuk, yalanı şiddeti görür, öğrenir. Çevresinde görmese bile bunları haberlerde izleyen, gazetede, sosyal medya sayfalarında okuyan çocuk, böyle de bir davranış biçimi de olabiliyor diyerek şiddeti, riyâyı, öfkeyi, hileyi hurdayı, öğrenir, içselleştirir ve de yaşantısına aksettirir.

Yeni medya da denilen dördüncü gücün tüm dünyaya sürekli pompaladığı bir mesaj da, "ye, iç, tüket, haz al, harca, dünyanın merkezi sensin, evrende biricik ve kıymetlisin, her şeye sahip olmalısın, bunun için harcamalı tüketmeli israf etmekten kaçınmamalısın" anlayışıdır. Joan Chlaramonte'nin ifadesiyle "*Onlar, ellerinde olanla, sahip olmayı istedikleri arasında derin bir uçurumun var olduğu zaman diliminde yaşamaktadırlar*."[404] Bu mesaj yağmuruyla yetişen gençlik, ihtiyacım olsa da olmasa da almalıyım şeklinde kara cuma kampanyalarıyla, efsane indirimlerle, ne zaman çıktığını takip edemediğimiz telefonlar ile hep yenisini, en yenisini almalıyım şeklinde tüketim çılgınlığına maruz kalmaktadırlar. Aslında mutlu olmak için tüketirler iken sanki mutluluklarını tüketmektedirler. İşte bu tüketim hastalığının belirtileri şunlardır: Kısa yoldan para kazanma, az çalışma, tembellik, lüks hayatın özendirilmesi, yüceltilmesi ve

[404] JeanTwenge, *Ben Nesli*, çev. Esra Öztürk, 3. Baskı, İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2009, s. 13.

de lüks hayata erişebilmek için her yolun mubah olması, işten, sorumluluktan, görev almaktan kaçınma, israf etme, benmerkezcilik ve kendini aşırı beğenme hali.

Bu anlamda Türk kültürünün özünde meydana gelen değişimin en önemli ayağı, din alanındaki yanlış anlaşılmalar olmuştur denebilir. Dinimizi öğrenmek veya öğretmek kavramı yanlış anlatılmış, gençlere bayramda tatil yapma önerileri sunan gazeteler, Ramazan'da şarap ile pişirilen yemek tarifleri, âyet ve hâdisleri bile tam bilmeyen kişilerin kitle iletişim araçlarında konuşması, fetvalar vermesi, okullarda değerler eğitimine karşı çıkılırken *cadılar bayramı* kutlaması yapan anaokulları, dizilerde din adamlarını hilebaz, dindar kişileri teknolojiden uzak, yol yordam bilmeyen, kaba saba kişiler olarak betimlenmesi gibi küçük; fakat toplamda beynimizi ilmek ilmek işleyen hususlar ile kendine yabancılaşan bir nesli el birliğiyle büyütmüş olmaktayız.

Gençlik kültürü, bulunduğu ortamın kültüründen ayrı düşünülemez. Farklı gençlik gruplarına baktığımızda giyim tarzlarının, saç şekillerinin, dinledikleri müziklerin, aralarındaki jargonun farklı olduğunu; hayata karşı duruş ve yaşamı anlamlandırma noktasında ayrılıklar olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin; İstanbul Bağcılar'da büyüyüp yetişen bir gencin asker uğurlamalarındaki farklı figürlerden oluşan dansı bilmesi ve öğrenmesi beklenir hale gelmiştir. Aynı dansın başka bir ilde karşılığı olmamasına rağmen orada yaşayan gençler için bu çok önemli olabilmektedir. Burada belirtilmek istenen husus şudur ki, gençliğin ait olduğu toplumda duyarlı davranış geliştirebilmek için önce o toplumu içselleştirmesi, aidiyet duygusunu kazanması gerekmektedir.

"İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi" adlı çalışmada Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde 2016-2017 yılında öğrenim görmekte olan 176 ilahiyat fakültesi öğrencisine yapılmış olan çalışmada, öğrencilerin zihinsel ve görsel olarak sosyal medyayı kullandığı, ayrıca katılımcı bir profil de ortaya koyduğu anlaşılmaktadır.[405]

Bu noktada 2019 yılında Marmara Üniversitesinde hazırlanmış olan bir yüksek lisans tezinde üniversite öğrencilerine dair sosyal aidiyet ve duyarlılık konulu 200 öğrenci üzerinden bir araştırma yapılmıştır. Söz konusu öğrenciler Türkiye'nin en önemli üç sorununu eğitim, ekonomi ve işsizlik olarak belirtmişlerdir. Yine mezkur öğrencilere göre

[405] Hüsnü Bodur, Sezai Korkmaz, "İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi", *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi,* (2017*), ss.* 329-351.

toplumsal beraberliği muhafaza eden en önemli eleman ortak değer, gelenek-görenekler, din ve ortak tarih imgeleridir. Araştırmada bulguların analizi neticesinde öğrencilerin sosyal aidiyetlerinin orta seviyede olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerce en fazla rağbet gören kimliğin "*çevreci*", en az olanın ise "*eşcinsel*" kimlik olduğu anlaşılmıştır. Söz konusu çevreci kimliği, muhafazakâr ve milliyetçi kimliğin izlediği yine bu araştırmada ön plana çıkmıştır.[406]

Bir başka çalışma ise, "Geleceği Yapılandırmak: Gençlerin Toplumsal Refah İle İlgili Konularda Geleceğe Bakışları" adlı çalışmadır. Bu çalışma, öğrencilerin toplumsal sorunlara karşı duyarlılığını tespit edebilmek amacıyla Ankara'da; Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesi'nde öğrenim gören üniversite öğrencilerinden gönüllü olarak araştırmaya katılmayı kabul eden 168 kız ve 132 erkek olmak üzere toplam 300 genç araştırmaya katılmıştır. Çalışmada gençlerin toplumsal konular üzerinde düşündükleri, sosyal projelere katılmak istedikleri, bazen bu çalışmalara sosyal medyadan da destek verdiği yönündedir.[407]

Gençlerin çoğunlukla (%63,0, %30,0) günümüzde yapılan hataların gelecekte olumsuz neticeler yaratacağını düşünmektedirler. Yine gençlerin toplumsal anlamda en çok kaygılandıkları hususların iş bulmanın zorlaşması (%60,3, %33,0), para kazanamama kaygısı (%47,3, %43,3), uygun meslek seçimi sorunu (%50,7, %39,3) ve çevredeki muhtaç birey sayısının artması (%51,3, %37,0) biçimindedir. Bu bulgulara göre gençlerin bilhassa toplumsal refah, ekonomik koşullar, yoksulluk ve iş olanakları hakkında kaygı taşıdıkları görülmektedir. Yine buna bağlı olarak gençlerin büyük bölümünün dünyanın gittikçe kötüleştiğini (%50,7, %34,3), yaşam koşullarının bundan sonra daha zor olacağını (%53,7, %30,7) ve çevredeki sıkıntıları (evsizlik, madde bağımlılığı vb.) görmezden gelemediklerini göstermektedir. (%45,3, %40,0) [408]

[406] Ebru Temiz, *Toplumsal Aidiyet ve Duyarlılık İlişkisi Bağlamında Gençlik: İstanbul'daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2019, s. 1.

[407] Emine Özmete, A. Sezen Bayoğlu, "Geleceği Yapılandırmak: Gençlerin Toplumsal Refah ile İlgili Konularda Geleceğe Bakışları" http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/gelecegi_yapilandirmak.pdf, (11.05.2021).

[408] Özmete, Bayoğlu, a.g.m., s.15.

1987 yılında Singapurlu ve Avusturalyalı,[409] 1988 de ise Kanadalı gençler [410] üzerinde yapılmış olan çalışmada gençlerin en çok endişe ettikleri konuların iş bulabilme olanakları, ekonomik koşullar ve madde bağımlılığının yaygınlaşması oldukları belirlenmiştir.

Alzubaidi ve arkadaşları yaptıkları bir çalışma ile (1998) Yemen'de yaşayan gençlerin mesleki ve eğitim konulu gelecekleri, rekreasyon çalışmaları ve dinsel konular, gibi alanlarda çeşitli kaygılar taşıdıkları görülmüştür[411]. Çalışmada yine erkeklerin öncelik sırasının meslek, eğitim, evlilik ile ilgili konularda öncelikli olartak endişe taşıdıkları; kızların ise rekreasyon, ilişkiler ve sağlık gibi hususlarda kaygılı oldukları görülmüştür. Boehm ve arkadaşları, yaptıkları çalışmada 1999'da Amerika'da bir internet sitesinde gençlerin en fazla, arkadaşlık (%46, %60) ve aile sıkıntıları (%10, %20) vb alanlarda konuştuklarını, madde bağımlılığı, iktisat, sağlık, cinsellik, hamilelik ve cinsel yolla bulaşan hastalıklar gibi hususlarda daha az konuşulduğu anlaşılmıştır.[412] Asya kıtasında yapılan bazı çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür. Hui[413] (2000)'nin, Hong Kong'da öğrenciler arasında yaptığı araştırmada genç bireylerin görünüş, arkadaşlık, aile sıkıntıları, gibi hususlarda olumsuz etkilendiklerini ortaya koymuşlardır.

Larry Rose'un çalışması değişik coğrafyalara dağılmış 300 gencin 15 dakikalık davranışsal analizleri üstünden tamamlanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, keşif olarak Facebook'ta yer alan gençlerin yaşadıkları davranış bozuklukları şöyle ortaya konulmaktadır. Kendini beğenmişlik olarak görülen narsizm, antisosyal eğilim, aşırı davranışlar, agresif tavırlar, mide ağrıları, uyku sorunları, sinirlilik ve depresyon; 15 dakikalık gözlem periyodu sonrasında ise ders notlarında düşme eğilimi, okuma süresinin azalması gibi olumsuzlukların ortaya çıktığı görülmüştür. Yapılan kimi araştırmalarda ise Facebook ve Twitter kullanıcılarında paylaşım yapınca beğeni bekledikleri, Facebook'ta

---

409 M.F., Poole, G.H. Cooney, "Orientation To The Future: A Comparison Of Adolescents İn Australia And Singapore", *Journal Of Youth And Adolescence,* C.16, S.2, (1987), ss.129-151.

410 Violato Claudio, William Holden, "A Confirmatory Factor Analysis Of A Fourfactor Model Of Adolescent Concerns", *Journal of Youth And Adolescence*, C.17, (1988), ss. 101-113.

411 Upton Graham vd, "Expressed Concerns Of Yemeni Adolescents", *Adolescence,* C. 33, S.129, (1988), ss. 193-208.

412 K.E. Boehm, C.K. Schondel, "Marlowe, A.L. and Manke-Mitchell, L. Teens' Concerns: A National Evaluation", *Adolescence*, (1999), ss. 523-529.

413 Hui Ekp, "Personel Concerns and Their Causes: Perceptions of Hong-Kong Chinese Adolescent Students", *Journal of Adolescence*, C. 23, (2000), ss. 189-203.

ise fazla güncelleme yapanların narsist davranışa meyil gösterdikleri yine kızların sanal platformlarda kendilerini gösterişli gösterecek fotoğraf seçimine yöneldikleri görülmüştür.[414]

Ülkemizde de konuyla ilgili çalışmalar yürütülmektedir. RTÜK tarafından yapılan medya araştırmasında medyada rahatsız olunan hususlar sıralanmıştır. Buna göre; bu araştırmaya katılanlardan %49,3'ü cinsel içerikli yayınlardan rahatsız olduğunu belirtirken, sırasıyla %39,5 şiddet görüntüleri, %16,5 reklamlar, %4,3 küfürlü, argo konuşmalar, %2,6 kadın, evlilik ve yarışma programları, %2 aile yapısına uymayan görüntüler, %1,7 yalan haber, %1,4 sigara, alkol reklamları, %1,2 dini istismar eden programlar, %1,2 cinâyet görüntüleri ve %1,2 ile magazin programları takip etmektedir.[415]

SEKAM tarafından yapılmış olan bir çalışmada gençliğin %72'sinin kendini, biraz modern, biraz geleneksel olarak tanımlamış olması melez bir durumu temsil etmekte ve gençlerin "ne o ne de bu" olamadıklarını göstermektedir. Gençler, inanç ve kabulleriyle, tutum ve tavırlarıyla, eylem ve davranışlarıyla ara bir konumdadırlar. Bunun ise, hem ferdin kimlik ve kişiliği açısından hem de toplumsal değerler, uyum ve denge açısından oldukça önemli bir problemler yumağına işaret ettiği açıktır.[416]

Sosyal medyada da benzer şekilde uygunsuz içerik ve söylemler karşımıza çıkmakta, Tik Tok videoları gibi anlamsız çekilen videolar ile paylaşımlar yapılmakta, gençler kendilerine buradan eş seçmekte veya eşlerini terk ederek buradaki sanal görüntünün cazibesine kapılıp evlerini, yuvalarını, çocuklarını geride bırakmaktadırlar.

TÜİK tarafından 2019 yılında yapılan Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasına göre ülkemizde internet erişimine sahip girişimlerin oranı %94,9 olur iken her iki girişimden biri sosyal medya uygulamalarını kullanmıştır.[417]

---

[414] Larry D. Rosen, "Poke Me: How Social Networks Can Both Help and Harm Our Kids", American Psychological Association National Convention, Washington, DC, 2011 https://www.apa.org/news/press/releases/2011/08/social-kids (11.05.2021).

[415] RTÜK Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması, 2012.

[416] Sekam Gençlik Raporu, s. 24.

[417] https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Girisimlerde-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2019-30573, (29.11.2020).

TÜİK'e göre internetin amaçları dikkate alındığında, 2016'nın ilk üç ayında bireylerin %82,4'ü sosyal profil oluşturma, mesajlaşma yaparken, %74,5'lük oranın video izleme, %69,5'lik kesimin gazete, dergi okuma, %65,9'in sağlık konulu araştırma yapması, %65,5'in mal ya da hizmet araştırması yaptıkları, %63,7'lük kesimin ise müzik dinledikleri (web radyo) belirtilmiştir.[418] Bu veriler göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'de internet kullanımının oldukça yaygın olduğunu anlaşılmaktadır.

Yine konuyla ilgili olarak Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre, 2019 sene sonu itibariyle itibarıyla Türkiye'nin nüfusu 83 milyon 154 bin 997 iken; 15-24 yaş aralığı 12 milyon 955 bin 672 kişi olarak tespit edilmiştir. Genç nüfus, toplam nüfusun %15,6'sını meydana getirmektedir. Genç nüfusun %51,3'ü erkekler, %48,7'sini ise kadınların oluşturduğu belirlenmiştir.[419]

İlaveten TUİK'in verilerine göre konuya ele aldığımızda, nüfus projeksiyonlarında genç nüfusun toplam nüfusa oranı 2023'te %14,8; 2030'da %14,0; 2040'ta %13,4; 2060'ta %11,8'e ve 2080'de %11,1'e ineceği tahmin edilmiştir. Yine hane halkının bilişim teknolojisi kullanım sonuçları ise internet kullanım oranının, 16-24 yaşındaki nüfusta 2018'de %93,0 iken 2019'da %92,4 olduğu görülmüştür. İnternet kullanım oranının, genç erkeklerde 2018'de %96,9 iken 2019'da %96,1 olduğu; genç kadınlarda ise 2018'de %89,0 iken, 2019'da %88,6 olduğu görülmüştür. Yine çalışmaya göre gençlerin %56,7'sinin mutlu olduğu bunun kaynağının ise sağlıklı olmaları şeklinde gösterilirken; ayrıca gençlerin %62,0'ının ise aldıkları eğitimden memnuniyet duydukları belirlenmiştir.[420]

Sosyal medya kullanımında dünya ortalamasıyla yarışan ülkemizde bu kadar aktif olma durumu, azla yetinmeyi bilmeyen, sürekli yenisi bende olsun isteyen, tüketen ama üretmeyen, başkalarını hep mutlu görüp kendisini mutsuz olduğuna inandıran, sadece oradan gelecek beğenilere göre duygu durumunu ayarlayan kişilerin sayısını gittikçe artırmaktadır. Bu noktada ülkemizin yanlış kentleşme, köyden kente göç ve denenen farklı eğitim basamaklarıyla henüz tam oturmamış olan gençlik politikalarının da etkisinin olduğunu söylemek yanlış olmaz. Terör, işsizlik veya farklı nedenlerle şehre göç

[418] TÜİK, Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2016. http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779 20.11.16, (11.05.2021).
[419] TÜİK, a.g.e.,
[420] TÜİK, a.g.e.,

eden ailelerin ebeveynleri yeni topluma uyum sağlamaya çalışıp bir yandan da geçim derdine düşmüş iken arada kalan nesil de el yordamıyla büyümüş ve melez denilen bir toplum yapısına dönüşmüştür. Kişilik yapısı, hayata bakışı bu doğrultuda gelişmiştir.

Ülkemizde mutlaka bir gençlik politikası oluşturulmalı ve eğitim sistemimiz bu şekilde revize edilmelidir. Gençlerimize değerlerimizi aktaracak müfredatlar eklenmeli, öğretmenlerimize bu konuda gerekli görüldüğü noktalarda hizmet içi eğitimler verilmeli ve yeni nesle ulaşmak için mümkün olan tüm teknolojik yöntemlerle ilgili hem MEB hem GSB çalışmalar yürütmelidir. Din öğretiminde bu hususun kullanımı alanı yetersizdir. Uygun materyal ve dökümanın bulunmayışı ve var olanın ise eğitimcilerce istenildiği biçimde kullanılmayışı gözlemlenmektedir. Bunun ihtiyaca denk gelecek materyallerin bulunup, bunların yerli yerinde kullanımı temin edilmelidir.

Bu noktada Diyanet ile bakanlıkların birlikte hareket etmesi elbette konuya ivme kazandıracaktır. Peygamberimizin iletişim metodları, sahabelerle olan ilişkisi gibi noktalar üzerinden çalışmalar yürütülebilir.

Hz. Peygamber'in hayatına bakıldığında onun insanlarla ilişkilerinde etkili bir iletişim dili kullandığı görülmektedir. Peygamberimiz dönemini ütopik, çağımızla özdeş nokta bulunmayacak bir dil, anlatım ve görsel ile sunmak da o dönemin gençler üzerindeki etkisini azaltmaktadır. Hâlbuki mobil uygulamalarla, beyaz perde ile dönem gençlerin dilinden anlatılsa özdeşleşme, rol model alma daha kolay ve de etkili gerçekleşebilecektir. O, akıcı ve samimi konuşur, hiç argo ifadeler kullanmazdı. İfadelerinde karşısındakinin seviyesine dikkat ederdi.[421] "Allah için sevmek; Allah için buğzetmek (sevmemek)'tir."[422] diyerek düşüncesini net bir şekilde ifade ederdi.

Hz. Muhammed, insanları utandırmamaya ve hatalarını yüzlerine vurmamaya gayret ederdi. Örneğin, daha çocuk yaşındayken Râfi b. Amr, birinin hurmalarını taşlamış, sahibi de onu Hz. Muhammed'e getirdiğinde Peygamber ona son derece şefkatle "*Yavrum, niçin hurmaları taşlıyorsun?"* demiştir. Sonra da "*Ağaçları taşlama, dibine düşenleri al, ye!"* diyerek yol göstermiştir. Ayrıca "*Allah'ım onun karnını doyur*."

[421] Buhârî, "Îmân", 32.
[422] Ebû Dâvûd, "Sünnet", 3.

biçiminde dua da etmiştir.[423] Bu bakımdan gençlerle alaycı ve onları suçlayıcı bir dil kullanmanın uygun olmadığı anlaşılmaktadır.

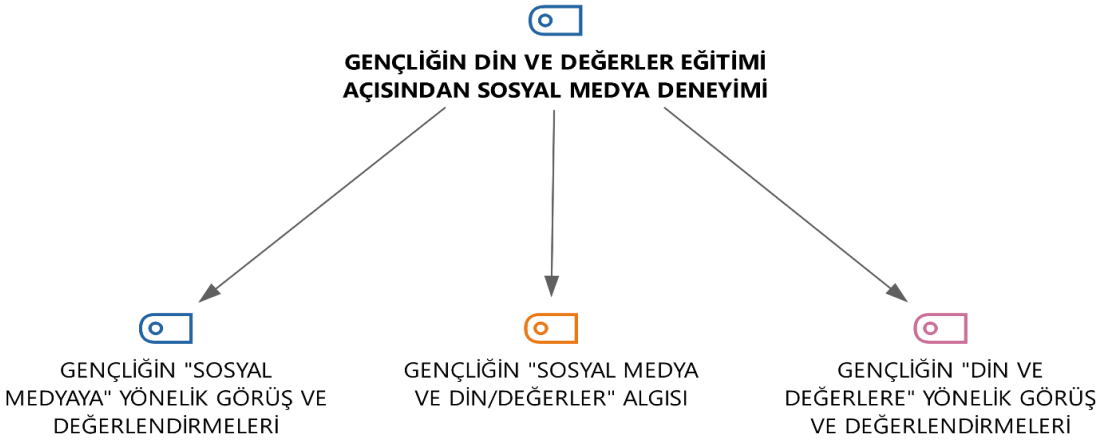
Salt inanç, mezhep, kimlik ile oluşturulan değerler toplumun geneline yayılamaz. Bu değerler bir grubu onaylarken diğerini reddetmektedir. Ancak beşeri değerler de denilen özgürlük eşitlik adalet gibi kavramlar tüm insanlığı sarmalar. Eğitim sisteminin nihai hedefi, bu kavramları içselleştiren, yaşantısına aksettiren bireyler yetiştirmektir. Ancak bu sacayağı okul, medya, toplum, aile şeklinde pek çok birime görev dağıtmaktadır. Aile elbette ki buradaki mutlak önem arz eden kısımdır. Gençlere rol model olarak, kendisine hayrı olmayan yanlış karakterlerin yalnızca kazandıkları para yahut sahip oldukları imkânlar bahane edilerek, özendirilerek, örnek olarak 'youtuber'ları vs. kişileri göstermek gençleri yanlış tercihlere sevk etmektedir. Bunun için anne-baba, öğretmenler, din eğitimcileri veya din görevlileri olarak hem örnek yaşayışımızla hem de her yönüyle güzel insanların anlatılmasıyla doğru örnekler sunabilmeliyiz.

Okullardaki değerler eğitimi, yenilenen müfredat ile bununla uyumlu hale getirilmektedir. Kur'ân'ın ilk inen âyetinin "*Yaratan Rabbinin adıyla oku*."[424] şeklinde gelmesi, ilk inen âyetlerde kaleme ve yazıya yemin edilmesi dinin okuma yazmaya/ öğrenmeye ne kadar önem verdiğinin açık kanıtıdır. Buna rağmen bugün Müslümanlar olarak az okuyan toplumların başında yer almamız düşündürücüdür.

2. GENÇLİĞİN GENEL SOSYAL MEDYA KULLANIM DURUMU VE DENEYİMİ

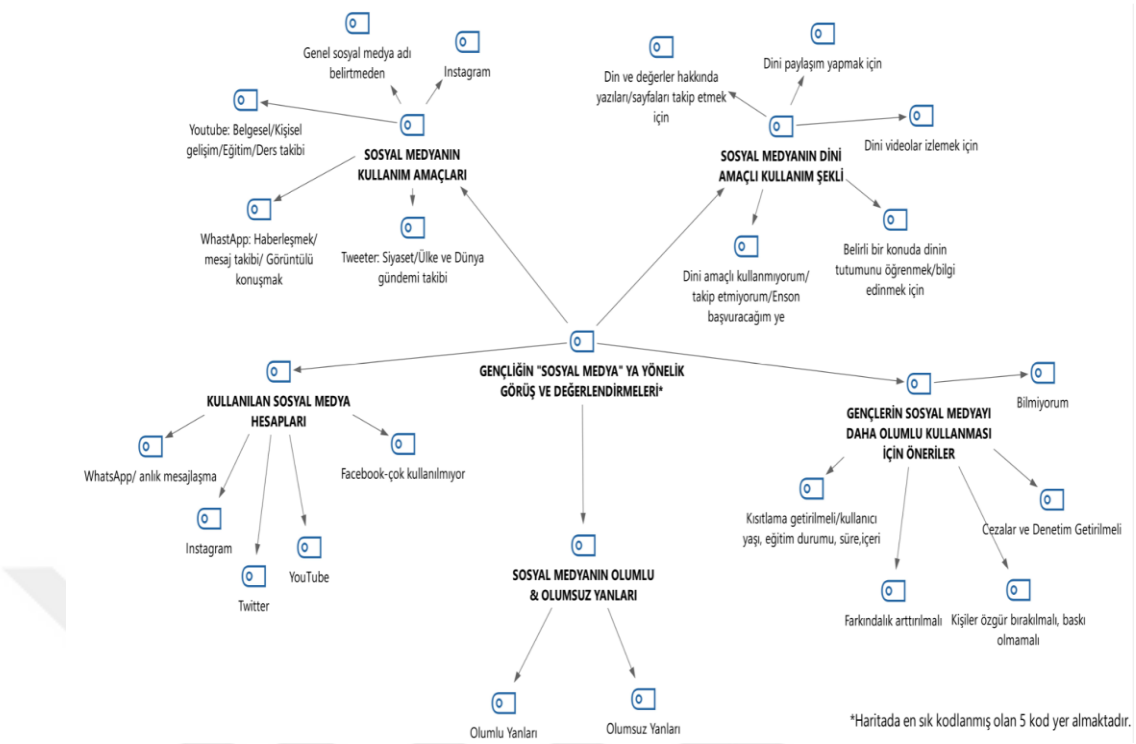
Araştırma, gençliğin din ve değerler eğitimi açısından sosyal medya deneyimini görünür kılmayı amaçlamaktadır. Bu amaç kapsamında gençliğin din ve değerler eğitimi açısından sosyal medya deneyimleri derinlemesine incelenmiştir.

[423] Alak, 96/1.
[424] Alak, 96/1.



Şekil 4: Gençliğin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Sosyal Medya Deneyimi (Maxqda Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli)

Şekil 4'de incelendiği gibi gençliğin din ve değerler açısından sosyal medya deneyimi üç ana temadan meydana gelmektedir. Bu ana temalar; *"Gençliğin 'Sosyal Medya'ya' Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri", "Gençliğin 'Din ve Değerlere' Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri", "Gençliğin "Sosyal Medya ve Din/Değerler" Algısı"* şeklinde kümelenmiştir. Bu üç ana tema kendi içinde de alt temalara ayrılmaktadır.



Şekil 5: Gençliğin Sosyal Medyaya Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri (MAXQDA Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli)

2.1. Ana Tema 1: Gençliğin "Sosyal Medyaya" Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri

Gençliğin sosyal medyaya yönelik görüş ve değerlendirmeleri incelendiğinde katılımcıların kullandıkları sosyal medya hesapları; günlük sosyal medya kullanım süreleri; sosyal medyayı kullanma amaçları; sosyal medyanın dini amaçlı kullanım şekli; sosyal medya üzerinden yardım etme durumu; belli sayıda kişiye gönderilen dileklere yönelik düşünceler; paylaşılan içerik türleri, paylaşım sıklığı ve demografik özellikler; sosyal medya ve mahremiyete yönelik görüşler; sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yanları; gençlerin sosyal medyayı daha olumlu kullanmaları için öneriler şeklinde tema haline getirilmiştir.

2.1.1. Kullanılan Sosyal Medya Hesapları

Araştırmada katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya hesapları *İnstagram, WhatsApp/ anlık mesajlaşma, Twitter, Facebook, Youtube, Viber*'dir. Çok az kişi gereksiz bulduğu ve vakitlerini çok aldığı için için sosyal medya hesaplarını kapatmıştır.

> *En çok Youtube kullanıyorum. Burada aklınıza gelebilecek her şeyi takip edebiliyorum. Ders videoları, müzik, haber, belgesel, vb içerikleri takip ediyorum (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)*
> *Sosyal medyada Facebook'un modası geçti. Bir ara Twitter ile birlikte kullandım. Ama daha sonra gereksiz bulduğum için sosyal medya hesaplarını tamamen kapattım. (K-06-E-24- FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)*
> *Twitter kullanıyorum (K-21-E-23- FEF-3.S.-İstanbul-4000 TL)*
> *Kullandığım tek sosyal medya hesabı İnstagram diyebilirim. (K-43-K-19-E.F.-1.S.-Rize- Rize-3.500 TL)*
> *En çok İnstagram kullanıyorum. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3500 TL)*

Katılımcıların da ifadelerinden anlaşılacağı gibi araştırmaya katılan üniversite öğrencileri sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar.

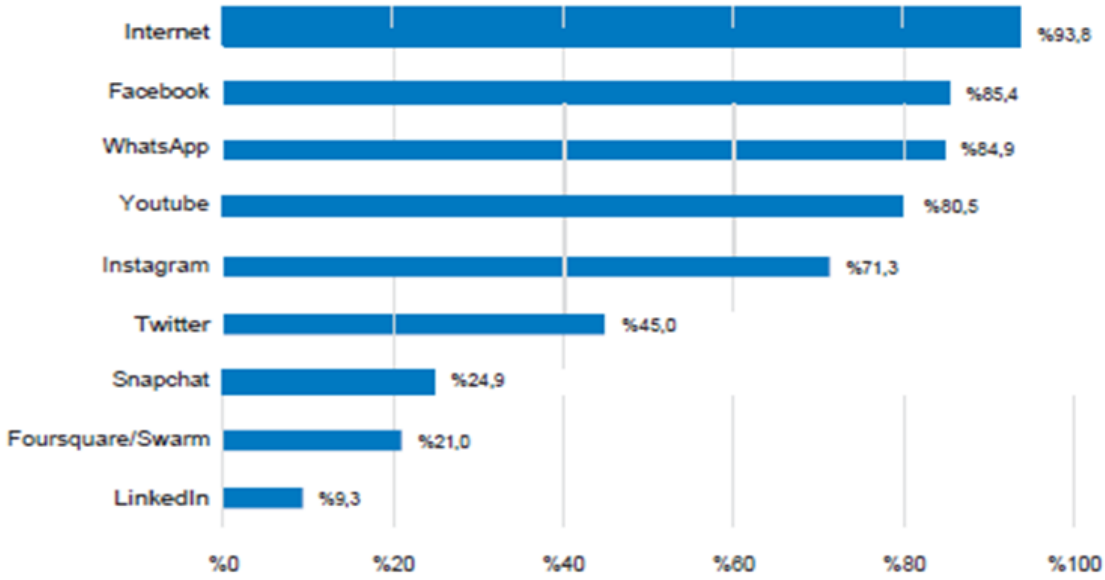
Beykent Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmada birinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı kullanma yaklaşımları ele alınmış ve varılan sonuçlar ile birinci sınıf öğrencilerinin duygusal tatmin ihtiyaçlarını, yeni iletişim teknolojileriyle nasıl ortaya koyduklarını vurgulamıştır. Medyanın işlevleri arasında eğlenmek, deneyim yaşamak, suçluluk hissetmeden aşırı duyguları yaşayabilmek, suçluluk hissetmeden cinsel dürtüleri boşaltmak vs.[425] yer almaktadır. Bu eksende yapılan araştırmada gençlerde duygusal tatmin amacıyla sosyal medya kullanımının sosyalleşmede önemli bir yol olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın sonuçlarında üniversite öğrencilerinin sosyal medya yoluyla duygusal tatmin elde ettikleri anlaşılmıştır.

[425] Nazan Alioğlu, "Duygusal Tatmin Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması", *BUJSS*, (2016), s. 19.

2.1.2. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi

Araştırmaya katılan katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri değişmektedir. Katılımcıların çoğu *günde 2 saat ve daha az süre* geçirmeye çalışırken, *her boş anında sosyal medyaya bakmak isteyen, gününün yarısını harcayan* katılımcılar bulunurken, *15 günde bir* de sosyal medyayı ziyaret eden öğrenciler de bulunmaktadır. Genel olarak katılımcılar sosyal medya hesaplarını kullanırken daha tasarruflu davranmaktadırlar diyebiliriz.

Özellikle iki saat ve altında sosyal medyada zaman geçirmeye çalışan katılımcılar bilinçli olarak bu zamanları yönetmeye çalışmaktadırlar. Özellikle *telefonlarının saatini ayarlayarak, günü dörde bölüp her birinde 20 dk kalmaya çalışarak* dikkatlerini ve zamanlarını yönetmeye çalışmaktadırlar.



Şekil 6: Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ("*Haftada Bir ve Daha Sık Kullanıyorum*" Yanıtlarının Oranı)[426]

Konuyla ilgili bazı ifadeler şöyledir:

Günde dört kez her birinde yirmi dakika. 2 saat diyebiliriz. (K-26-K-18- FEF-1. S.-Antalya-400 TL)

Ortalama bir, bir buçuk saattir. Daha fazla kalmamaya özen gösteriyorum. Çünkü dalınca çok fazla vaktimi alıyor. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)

[426] Erdoğan, "Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Saha Araştirmasi Bulgulari" (17.01.2021).

Telefonum 1 saate ayarlı. 1 saat olduğu zaman otomatikman kapanacak şekilde. Zamanı etkili kullanmak amacıyla böyle bir yöntem geliştirdim. (K-05-K-22- FEF-1.S.-Türkmenistan-750 TL)
Eskiden çoktu. Şimdi 1 saat günde. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)
15 günde bir kez giriyorum. Oyalayıp zamanımı almasın diye. (K-19-K-23- FEF-3.S.- Suriye-600 TL)

Bunlarla birlikte katılımcıların *zamanlarının büyük çoğunluğunu* sosyal medyada geçirenler de bulunmaktadır. Özellikle *süre bile veremeyeceklerini, nereye gitseler telefonlarını da götürdükleri* için neredeyse *günlerinin yarısını* almaktadır.

Günümün ortalama 1.5 saatini Youtube, 2.5 saatini de WhatsApp da harcamaktayım. (K-33-E-19- E.F.-1. S-İzmir-500 TL)
Buna süre veremem. Telefon her daim nereye gitsem yanımda. Her boş anımda ona bakmak istiyorum. (K-46-K-18-FEF-1. S.- Bartın-500 TL)
Günümün yarısı diyebilirim. (K-31-K-20-FEF-1.S.-Artvin-1800 TL)
Çok sık baya vakit geçiriyorum. (K-42-K-22- İ.F. -3. S.-Hatay-500 TL)
İnstagram için günde 2-2,5 saat Youtube'da günde toplam 4 saat harcıyorum. (K-16-K-19- E. F- 1. S.- Bursa-400 TL)

Sivas Cumhuriyet Üniversitesinde yapılmış olan çalışmaya göre sosyal medya bağımlılığı en yüksek olan bölüm Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü, en az olan bölüm ise Veteriner Hekimlik Temel Bilimler Bölümü ve İlahiyat Fakültesi yer almaktadır.[427] Bu bizim çalışmamızla da paralellik göstermektedir. İlahiyat Fakültesi öğrencileri sosyal medyanın çok vakit aldığını, zaman sınırlaması getirdiğini belirtmiştir.

2.1.3. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları

Öğrenciler sosyal medyayı kişisel gelişimlerini arttırmak, farklı fikirler edinmek, mesajlarını takip etmek, ailesinden, çevresinden ve dünyada olup bitenlerden haberdar olmakla birlikte ünlüleri takip etmek için de kullanmaktadırlar. Çömlekçi ve Başol'un yaptıkları çalışmada, gençlerin sosyal medyayı hangi amaçla, ne ne sıklıkta kullandıkları ve bunların ilgili ağları kullanım amaçları ile söz konusu ağlara dair bağımlılıkları arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmış ve bu bağlamda 763 üniversite öğrenci

[427] Rüya Demir Türkdoğan, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

ile çalışma yapılmıştır. Söz konusu araştırmaya göre katılımcılar ilgili ağları bilhassa eğlence, iletişim ve haberdar olma amacıyla; daha sonra ise arkadaşlarına ulaşmak, kişisel sunum ve insanları tanımak için kullandıklarını ortaya koymuşlardır. Yine ilgili araştırmaya göre gençlerin günlük ortalama olarak bu ağlarda 4 saat 16 dakika geçirdikleri anlaşılmıştır. Yine iletişim, müzik dinleme ve gündemi takip etmekle bilgiye erişme ile söz konusu ağlara olan bağımlılık arasında önemli bir ilişkinin de olmadığı anlaşılmıştır.[428]

Çömlekçi ve Başol tarafından 2019 yılında yayınlanmış olan "*Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi*" adlı çalışmada gençlerin sosyal medyayı en çok hangi amaçlarla ve ne sıklıkla kullanmakta olduğu ile onların sosyal medya kullanım amaçlarıyla sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak hedeflenmiş, 763 üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre; katılımcılar sosyal medyayı en çok eğlence, iletişim ve gündemi takip etme amaçlarıyla; en az ise kişilere ulaşmak, kişisel sunum ve bilgi paylaşmak ve insanları daha iyi tanımak için kullanmaktadırlar. Bunun yanı sıra araştırma neticesinde gençlerin sosyal medyada günde ortalama 4 saat 16 dakika geçirdikleri tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisi incelendiğinde ise; boş zaman değerlendirmek, insanları daha iyi tanımak, fikir alışverişinde bulunmak, eğlence amaçlı kullanmak, kişilere ulaşmak, kişisel sunum ve bilgi paylaşmak ve mesajlaşmak ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. Diğer yandan, iletişim, müzik dinlemek, gündemi takip etmek ve bilgiye erişmek ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı da tespit edilmiştir.[429]

Seferoğlu ve Yıldız tarafından 2013 yılında yapılmış olan "*Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma"* adlı çalışmada da sosyal medya kullanımı Facebook uygulaması

[428] Mehmet Fatih Çömlekçi Oğuz Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi", *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2019), ss. 173-188.

[429] Çömlekçi, Başol, a.g.m., ss.173-188.

üzerinden araştırılmış ve vaktin çoğunu burada harcama noktasında sadece gençlerin değil çocukların da bağımlılık derecesinde hayatlarında yer açtığı belirtilmiştir.[430]

> *Mesajları takip etmek, haberleri okumak için ve Çevremdeki insanların hayatlarını, yaşadıklarını öğrenmek için sosyal medya kullanıyorum. (K-35-K-19-E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)*

Ayrıca Din kültürü derslerine hazırlık yapmak dini paylaşımları okumak için de sosyal medyayı kullanmaktadırlar.

> *Din kültürü derslerine hazırlık yapabilmek için kullanıyorum. (K-01-E-18- SOS. BİL MYO-Hatay-700 TL)*
>
> *Dini paylaşımları okuyorum. Özel olarak okuduğum çok fazla olmuyor. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)*

Öğrenciler ülke ve dünya gündemini Twitter; anlık haberleşme için WhatsApp; alanlarıyla ilgili iş ilanları, eğitimler ve daha pek çok duyuruyu takip edebilmek için Facebook; kişisel gelişimlerini takip edebilmek, takip edilen kişiler ve sayfalar olduğu gibi eğitim aldıkları bölümlerle ilgili de sayfaları takip etmekte videolar izlemek için Youtube kullanmaktadırlar. Ayrıca İnstagramı ünlü kişileri takip etme ve eğlence amaçlı kullanmaktadırlar.

Tablo 9: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları [431]

	18-24 Yaş	25-29 Yaş	Erkek Evli	Erkek Evli değil	Kadın Evli	Kadın Evli değil	Çalışan	Öğrenci	İş arayan	Ev genci
Facebook	%85.1	%85.8	%82.7	%91.5	%81.3	%80.2	%90.6	%82.0	%82.7	%70.5
WhatsApp	%85.2	%84.6	%89.1	%85.1	%82.5	%88.8	%85.8	%88.8	%81.3	%72.9
Youtube	%80.4	%80.6	%66.7	%84.7	%70.6	%81.9	%81.8	%84.2	%80.0	%65.1
Instagram	%73.0	%69.5	%48.1	%76.1	%54.4	%76.5	%71.0	%78.9	%65.3	%57.1
Twitter	%44.3	%45.8	%43.2	%48.5	%25.6	%48.7	%46.9	%48.1	%45.3	%27.9
Snapchat	%29.9	%19.6	%11.1	%27.2	%13.8	%29.1	%20.6	%35.4	%26.7	%18.6
Foursquare/swarm	%24.2	%17.6	%7.4	%23.9	%10.0	%24.4	%20.7	%25.5	%22.7	%10.1
LinkedIn	%10.1	%8.4	%7.4	%10.9	%6.9	%8.6	%8.9	%10.9	%10.7	%6.2

Öğrencilerin ülke ve dünya gündemini takip edebilmek için sosyal medya mecralarından Twitter'ı daha çok tercih ettiğini söyleyebiliriz. Vural ve Bat (2010) tarafından "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim

[430] Süleyman Sadi Seferoğlu, Hatice Yıldız, "Dijital Çağın Çocukları İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma", *İletişim ve Diplomasi*, (2013), ss. 31-48.

[431] Erdoğan, "Türkiye'de Gençleri İyi Olma Hali Saha Araştırması Bulguları", (16.11.2020).

Fakültesine Yönelik Bir Araştırma" adlı çalışmada da öğrencilerin tamamına yakını anlık iletişim araçlarından birini kullanmaktadır (%94,7). Sosyal ağlar en fazla "zaman geçirmek" amacıyla kullanılmaktadır (%31,0). Öğrencilerin dörtte üçünden fazlası video sitelerini takip etmektedir (%82,8).[432]

> *Siyaseti takip ediyorum. Akp'yi ve muhalif partileri takip ediyorum. Bence siyaset ile din adamı aynı yolu takip ediyor da o yüzden. Biri kendi siyasi görüşüne, diğeri de kendi inanışına taraftar toplamaya çalışıyor. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)*
>
> *Twitter nadir olarak kullandığım sosyal medya hesabı. Gündemi, siyaseti ordan takip ederim. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S.-Muğla-1000 TL)*
>
> *Farklı platformlarda değişiyor. Twitter'ı ülke gündemini takip etmek için kullanıyorum. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)*
>
> *Twitter'da sadece müzikle ilgili konuları takip eder, paylaşım. Aslında orası gırgır, şamata benim için… (K-15-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)*
>
> *Twitter hep elimin altında. Ülke ve dünya gündemini buradan takip ediyorum. Fizikle ilgili gelişmeleri, bilim adamlarının buluşlarını da buralardan öğreniyorum (K-21-E-23- FEF-3.S.-İstanbul-4000 TL)*

Öğrenciler anlık mesajlaşma uygulaması olarak WhatsApp uygulamasını tercih etmektedir.

> *WhatsApp kullanıyorum, onu da arkadaşlardan, okul gruplarından haber alabilmek için. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)*
>
> *WhatsApp'ta arkadaşlarımla konuşurum, bazen görüntülü sohbet için ve durum paylaşımı yapmak için de kullanırım. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)*
>
> *Mesajları takip etmek… (K-11-K-22- Keles MYO-1.S.-İzmir-700 TL)*
>
> *WhatsApp'ı haberleşmek için kullanıyorum. (K-05-K-22-FEF-1.S.-Türkmenistan-750 TL)*
>
> *Anlık haberleşme aracım WhatsApptır. (K-08-E-22- Z.F.-4. S.-Muğla-1000 TL)*
>
> *WhatsApp yokken anlık mesajlaşma için Facebook kullanıyordum. Gerek kalmadı artık. (K-09-E-21- İ.F.-1.S.-Ankara-200 TL)*
>
> *WhatsApp'ı anlık haberleşme için kullanıyorum. (K-15-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)*

[432] Beril Ak vd., "Yeni Bir İletişim Ortami Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Yaşar University*, (2010), s. 3348.

WhatsApp'u haberleşmek için mecbur kaldım. İnsanlar sadece buradan haberleşir oldu çünkü. (K-24-K-19- FEF -1. S.- Bursa-1000 TL)

Ailemle iletişim kurmak, haberleşmek için. (K-30-K-24- FEF-1.S.-Türkmenistan-500 TL)

WhatsApp'ta yakınlarımla iletişim kurmak için kullanıyorum (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

WhatsApp yakın çevremdekilere iletişim kurmak için kullanırım (K-34-K-19-E.F.-1. S.- Zonguldak-450 TL)

En çok WhatsApp'ta aktifim. Arkadaşlarım ve akrabalarımla WhatsApp üzerinden iletişime geçiyorum. (K-37-K-19-E.F.-1. S.-K. Maraş-500 TL)

Haberleşme olarak da WhatsApp onu kullanıyorum. (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3.500 TL)

Öğrenciler alanlarıyla ilgili iş ilanları, eğitimle ilgili ve daha pek çok duyuruyu takip edebilmek için Facebook'u kullandığını belirtmektedir.

En çok Facebook kullanıyorum. Burada ziraat ile ilgili duyuları takip edebiliyorum. Bunun dışında ilaç bayiliği, danışmanlık vs ile ilgili ilanlar, şartlar, güncellemeleri buradan öğrenebiliyorum. (K-08-E-22-Z.F.- 4. S.-Muğla-1000 TL)

Facebook kullandığım zaman haberleri okur, insanları takip eder, fotoğraf paylaşır, ders notlarımı takip ederdim. (K-09-E-21- İ.F.-1.S.-Ankara-200 TL)

Öğrenciler arasında kişisel gelişimlerini takip edebilmek adına en çok kullanılan uygulama Youtube'dır. Burada takip edilen kişiler ve sayfalar olduğu gibi eğitim aldıkları bölümlerle ilgili de sayfaları takip etmekte, videolar izlemektedirler.

Çok nadir de Youtube'tan belgesel içerikli videolar izliyorum. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Çünkü Youtube'da her türlü bilgiye ulaşabiliyorum, oyun, makyaj videosu izliyorum, belgesel seyredebiliyorum. (K-07-K-21-FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

Youtube'da kişisel gelişimime yatırım yapıyorum. (K-15-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Youtube'da sevdiğim kişilerin videolarını izliyorum. Faydalı oluyor. Bilgilendirici şeyler var. Eğitim bile aldığım oldu oradan. (K-16-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)

Hocaların konferanslarını takip etmek amaçlı kullandığım oluyor. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)

Youtube eğitici kanallar var. (K-24-K-19- FEF-1. S.- Bursa-1000 TL)

Youtube'da da güncel dünyadan haberleri öğrenmek. Ders videoları izlemek. Müzik dinlemek vb. (K-33-E-19- E.F -1. S.- İzmir-500 TL)

Videoları izliyorum. Yurtta televizyon izleme imkânımız olmadığı için haberleri Youtube'dan takip ediyorum. Yine İnstagram'da bunları biliyor musunuz diye bir sayfa var. Her gün yeni bir bilgi veriyor. Onu takip ediyorum. Komedide iyi işler çıkaranlar var, bazen onlara bakıyorum. (K-26-K-18- FEF-1.S.- Antalya-400 TL)

Youtube'dan ders videoları izler, anlamadığım konuları takip ederim. Özellikle de tarih dersini oradan çalışırım. Bunun dışında memleketteki ailemle ve arkadaşlarımla haberleşirim. (K-30-K-24- FEF-1. S.-Türkmenistan- 500 TL)

Youtube ise sevdiğim ve takip ettiğim bazı kişilerin paylaştığı videoları izlemek için. (K-34-K-19-E.F.-1. S.- Zonguldak-450 TL)

Öğrencilerin ifadelerine göre İnstagram daha çok eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Çevresindeki insanlardan haberdar olma bu uygulamanın en çok kullanılma sebebi olarak anlaşılmaktadır.

İnstagram'dan daha çok mizah sayfalarını takip ediyorum (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

İnsanlar gün içinde neler yapmış, storylere bakıp öğreniyorum. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

İnstagram'da arkadaşları, insanları takip edip paylaşımlar yapıyorum. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Çevremdeki insanların paylaşımlarını takip (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3.500 TL)

Memleketimde ailem, arkadaşlarım var. Onlardan haberdar olmak istiyorum (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Kim, nerede, ne yapmış, bunun için. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

İnsanları takip etmek. Bazı yazar ve şairleri izlemek. Nuğman Alikhan, Sami Yusuf, Tarık Tufan, Dücane Cündioğlu, Hayati İnanç, Talha Uğurluel, İhsan Fazlıoğlu'nu takip ediyorum. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

İnstagram'da eğlence amaçlı videoları izliyorum. Arkadaş ortamında bahsedilince Fransız kalmamak için. (K-24-K-19-FEF-1. S.- Bursa-1000 TL)

İnstagram'ı da dünyadaki insanlar neler yapıyor, arkadaşları neler yapıyor, bunları takip etmek için kullanıyorum. (K-05-K-22-FEF-1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Çevremdeki insanların hayatlarını, yaşadıklarını öğrenmek için sosyal medya kullanıyorum. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Ünlü kişilerin paylaşımlarını takip etmek, kişisel gelişim sayfalarından bir şeyler öğrenmek, bilgi paylaşımı yapmak amaçlı kullanımlar da karşımıza çıkmaktadır.

İnsanları bilgilendirmek. (K-19-K-23- FEF- 3.S.- Suriye-600 TL)

Güncel hayattan bilgiye hızla ulaşmak. (K-03-K-21- FEF- 1.S.- Çorum-600 TL)

İnstagram'da gündemi takip ediyorum. (K-43-K-19-E.F.-1.S.Rize-3.500 TL)

Bilgi ve takip. (K-29-K-21- İ.F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Ülke ve dünya gündemini takip etmek. (K-26-K-18- FEF-1. S.-Antalya-400 TL)

En çok İnstagram kullanıyorum. Benim dünya görüşümü aktarmaya, anlatmaya çalışıyorum. Sevgi, merhamet ile ilgili, Suriye'nin durumuyla ilgili gündemle ilgili görüşlerimi anlatan yazılar kullanıyorum. Bunlarla ilgili âyet hâdis paylaşıyorum. (K-19-K-23- FEF-3.S.- Suriye-600 TL)

En çok İnstagram kullanıyorum. Yabancı sanatçıların Türklere göre daha yaratıcı olduğunu düşünüyorum. Onları takip ediyorum. Moda, kıyafet ilgimi çekiyor, takip ediyorum. Bunun dışında bilgi edinmek için de kullandığım oluyor. Mesela Almint 'i takip ediyorum. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

En çok bilgi edinmek ve fikir edinmek için kullanıyorum. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Kendi ilgilendiğim konularla ilgili videoları izliyorum. Kişisel gelişim vs. (K-15-K-19 - E.F. -1. S.- Bursa-900 TL)

İnstagram'da aynı şekilde faydalı içerikli paylaşımları arkadaşlarımın da görmesi için onlara da gönderirim. (K-35-K-19- E.F.1. S.- Mersin-600 TL)

En çok İnstagram kullanıyorum. İnstagram'da beğendiğim çizimleri /görselleri kaydedip boş zamanlarımda çiziyorum. (K-37-K-19-E.F.- 1. S. K. Maraş-500 TL)

Burada arkadaşlarımı, ressamları takip edebiliyorum (K-40-K-19- E.F. - 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Beğendiğim sanat tarihi sayfalarını takip ediyorum. (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3.500 TL)

Zaten sosyal medyada çalıştığım bir platform var. Buradan bir yandan para kazanıyor, bir yandan kitap çeviri editörlük işleri yapıyorum. (K-04-K-21- FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Dini paylaşımları okuyorum. Özel olarak okuduğum çok fazla olmuyor. Genellikle İsam'ın ya da hocaların paylaştıkları makale vs. onlara da kendi sitelerinden ulaşıyoruz. Dini paylaşımları çok okuduğumu söyleyemem. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.- Bursa-700 TL)

İnstagram'da iki hesabım var. Biri fake. Birini görsellik ve arkadaşlık takibi için kullanıyorum. İkincisini ise komik videolar ve ünlüler için. Okulla ilgili duyuruları da buradan takip ediyorum. Çok şey takip ettiğim için bazen arada kaybolabiliyor duyurular. (K-16-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-400 TL)

Sekam tarafından 2016 yılında yapılan araştırmalardan elde edilen Gençlik Raporu'nda 5324 gence:

"Boş zamanlarınızda en çok hangisine zaman ayırırsınız?" sorusuna gençlerin %6,2'sinin telefonla konuşarak-mesajlaşarak cevabını vermiş olmasına karşılık "Telefonla mesajlaşma sıklığınız nedir?" sorusuna gençlerin %49,6'sı sıklıkla cevabını vermiştir. %37,6'sı ise ara sıra cevabını vermiştir. Bu da şunu ortaya koymaktadır ki gençler gerek telefonla gerek mesajla iletişime oldukça fazla zaman ayırmaktadırlar. Katılımcılara sorulan "*Sizin için cep telefonunun anlamı nedir?*" sorusuna alınan cevaplar içinde en büyük oran, %49,1'le "sadece iletişim aracı" cevabına ait olmasına karşın, %30,9'luk kesim "*baş belası, onsuz olmuyor.",* %20'lik oran ise, "*müthiş bir icat, onsuz hayat düşünülmez*" şeklinde olmaktadır.[433]

Bu da göstermektedir ki aslında gençlerin telefonla sohbete ve mesajlaşmaya ayırdıkları zaman çok daha fazladır. İnternet katılımcıları ile ilgili yapılan araştırmada kullanıcıların kullanım tercihlerinin bir noktada ihtiyaca göre de değişme gösterdiği görülmekte ve bu durum değişen oranlarla yine ortaya çıkmaktadır. Yine çalışmaya katılanlara niçin internet kullandıkları sorulmuş ve önem bakımından iyi tercih ifade etmeleri belirtilmiştir. Bu cümleye göre birinci tercih sırasına göre haberleşme/e-mail'dir (%29,2)'nin ikinci tercih sırasında ise bilgi edinme/ödev hazırlama (%24,5) amaçlarının ön plana çıktığı görülmüştür. İnterneti kullanımda üçüncü amacın ise chatleşme/sohbet (%15,1) olduğu anlaşılmıştır. İnternetin kullanımı ile ilgili olarak ikinci düzeydeki cevaplara dikkat edildiğinde bilgi edinmenin/ödev yapmanın ilkine göre daha çok oran taşıdığı (%30,5) anlaşılmaktadır. Bu durumu sistematik olarak daha az oranla takip eden haberleşme/e-mail (%18,2), film izlemek/ müzik dinlemek (%15,3), haber okumak (%14,4), chatleşmek/sohbet etmek (%12,9) takip etmektedir.[434]

[433] SEKAM, a.g.e., s. 166.
[434] SEKAM, a.g.e., s. 180.

Gençlerin internet kullanımını daha bilinçli yapması için, bu kaynağı etkin ve verimli kullanabilme metodlarını öğretecek programlara, medya okuryazarlığı eğitimlerine ihtiyaç bulunmaktadır.

2.1.4. Sosyal Medyanın Dini Amaçlı Kullanım Şekli

Öğrencilerin ifadelerine göre sosyal medyanın dini amaçlı kullanımında amaç, *dini yazıları ve musiki eserlerini paylaşmak*, diyanetin *çalışmalarından haberdar olmak, din ve değerlerle ilgili yazıları takip etmek, kandilde, bayramda kısacası özel günlerde akrabalarla haberleşebilmek, farklı inanç sistemlerini tanımak ve araştırmak, Youtube'dan dini videolar izlemek ve belli konularda dinin bakışını öğrenebilmek* olarak sıralanabilir.

> *Çevremde çok fazla mütedeyyin insan yok. Bu kelimeyi de çok fazla kullandım ama daha çok seküler yaşayan insanlar var. Dini paylaşım yapmaktan ziyade ne hissediyorsam onunla ilgili paylaşım yaparım. Düşünmediğim bir şeyi paylaşmak ya da insanların rahatsız olacağı bir şeyi paylaşmak benlik değil. Akrabalarımdan birkaçı ateistlik üzere paylaşım yapmıştı. Uyarmıştım onları. Böyle paylaşımlar yapma şeklinde değil de, bu konu ile konuşmak ister misin? gibi. Tabi konuşulması gereken insan var, konuşulmaması gereken insan var sosyal medya üzerinde. Çünkü mesajlaşma ve dini içerikli paylaşımda bulunulsa bile, insanların jest, mimik, konuşma gibi durumlarını anlayamadığım için çok etkili olmuyor hatta yanlış anlaşıldığını düşünüyorum. Ben Anadolu Lisesi mezunuyum. İmam hatipli çevrem yok benim. İlahiyatta edindiğim arkadaşlarım var. Zaten onlarda irşad yapamıyoruz tabi ki (gülüyor). Ama bir soru çok sorulursa belki o zaman paylaşımda bulunuyorum. Psikolojik durumumu nasıl etkiliyor hiç düşünmedim. Ama sosyal açıdan güzel dönütler aldım. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)*
>
> *Takip ettiğim sayfalar var ama ben sık paylaşımda bulunmam. Önüme gelen her şeyi değil doğru bilgiyi paylaşmaya özen gösteririm. Yazarlarımızı, onların güzel sözlerini, âyet ve hâdisleri paylaşırım. Gündemdeki bir olayla ilgili âyet ve hâdisleri paylaşarak o konuyla ilgili görüşleri bilsinler isterim. (K-16-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)*
>
> *Dinle ilgili şeyleri izlerim, sorgularım. Ama paylaşım yapmam. Buralarda tartışmam. (K-24-K-19- FEF.-1. S.- Bursa-1000 TL)*

Öğrenciler bazı dini kişi, kurum ve kuruluşları bu platformlardan takip ettiğini belirtmiştir. İnternette, dinsel kurumlarca hayata geçirilen bazı faaliyetler bu söz konusu platformlara aktarılarak doğrudan kullananlara ulaşmış olup, ilgili bilgilerin kısa zamanda daha fazla kişiye erişimini sağlamıştır.[435]

Diyanet İşleri'nin Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği kanalıyla kullanılan Facebook hesabında, güncel bilgiler paylaşılmaktadır.

Dini grup ve sayfaları takip ederim. Turgev, Sami Yusuf gibi. (K-19-K-23- FEF.-3.S.- Suriye-600 TL)
Diyanet Vakfı'nı takip ediyorum. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Öğrencilerin bir kısmı din ve değerler ile ilgili yazıları sosyal medyadan takip etmektedir. Günümüzde cemaat ve tarikatların da paylaşımda bulundukları ve üyeleriyle iletişimde oldukları Facebook sayfaları bulunmaktadır. Facebook'un dinsel içerik ve ilgili paylaşımlara hatta yorumlara imkân vermesi bir anlamda Facebook eksenli bir cemaat kültürünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.[436] İslami içerik ve uygulamaların bulunduğu Twitter ise takipçi sayısı ve etiket durumu ile öne çıkmaktadır. Dinsel içerik olarak, özellikle Diyanet İşleri Başkanlığı'nın mesajları Twitter üstünde etkili olmaktadır. Twitter'da yine hem ulusal hem de evrensel paylaşımların olduğu görülmekte bu bağlamda kişisel Twitter sayfaları bile bulunmaktadır.[437] Misal Diyanet İşleri Başkanlığı, Müslümanlara yaşacanak olan Ramazan Bayramı için mesaj verirken; bayram namazının yaşanan salgın şartlarına da dikkat ederek camilerde kılınabileceği bağlamında mesaj vermekte ve bunu sosyal medya hesabından paylaşarak kısa sürede çok geniş kitlelelere ulaşmasını temin etmektedir.[438]

Öğrencilerin konuyla ilgili takiplerinin olup olmadığı hakkındaki sorulara verilen cevaplar şu şekildedir:

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip ederim. (K-09-E-21- İ.F. -1.S.-Ankara-200 TL)

---

435 Halil İbrahim Bahar, *Sosyoloji,* Ankara: Usak Yayınları, 2005, ss. 88-90.
436 Gezginci, Işıklı, a.g.e., s. 112.
437 Mahir Kaya, "*Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi",* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.
438 Diyanet İşleri Başkanlığı Resmi Twitter Sayfası, https://t.co/2uG6IA2P3l https://t.co/QOHwRWrbPk (12.05.2021).

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip ederim, okurum (K-10-K-27- Keles MYO 1.S.-Bursa- 900 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip ederim, okurum (K-12-K-21- Keles MYO- 2.S.-Diyarbakır 500 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları arada takip ederim (K-13-K-21- Keles MYO-1.S.-Bursa-700 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip ederim (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo Hatay-700 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları arada takip ederim (K-02-K-21- Keles MYO -1.S.-Bursa-700 TL)

Bazı öğrenciler dini paylaşımlar yapmadığını ama hat gibi, dini musiki gibi veya şehirlerin dini tarihi güzellikleri gibi beğenilerini paylaştıklarını belirtmişlerdir.

Bilgi edinmekle birlikte kendim de paylaşım yapmayı seviyorum. Örneğin dini musikiye ilgim var. Ney üflerken paylaşımlarım var. "Çağırayım mevlam seni"yi paylaştım en son ney kursundayken. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Dini musiki, yeşil cami, ebru ve hat sanatı gibi paylaşımlar yaparım. Ama dini paylaşım yapmam. Sinir oluyorum. Nefret ediyorum hatta. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Bazı öğrenciler, dini paylaşımlardan hoşlanmadıklarını ama özel gün ve gecelerde akrabaları eş dostu mutlu etmek, hoşlarına giden sözlerin başkalarınca da bilinmesini sağlamak veya farklı inançları araştırmak ve bu bilgileri paylaşmak için kullandığını belirtmektedir.

Sosyal medyayı dini amaçla, genellikle kandillerde akrabaları gönüllendirmemek için kullanıyorum. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S-Rize-3.500)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip ederim. Yeri gelir paylaşırım. (K-35-K-19- E.F -1. S.-Mersin-600 TL)

Kendi inancımı ve kendi inancımın dışında kalan inançları araştırmaktan zevk alıyorum. (K-44-K-19 E.F.-1. S.-Bingöl-1000 TL)

Özellikle Youtube bu konuda çok önemli benim gözümde. Belli başlı dini toplulukların Youtube kanallarını takip ediyorum ve videolarını izliyorum. İnstagramda ise bu toplulukların ve kişilerin sayfalarını takip ederim. (K-34-K-19- E.F. 1.S.- Zonguldak-450 TL)

Youtube kanallarından dini bilgilerle ilgili videolar izliyorum. (K-37-K-19-E.F.-1. S.-K. Maraş-500 TL)

Öğrenciler karşılaşılan güncel konu veya sorunlar hakkındaki dinin bakış açısını öğrenebilmek için de sosyal medyayı kullandığını belirtmektedir. Turan tarafından yazılmış olan" İnternet Ağında Çocuğum" adlı kitapta internet ortamında sitelerin, oradaki bilgilere inanıp âhireti de içine alan büyük bir hayatı karartmaya sebep olacak yanlış bilgilerle dolu olabileceği belirtilmektedir.[439] Turanalp tarafından 2016'da yayınlanmış olan "İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım" adlı çalışmada ergenlerin, genelde bilgiye ve özelde dinî bilgilere ulaşma konusunda kitaplara başvurmak yerine daha az meşakkatle ulaştıkları internet ortamındaki bilgilere itibar etmeleri sonucu yanlış bilgilerin etkisi alanında kalacakları kuşkusuz dile getirilmektedir.[440]

Âvam dille paylaşılmış yazıları direkt geçiyorum. Bazen de neden böyle yazmışlar diyerek yorumları okuduğum oluyor. Halkın durumu da öğrenmek, bilmek lazım bana göre. Genellikle fakültedeki hocalarımız, uluslararası fakülte hocaları yani akademisyenlerin yazılarını merak ediyorum. Onlar daha öğretici. Bunlar olmadan sosyal medya çok boş bir âlem olarak geliyor bana. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Bilgi edinmek. (K-21-E-23- FEF.-Fizik-3.S.-İstanbul-4000 TL)

Belli bir konuyla ilgili dinin tutumu nedir diye bilmek isterim. (K-96-E-25 İ.F.- 4. S. -Kosova-650 TL)

Dinin tutumu ne ölçüde diye bakıp bilmek isterim. (K-95-E-25-İ.F. 4. S. Bosna-750 TL)

Gezginci ve Işıklı'ın çalışmasına göre "*Sizce dini içerikli paylaşımlarda bulunmayı en çok etkileyen unsur hangisidir?"* sorusuna %16,5 güncel dini tartışmalar derken bayramlar, dini gün ve geceler gibi kutsal zamanlar cevabı %15'de kalmıştır. Bu yargı, "güncel dini tartışmalar"ın Facebook kullanıcıları ve dini gün ve gecelerin çok az kişi tarafından ciddiye alındığını göstermektedir. Çünkü çalışmada seçimler ve halk oylamaları %55 oranında başı çekmektedir. Burada Facebok'taki dindarlığın politize bir

[439] Saliha Turan, *İnternet Ağında Çocuğum,* İzmir: Gülyurdu Yayınları, 2008, s. 76.
[440] Muhammed Fatih Turanalp, "İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım", *Marife Dergisi*, (2016), ss. 111-131.

yapıda olduğu yargısı çıkarılabilir. Öğrenciler sosyal medyadan dini değer ve konulardan haberdar olma konusunda faydalanmaktadır. Belli kişi, grup, kurum veya kuruluşları takip eden öğrenciler olmakla birlikte hayatın akışı içerisinde karşılaşılan durum veya olaylara dinin bakışını araştırmak isteyenler de bulunmaktadır.

Cevherli ve Şentepe (2016) tarafından yapılan çalışmada SAÜ İlahiyat öğrencilerinin sosyal medya kullanımı betimsel olarak ortaya konulmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre, İlahiyat öğrencileri sosyal medyayı oldukça yaygın olarak kullanmaktadır.[441] Sosyal medyanın dini değerlerin öğrenilmesi ve araştırılması noktasında öğrencilerin fikir ayrılığı içinde olduklarını söyleyebiliriz. Kimi öğrenciler buradan bilgi edindiklerini belirtirken aşağıda ifadeleri verilen öğrenciler de bu konunun öğrenildiği yerin sosyal medya olmadığı fikrindedirler. Bunun sebebi olarak da burada herkesin uzmanmış gibi konuştuğunu, bilgisinin doğruluğundan emin olunmadığını göstermektedirler.

Bununla birlikte Yapıcı ve Yürük tarafından 2015 yılında yapılmış olan "Yüksek Din Öğretimi Öğrencilerinin Değer Tercih Sıralamaları: Çukurova Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Örneği" adlı çalışmada da ilâhiyat fakültesi öğrencilerinin hangi değerlerin etkisini daha çok hissettikleri, eğitim-öğretim süreciyle birlikte değer tercih sıralamalarında herhangi bir değişikliğin olup olmadığı, olduysa bunun hangi yönde gerçekleştiğini tespite çalışılmıştır, Araştırmada cinsiyete göre "ahlâkî", "estetik" ve "siyasal-politik" değerlerin tercihinde bir farklılaşma tespit edilmekle birlikte, "dinî", "ekonomik", "teorik-bilimsel" ve "sosyal" değerlerin tercihinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Çalışmada yüksek din öğretimi gören İlâhiyat lisans öğrencileri ile İlköğretim DKAB Eğitimi bölümlerinde okuyan öğrencilerin değer tercihleri sıralama itibariyle benzer olsa da şiddet ve yoğunluk itibariyle birbirinden bazı hususlarda farklılaşmakta olduğu bilgisine ulaşılmıştır.[442]

> *Diğer siteler araştırmam için ikinci sırada yer alır. Sosyal medya en son başvuracağım yerdir. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo -Hatay-700 TL)*

[441] Kübra Cevherli, Ayşe Şentepe, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", 7. Uluslararası Din Görevlileri Sempozyumu Bildirileri, Sakarya, 2016, s. 142.

[442] Asım Yapıcı, Tuğrul Yürük, "Yüksek Din Öğretimi Öğrencilerinin Değer Tercih Sıralamaları: Çukurova Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Örneği", *Çukurova Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi*, (2015), s. 16.

Bu sosyal medyadan dini konularda bilgi sahibi olmaya çalışmam. (K-04-K-21-FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Sosyal medyadan aramam cevabımı. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Bazı öğrenciler dini bilgileri öğrenebilmek adına hiçbir zaman sosyal medyayı kullanmadıklarını belirtmiştir.

Dini bilgi edinmek için ya da bu tarz paylaşımlarda bulunmak için Youtube'dan faydalanmadım. (K-07-K-21-FEF- 1.S.-Bursa-1500 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları hiç takip etmem. Benim dinle pek işim yoktur. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip etmiyorum. (K-11-K-22-Keles MYO 1.S.-İzmir-700 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip etmiyorum. (K-14-E-24-Keles MYO-1. S.-Bursa-1000 TL)

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıları takip etmiyorum. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Dini paylaşımları takip ettiğim herhangi bir sayfa yok. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Takip ettiğim bir sayfa yok. Bu tarz paylaşımlarda da bulunmam. (K-17-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Sosyal medyada dini paylaşım yapmamayı tercih eden öğrenciler, samimiyetsizlik yönünde görüş belirtmiş, insanların inanmadıkları halde inanmış gibi davrandıklarını, eylemleriyle söylemlerinin uyuşmadığını, bu konuları buradan öğrenmenin sağlıklı olmadığını, bu tarz mesajları sevmediğini, içten olmadığını belirtmiştir.

Gezginci ve Işıklı (2018)'nın çalışmasında "Facebook'taki dini içerikli paylaşımlar hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusuna katılımcıların %35'i riyâkârlık ve gösterişe yol açmaktadır, %17,5'i muhafazakârlığın bir göstergesidir demiştir.[443]

İnanmadıkları şeyleri inanıyor gibi gösteriyorlar. (K-20-K-23-İ.F.-4. S.-Bursa-700 TL)

Dini paylaşım yapmam. Ancak çok etkilendiğim bir şey olursa belki o zaman hayırlı cumalar filan paylaşabilirim. Ama kimseye hayırlı cumalar diye mesaj atmam.

[443] Gamze Gezginci, Şevki Işıklı, "Facebook Etkisi Dindar, Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, (2018), ss. 11-133.

Bana çok gelir bu tarz mesajlar. Gönül kırıklığı olmasın diye cevap yazıyorum. Ayda yılda bir yazan akrabam veya ne zamandır görmediğim bir arkadaşım ise kırmayayım diye. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Dini amaçlı paylaşım da yapmam, takip de etmem. Herkesin dini inancı kendine bana göre. (K-30-K-24- FEF.-1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Dini amaçlı paylaşım yapmıyorum ama Twitter üzerinden takip ettiğim ilim insanları var. Bazen Youtube üzerinden videolar seyrediyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Bence din sosyal medyadan öğrenilmesi gereken bir şey değildir. Bu nedenle pek takip etmiyorum. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa -3500 TL)

Dini içerikli mesajları hiç okumuyorum, gıcık oluyorum. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Sosyal medyada dini konuları takip etmiyorum. (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3.500 TL)

Bu amaçla hiç kullanmadım. Kullanmayı da düşünmüyorum. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)

Bazı öğrenciler dinin takipçi arttırma veya daha çok tıklanma, reklam alma için alet edildiğini düşünmektedir.

Sosyal medyadaki din ve değerler ile ilgili yazıların insanların dini yönlerini kullanarak takipçisini artırmaya daha çok beğeni sayısına ulaşmak için kullanıldığını düşünüyorum. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

Kesinlikle faydalı sayfalar ve kullanıcılar olsa bile her zaman olduğu gibi dini sosyal medyada kullanan hesaplar da mevcut. Ben sosyal medyanın dini açıdan kullanım şeklinin olumsuz yönde ilerlediğini düşünenlerdenim. (K-31-K-20-FEF. -1.S.-Artvin-1800 TL)

Bazı öğrenciler, kişilerin kendi tarafını belli etme, mensubiyetini açıklama veya bir konu hakkındaki fikrini belirtme noktasında sosyal medyayı kullandığını, toplumsal bir olaya tepki olarak üzgün veya kızgın olduğunu belirtmenin kendilerince tepki olduğunu, gerçek hayatta bunun karşılığının olmadığını, hatta akrabasının ölümünü bile bu konuya alet edip malzeme olarak kullananların bulunduğunu, şu kadar hatim okuyoruz siz de katılın her beğeni bir bismillah gibi söylemlerle din gibi kutsal bir mevzunun buraya yakıştırılmasının yanlışlığını belirtmişlerdir.

İnsanlar boşluklarını doldurmak için ya da a partisi, b partisi mensubu olduğunu bu şekilde gösteriyorlar. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Sosyal medyada insanlar çok samimi değil. İnsan çok üzgündür, üzgün olunca burada paylaşım yapmaz ama buradaki insanlar üzgün olduğunu bile "ben üzgünüm" diye işte suratları çekiyorlar filan. Hâlbuki üzgün olan insan bence hayatla bağlantılarını koparır. Üzgün olmasını bile bir haber haline getirebiliyorlar. (K-03-K-21- FEF- 1.S.-Çorum-600 TL)

Eskiden biz birinin öldüğünü diyafonla camiden hoca okuduğu zaman öğrenirdik ama şimdi insanlar sosyal medyadan "işte şu öldü cenazesi buradadır" "şu kadar işte tevhid çekiyoruz, salavat getiriyoruz, hatim indiriyoruz" gibi paylaşımlar yapıyorlar.

Bunun samimi olduğunu, doğru olduğunu düşünmüyorum ve bana bu şekilde dua talebiyle gelenlere katılmıyorum dediğim gibi ben zaten her gece tüm insanlığın iyiliği için dua eden bir kişiyim. (K-03-K-21- FEF-1.S. Çorum-600 TL)

Gezginci ve Işıklı (2018) tarafından "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz Dini İçerikli Paylaşımlar" adlı çalışmada 200 kişilik örneklem grubuna "dini paylaşımlarda bulunmak size hangi sosyo-psikolojik durumu sağlıyor?" sorusu sorulmuş katılımcıların %35'i dini inançları açıklama hakkı ve özgürlüğünü yaşama, %28'i manevi olarak iyi hissetme, %20'si aynı duygu ve düşüncedeki insanların iletişim halinde olması, %13'ü irşad ve tebliğde bulunma(dini yayınlaştırma) duygusu, %4'ü ise iyi bir şey yaparak sevap kazanma olarak belirtmiştir.

Öğrenciler, sosyal medyanın din ve değerler açısından uygun zemin olmadığını belirtmektedir. Burada insanların samimi olmadıklarını, takipçi arttırmak veya insanlara kendilerini farklı göstermek, imaj çizebilmek, taraftar toplayabilmek adına bu tarz konuları kullandıklarını ama aslında gerçek yaşantılarında bunu yaşamadıklarını belirttiklerini görmekteyiz.

2.1.5. Sosyal Medya Üzerinden Yardım

Öğrenciler sosyal medya üzerinden yardım etme konusuna şüpheyle yaklaşmaktadır. Sanal bir ortam olması sebebiyle kişilerin beyanlarının doğru olup olmadığı hususunda netlik olmadığı ve yapılan yardımın yerine ulaşıp ulaşamayacağı konusunda kuşkuları olduğu için bu yöntemi pek tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

Birisine yardım etmedim. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-Hatay-700 TL)

Sosyal medya üzerinden herhangi bir kimseye yardım etmedim. (K-05-K-22- FEF.-1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Sosyal medya insanlara yardım etmedim. (K-06-E-24- FEF- 1.S.-Bursa-1500 TL)

Hayır etmedim. Çünkü doğruluğundan emin olmadığım konularda yardım etmeyi doğru bulmuyorum. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Sosyal medyadan insanlara yardım etmedim. Güvenilir bulmuyorum. (K-39-K -21-E.F-1.S.- Bursa-3500 TL)

Sosyal medyanın insanları Kürt- Sünni vesaire gibi ayrıştırmaya çalıştığını düşünüyorum. Ama kendisi kesinlikle yardıma ihtiyacı olan insanların etnik kökenine ya da işte mezhebine dinine bakmadan her şekilde kimin ne ihtiyacı varsa onlara yardım etmeye çalışıyorum. (K-04-K-21- FEF -1. S.-Bursa-2000 TL)

Birisine yardım etmedim. Kim olduğu belli değil, hırsız mı katil mi? Tanımadığım birine niye yardım edeyim? (K-08-E-22- Z.F.- 4. S.-Muğla-1000 TL)

Çok kişiye yardım ettim ama sosyal medyadan asla. (K-09-E-21- İ.F.-1.S.-Ankara-200 TL)

Sosyal medyadan yardım kampanyalarına katılmış olan öğrencilerimiz Kızılay'a bağışta bulunduğunu, Afrika'da su kuyusu açtırdıklarını, kitap topladıklarını ve köy okullarına gönderdiklerini veya deprem sel gibi doğal afetlerden etkilenen kişilere yardım edebilmek için katkıda bulunduklarını belirtmişlerdir. Burada dikkat edilecek husus sosyal medyadan yardım kampanyalarına desteği veren kişilerin daha çok toplumsal konularda duyarlılık gerektiren hallerde yardım etmeleridir. Yani bireysel taleplerde kişiler şüpheyle yaklaşmaktadır. Ancak zor durumda bulunan kişilere yardım edilme noktasında bir kenetlenmenin en hızlı ve en etkili gerçekleştirildiği yer sosyal medya olmaktadır.

Bazı öğrencilerimiz ise, sosyal medyadan yardım ettiklerini, önemli olanın niyet olduğunu, bu yardımın bazen bilgiyi, bazen bir duyuruyu paylaşmak, bazen hayvan hakları, bazen bir kitap toplama, bazen su kuyusu açtırma veya belli bir konuda imza toplama gibi farklı şekillerde gerçekleştiğini ifade etmişlerdir.

Evet ettim. (K-10-K-27- Keles MYO-1.S.-Bursa- 900 TL)

Yardım ettim ama çok değil nadiren ettim. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Evet ettim. Elazığ depreminde, bir okul için para toplanırken, bir arkadaşa destek olunacak diye…(K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Birkaç sefer teşebbüs ettim ama ben yardım edebileceğimi söyleyene kadar hallolmuştu. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Ben genelde sosyal medyada hayvan sevgisi ile ilgili sayfaları takip ediyorum ve onlar için de çeşitli yardım kampanyalarına katıldım. (K-03-K-21- FEF-1.S.-600 TL)

Öğrencilere kitap dağıtımı gibi yardımlarda bulunuyorum. Eğer sosyal medya üzerinden bu tarz taleplerle karşılaşırsam. Örneğin, ders çalışmaları için blok oluşturuyor ya da onlara bir şekilde ihtiyaçlarını tespit etmeye ya da onlara tedarik etmeye çalışıyorum. Bu tarz etkinlikler için sosyal medya kullanan bir insanım. İhtiyacı olan kişilere destek vermeye çalışıyorum. (K-04-K-21- FEF- 1. S.-Bursa-2000 TL)

Yardım ettim. Çok zaman insanlara maddi yardımda da bulunmuştum. Hayvan sever olduğum için hayvanlara yardım etmişliğim oldu, bilgi ve gördüğümde destek olduğum zamanlar oldu. Bu anlamda sosyal medyanın yardım kampanyaları için çok faydalı olduğunu düşünüyorum. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Evet ettim. Sosyal medyada dini bir vakfın yetimler için kermesi olduğunu duydum. Katkım olsun diye bilet alıp gittim. (K-16-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-400 TL)

Evet ettim. www.change.org. favori sitem. (K-17-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-1500 TL)

Evet. Suriyelilerin kendi topluluğunda yardım kampanyası vardı. İhtiyaçlar için bağış toplanacaktı. Destek verdim. (K-19-K-23- FEF.-3.S.- Suriye-600 TL)

Maddi olarak hayır, ama dini anlatmak, sorularına cevap bulabilmek için ettiğim oldu.

Yanlış bildiği bir şey varsa mesaj atıp anlatmaya gayret ettim. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Evet. Sudan'da öğretmenlik yapan biri vardı. Bir WhatsApp grubunda. Oranın resimlerini, açlığı, sefaleti paylaştı. Harçlığımı, çalışıp kazandığımın bir kısmını gönderdim. Bir su kuyusu açıldı. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Evet ettim. Valilik onaylı yardım toplama belgeleri olanlara ettiğim oldu. (K-31-K-20-FEF.- 1.S.-Artvin-1800 TL)

Kimi öğrenciler de yardımı sadece maddi olarak yapmadıklarını, bilgilerini, görgülerini paylaşarak veya zor durumda olan kişilerin seslerini duyurarak veya ilgili kurum veya kuruluşların duymasını sağlayarak da yardım ettiklerini belirtmişlerdir.

Bir ilahiyatçı olarak doğru cevap vererek yardımcı oldum. (K-95-E-25-İ.F. 4. S. Bosna-750 TL)

Ben İlahiyatçı olarak bana sorulan bazı soruların cevabını verdim.

Yani manevi olarak yardım ettim. (K-96-E-25- İ.F. 4. S. Kosova-650 TL)

Eskiden Facebook'ta insanların şu fotoğrafımı beğenir misin, şu durumumu beğenir misin? Mesajlarına, isteklerine yardımcı oldum. Onun dışında büyük bir yardım dileği almadım. Alsam da artık yardım etmeyi düşünmüyorum. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)

Yardım etmedim fakat yardım olur mu bilmiyorum. Bizde fakültede bir topluluk bünyesinde yaptığımız oldu. Özür diliyorum fakülte değil, ben Bursalıyım aslen. Dağ Der bünyesinde. Uludağ Gençlik olarak köylere gidip oradaki öğrencilerle ilgilenmiştik. Bunun sosyal medya üzerinden duyurusunu yaptık. Oradan gelen kitap vs. yardımları kabul etmiştik. Bu sayılırsa birkaç defa yapmıştık. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Evet ettim. Bursa'daki yurtlar için hiç tanımadığım birisi yardım istemişti. Ben de ona yurt bulmuştum (K-40-K-19-E.F.-1.S.-1.S.-Rize-3.500 TL)

Yardım etmedim. Tanımadığım insanlarla iletişime geçmiyorum. Sanal arkadaşlıklar falan saçma geliyor. İmza için mail atıyorlar, maddi bir şey değil ama imza atarak destek veriyorum (eğer o soruna katılıyorsam). (K-37-K-19-E.F.-1. S. K. Maraş-500 TL)

Daha önce inançsız bir adamla konuştuğum oldu. Fakat onu ikna edemedim. (K-35-K-19- E.F. -1. S.-Mersin-600 TL)

İnsanları bilinçlendirme çabası içerisinde ve bu tarz sayfaları takip ediyor ve bu tarz paylaşımları da insanları özendirmeye çalışıyorum. Çünkü insanlar bazen yardım etmek istiyorlar ama güvenilir bir platform bulamıyorlar ya da böyle bir sayfa gördükleri zaman başkalarına önerebiliyorlar ya da kendilerinde böyle bir istek uyanabiliyor. O yüzden zaman zaman bu tarz paylaşımlar yapıyorum. (K-04-K-21- FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Şu şekilde yardım ettim. Mesela birisi birine ulaşmaya çalışıyor, işsiz. Devlet büyüklerine veya bir ünlüye ulaşma çabası varsa. Onu paylaşarak trend topic olması için uğraşırım. Eğer gerekçesi varsa ve yalan söylemediğine ikna olduysam elbette…Benim elimden gelen yardım budur. Çünkü benim mantığıma göre önce yardıma ihtiyacı olan çevremizdeki kişilere yardım etmeliyiz. Mahallemde yardım edilecek birisi varsa elbette İnstagram'dakine Twitter'dakine sıra gelmez. Sadece duyuru için paylaşıyorum. (K-15- K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Maddi olarak hayır. Sorulara cevap verdim sadece. Babam imam olduğu için dinle, İslam Hukuku ile ilgili çok soru gelir. Ne yapalım, nasıl davranalım derler. Yardımcı olurum. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Sosyal medya üzerinden YKS ve LGS sınavlara hazırlanan öğrencilere yardımcı oluyorum. Soru atıyorlar, ben de çözüp anlatıyorum. Burada hiçbir menfaatim yok, yardımcı olmak ve kendimi geliştirmek amacım. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

Evet dini bazı konularda eksikliği olan kişilerle belli deliller ölçüsünde aydınlatmaya çalıştım. Bazı kozmetik sayfalarında da ürünü kullandıysam fikir belirtir, gelecek kullanıcılara fikir sağlar, böyle yardım ederim. (K-34-K-19-E.F. -1. S.- Zonguldak-450 TL)

2.1.6. Belli Sayıda Kişiye Gönderilen Dilekler

Araştırmaya katılan öğrenciler çoğunlukla belli sayıda kişiye gönderilen dilekler hakkında olumsuz yorumlarda bulunmuşlardır. Özellikle belli sayıda kişiye gönderilen dileklere inanmadıklarını, paylaşmadıklarını, katılmadıklarını, umursamadıklarını, saçma ve komik bulduklarını belirtmişlerdir.

Belli sayıda mesajın kişilere gönderilmesi ile ilgili olarak öğrenciler bunun yapılma sebebini şöyle sıralamışlardır: *İmân gücünü test etmek, sosyal medyanın kendini din üzerinden sunma yolu, gençlik döneminde yaşanan korkular, dinimizde sayıyla dua etmenin bulunması*dır. Öğrencilerin büyük bir kısmı, *bu tarz paylaşımların eskisi kadar yaygın olmadığını* ama bunların *daha çok kişilerin İmân gücünü ölçen hususlar* olduğunu, kişiler eğer *genç veya bilgisiz ise bu tarz paylaşımları daha çok yaptıklarını* belirtmektedir. Bir kısım öğrencimiz ise *sayıyla duanın dinimizde bulunması sebebiyle paylaşım yaptığını* belirtmiştir.

Bu tür mesajlara gerçekten çok fazla sinir oluyorum, insanların İmân gücünü zayıflatmak için belli başlı insanların yaptığı test olarak görüyorum ve asla paylaşmam (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Hayır paylaşmam. Bunlar kesinlikle batıl inanç ve sosyal medyanın kendini din uzerinden sunma yoludur. (K-34-K-19-E.F.-1. S.- Zonguldak-450 TL)

Ergenlik zamanlarımda korkup paylaşmıştım. Ama şimdi olsa asla paylaşmam. İnsanları etkilemekten başka bir şey olduğunu düşünmüyorum. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)

Hayır, eğer bunu yaptıysam da 10-11 yaşlarında yapmışımdır. Belli bir yaşa gelmiş insanların bunlara körü körüne inanması da beni gerçekten hayrete düşürüyor. (K-31-K-20-FEF.-1.S.-Artvin- 1800 TL)

Sayıyla dua dinimizde var. Ama ben sayıya takılmıyorum. Bir tane bile içten edilen dua bence 1000 salavatın değerinden farklı mıdır? Bence burada önemli olan samimiyet. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Sayıyla paylaşıma katılmayan öğrencilerimizin katılmama sebepleri arasında *samimiyetsizlik, mantıksız bulma, komik, saçma bulma, doğruluğuna inanmama,* son olarak da e*dilen duanın kişinin hayrına mı, şerrine mi olduğunu bilmediği* için sorumluluk almama düşüncesidir. *Eğer bir şey isteyeceklerse Allah'tan isteyeceklerini* belirtmişlerdir.

Burada edilen duaların dileklerin belli bir sayıya ulaşmanın, halka oluşturmanın olduğuna inanmıyorum (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-Hatay-700 TL)

Sosyal medya sayesinde şu kadar kişiye gönderirsem duanız kabul olacaktır gibi zincirlere katılmam. (K-03-K-21- FEF-1.S. Çorum-600 TL)

Belli sayıda kişiye ulaşma, halka zincir gibi bu tarz şeylere asla inanmam, mantıksız gelir. Paylaşmazsam da kesinlikle bundan rahatsız olmam, hatta bunu umursamam bile. (K-04-K-21- FEF- 1. S.-Bursa-2000 TL)

Burada böyle bir halka oluşturma, zinciri oluşturma gibi görüşlere inanmıyorum ve bunları paylaşmam (K-05-K-22- FEF.- 1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Dileğin kabul olacağına inanıyorum şeklindeki anlayışlar bana çok komik geliyor. Hatta zincir kurulması, halka oluşturulması bence çok saçma. Ben bir deistim. Bütün dinler benim için çok önemli. Çünkü bütün dinler kültürel olarak gelişmiştir, yani Budizm gibi Bu bir yaşam tarzıdır, yani bu tarz insanların kıyafetleri, yemek kültürü, yaşam stili dinle bütünleşmiştir. Bu insana başka bir din söylediğinizde bu insan mutlu olmaz, dolayısıyla her insanın mutlu olduğu bir dini yaşaması gereklidir. (K-06-E-24- FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Ben Lösev'in sayfalarını takip ederim kanserle ilgili sayfaları okurum, hayvanseverlik ile ilgili paylaşımları takip eder ve paylaşırım ama belli sayıda şunu ulaştırın, bakın işte şu olunca bu olur gibi paylaşımlara asla katılmam beğenmem ve bu bende kesinlikle bir baskı ya da vicdan rahatsızlığı yapmadı. (K-07-K-21-FEF.- 1.S.-Bursa-1500 TL)

Burada edilen duaların, dileklerin belli bir sayıya ulaşmanın, halka oluşturmanın olduğuna inanmıyorum, saçma, katılmıyorum. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Burada edilen duaların, dileklerin, belli bir sayıya ulaşmanın, halka oluşturmanın olduğuna inanmıyorum, saçma, katılmıyorum. (K-09-E-21- İ.F.-1.S.-Ankara-200 TL)

Hayır saçma buluyorum. Bir şey isteyeceksem böyle şeylerle uğraşmam Allah'a dua ederim. (K-35-K-19- E.F. -1. S.-Mersin-600 TL)

Asla paylaşmam. Komik ve saçma şeyler. Genelde yaşı küçük akrabalarım veya yaşlı tanıdıklarım gönderiyor, mesajı okumuyorum, görüldü atıyorum. (K-37-K-19-E.F.-1. S. K. Maraş-500 TL)

Asla. Bu çok mantıksız ve dinin mantığına da uymuyor. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Yaa ama bu gerçekten çok komik. İnsanlar bunu nasıl benimsiyorlarsa bana da geliyordu. Bana denk geldikçe sık sık uyarıyorum insanları böyle bir şeyin olmadığına dair. Tabi ki göndermiyorum. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Sayılı şeylerden uzak duruyorum. Sayılı olunca bu kişilerin takibi zor. Sahih hâdis var. 70 kere okursan bu olur dendiğinde, sonucunu benimsemek zorunda kalıyoruz, evlilik gibi, iş gibi… Ben böyle bir konuda sorumluluk alamam, yükümlülüğünü taşıyamam. (K-15- K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

En haz etmediğim mesaj kategorisine giriyor. Tamamen gereksiz ve batıl buluyorum. (K-44-K-19 E.F.-1. S.-Bingöl-1000 TL)

Paylaşmıyorum. Yalnızca Allah'a dua ediyor ve her şeyin gerçekleşmesini ondan biliyorum. Böyle şeylerin batıl ve hurafe olduğunu düşünüyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Öğrenciler, bu tarz paylaşımların eskisi kadar yapılmadığını, duanın Allah'tan istenmesi gerektiği, bu tarz zincir halka oluşturmanın hurafe olduğunu, bir çeşit dijital ibadet gibi kabul edilmekle birlikte samimi bulmadıklarını belirtmişlerdir.

Demirkol tarafından 2019 yılında yayımlanan "Dinî Bir Tutum Olarak Yardımseverlik" adlı çalışmada, dinin esasen bir prososyal yaklaşım olarak insanlara yardım etmeyi hangi oranda desteklediğini ve bunun insanda fıtri olarak dönüşünü nasıl sağlayacağını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu bağlamda dinsel öğüt, kıssa ve menkıbelerin dindar insanlar üstünde farklı tesirler ortaya koyduğu sonucuna varılmıştır.

Bu durum, dindar insanlarda dinsel tutumun bilişsel, duyuşsal ve davranışsal etmenlerin farklı şekillerde seyrettiği ve gelişme gösterdiğini ortaya koymaktadır.[444]

2.1.7. İçerik Türü ve Paylaşım Sıklığı ve Demografik Özellikler

Öğrenciler toplu mesajları öncelikle *doğal afetler yaşandığında, kandillerde, cuma vakitlerinde ve bayramlarda* daha çok paylaşmaktadırlar. Özellikle cuma vakitlerinde ve bayramlarda, kandillerde gönderilen mesajların özenmelere neden olduğu ve bu özenmelerin insanlarda daha çok toplu mesaj gönderme isteği oluşturduğunu belirtmişlerdir.

> *Ya da ülkenin kötü durumlar geçirdiği doğal afet, deprem, sel, çığ vs örneğin korona virüs salgını gibi dua ve zikir mesajlarına oldukça başvuruluyor diye düşünüyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)*
>
> *Kandil günlerinde tebrik mesajları ve dua mesajları geliyor. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)*
>
> *Cuma günleri "cumanız mübarek olsun" paylaşımları. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)*
>
> *Biri paylaşınca insanların özenmesine neden oluyor. Mesela insanların cuma günleri cuma mesajı göndermeleri, bayramlarda bayram mesajları. Bunların çoğu özenme duygusuyla başlıyor bence. (K-46-K-18-FEF-1. S.-Bartın-500 TL)*
>
> *Her zaman Cuma mesajları paylaşılıyor. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)*

2.1.8. Yapılan Paylaşımların Demografik Özelliklerle İlgisi

Yapılan paylaşımların demografik özelliklerle olan ilgisi incelendiğinde katılımcıların bir kısmı demografik özellikler ile *ilgisi yok* şeklinde belirtirken, bir kısmı yapılan paylaşımların *demografik özellikler ile ilgisi var* şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Bulut tarafından 2012 yılında yayımlanan Gazi Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimleri adlı çalışmada kız öğrencilerin iyilikseverlik, uyma ve güvenlik eğilimlerinin erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.[445]

---

[444] Melih Demirkol, "Dinî Bir Tutum Olarak Yardımseverlik", *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,* (2019), ss. 211-232.

[445] Safiye Sarici Bulut, "Gazi Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimleri", *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi,* (2012), ss. 216-238.

Karaalp tarafından 2019 yılında Kur'an'da Örnek Genç Modeli adlı çalışmada Kur'an'ın gençlere verdiği değeri ortaya konulmuş ve gençlerin yetişmesinde Kur'an'ın yol göstericiliği işlenmiştir.[446] Kur'an-ı Kerim'de namus, ahlâk, iffet sahibi örnek kişiler ile Hâbil ile Kâbil gibi olaylara da yer verilerek iyi ve kötü davranış anlatılmaya çalışılmıştır. Kur'an-ı Kerim'de gençler tasvir edilirken onların toplumsal olaylarla ilgilenen ve insanlara yardım eden yönlerine dikkat çekilmektedir.[447] Bu nedenle dinimizi sadece İmân noktasında anlatıp hayatın genelinden uzak tutulacak bir husus olarak anlatmak yanlıştır. Din ile hayat birbirinden ayrı şeyler olmadığı gibi, gençlik döneminin arayışı sorguları ve bunlara cevap verecek örnek kişiler ve olayların hepsi dinimizde, kitabımızda ve peygamberimizin yaşantısında mevcuttur.

Demografik özellikler ile ilgisi olmadığını belirten katılımcılar, kendilerini şaşırtan paylaşımlarla karşılaştıklarını, buradan demografik bilgiler hakkında sağlıklı bilgi edinmenin zor olduğunu belirtmişlerdir.

> *Paylaşılan içeriğin kimi zaman kimlik ve kişilikle doğrudan ilgisi olduğu gibi kimi zaman uzaktan yakından alakası bulunmamaktadır. Bir insan birden fazla kimlik sahibi olabiliyor bazen sosyal medyada. Bazen demografik özellik ve paylaşacaklarını tahmin etmek mümkün olsa da çoğu zaman mümkün değildir. 60 yaşındaki bir teyzenin WhatsApp durumunda ne paylaşacağını tahmin edebiliyorum. Fakat genç ve yetişkin gruplarının ne paylaşacağının içeriğinin ne tarz olduğunu ve olacağını tahmin etsem dahi şaşırtıcı bir sonuçla karşılaşabiliyorum. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)*
>
> *Paylaşımlar üzerinden ben kişilerin sosyal kültürel yapısını bilemem. Çünkü bilerek hatalı yazan insanlar var. Örneğin thank you yazacağız. Bunu bildiğiniz Türkçede okunuşu şeklinde yazıyor. Bunu bir hata gibi düşünebilirsiniz bunu ilkokul mezunu birisi yazmıştır ya diyebilirsiniz ama adam harbi üniversite mezunu, bilerek böyle yazıyor. Dolayısıyla bence oradaki paylaşımlardan kişilerin sosyal kültürel yapısı ya da eğitim durumu hakkında bilgi sahibi olamayız*
>
> *Öğrenciler sosyal medya paylaşımlarına bakarak kişilerin demografik bilgisi, dünya görüşü, siyasal düşüncesi, eğitimi, mesleği, yaşı, memleketi vs bilgilerin edilebileceğini belirtmiştir. Kişilerin kimliklerini paylaşımlarından az çok tahmin*

[446] Cahit Karaalp, "Kur'an'da Örnek Genç Modeli", *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, (2019), ss.180.

[447] Şuayip Özdemir, Rahime Kavak, "Kur'an ve Hadislerde Gençlik Dönemi ve Özellikleri", *Turkish Studies*, (2018), s. 1219.

edebilen katılımcılar Bunları özellikle kullandıkları yazılardan yani yazım yanlışlarından ayrıca mesleklerini tahmin edebiliyorlar Bir sporcu örneğin spor müsabakaları paylaşılıyor Bir de ayrıca gezmeyi seven birinin de gezi fotoğraflarını paylaştıklarını söylüyorlar. Öğrenciler kişilerin kullandığı kelimelerden, yazım ve noktalama kurallarına riâyet edip etmediğinden, gündemdeki konulara yaklaşım şeklinden, paylaştığı şarkı, resim vs, den kişilerin bilgilerini tahmin edebileceğimizi, modayı seven kişilerin alışveriş resimleri paylaştığını, Doğu Türkistan paylaşımı yapan birinin muhafazakâr çizgide olacağı veya serbest meslekte çalışan bir kişinin her daim paylaşım yapabilmesi yanında bir askeri personelin ancak haftada bir paylaşım yapabileceği gibi ayrıntıları belirtmiştir.

Biz mesaja göre kişilerin demografik bilgilerini, eğitimini v.s tahmin edebiliriz. Burada insanların bu tarz paylaşımlarda bulunmasının bu dualara katılmasının bir alışkanlık olduğunu düşünüyorum ama ben bunlara katılmıyorum. (K-05-K-22-FEF.-1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Sosyal medya hesaplarındaki mesajlara bakarak kişilerin kimliklerini az çok tahmin edebiliyorum. Genellikle cahil insanlara bu tarz paylaşımlarda bulunduğunu görüyorum hatta bazı arkadaşlarımın telefonun galerisinde gül çiçek resimleri bulundurduğunu, bunu her cuma hayırlı cumalar mesajı şeklinde attığını, hatta bir arkadaşımın istisnasız aynı mesajı aynı çiçeği her cuma bana attığın da şahit oldum, hatta bir gün dayanamayıp bunu sordum neden aynı mesajı ben sana hiç cevap vermediğim halde her cuma atıyorsun demek zorunda bulundum (K-06-E-24- FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

İnsanların paylaşımlarına baktığım zaman onların ilkokul terk mi ya da daha bilgili mi olup olmadığını anlayabiliyorum. Adam bir Türkçe konuşuyor, eğitimi oradan belli oluyor. Bu kadar yazım yanlışı olur mu? senin yüzünden Türkçe yazmayı unuttum diyorum o kişileri görünce…

Evet anlaşılıyor. Mesela arkadaşımız var. Yeni bir şey aldı mı paylaşmadan duramaz. Onun paylaşımlarına bakınca anlarsınız süse püse düşkünlüğünü. Ancak bazen de diyorum ki bunları nasıl paylaşıyorlar. (K-30-K-24- FEF.-1. S.-Türkmenistan- 500 TL)

Eğitim seviyeleri, dini ve siyasi görüşlerini tahmin edebiliyorum. savunduğu görüş veya yorumlarda okuyorum araştırmadığı, konuyu bilmediği çok belli. Veya sürekli paylaştığı bir içeriğe göre o içerikle alakalı şeyleri o kişi üzerinde düşünüyorum

elbette. Bazen bir insanın paylaştığı veya s.a.sunduğu şeyler yüzünden o insandan soğuyabiliyorum. (K-37-K-19-E.F. -1. S.- K. Maraş-500 TL)

Eğer soruyu doğru anlamışsam ilgisi olduğunu düşünüyorum. Örneğin ilahiyatçı veya dindar bir aileden gelen biri daha çok dini içerikli paylaşımlar yapabilir. Okul öncesi öğretmenliği bölümü kazandıktan sonra ben de bölümümle ilgili ilgimi çeken bir şey gördüğümde paylaşabiliyorum. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Kesinlikle mümkün olduğunu düşünüyorum. Nasıl ki kitap okuyan ve okumayan insan cümlelerinin yapısı, konuşma tavrı ve tarzıyla kendini ele veriyorsa bu durumda öyle. Yapılan paylaşımlar ve yazılan yazıların kişinin aynası olduğunu düşünüyorum. (K-44-K-19 E.F.-1. S.- Bingöl-1000 TL)

Evet var. Kişi nerde olursa olsun kendi geldiği ve yetiştiği ortamı çok açık belli edebiliyor. Bu konuda tahmin mümkündür. (K-46-K-18-FEF-1. S.- Bartın-500 TL)

Kişilerin yaşı, yaşadığı coğrafya onların dindarlıklarını bile etkiler. Elbette ki köyde yaşayan birinin Starbucks'ta içtiği kahveyi paylaşması beklenemez. Ama sosyal medyanın da kullanımının yaygın olması bu durumu değiştiriyor ve global hale getiriyor. Haliyle kesin yargılarda bulunmak mümkün değil. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

İnsanların paylaşımlarına baktığım zaman onların, ilkokul terk mi ya da daha bilgili olup olmadığını anlayamayız. Bir insanın Türkçe'deki dil bilgisi hatası yapması onu eğitimsiz yapmaz bazen çok yüksek mevkilerde bulunan insanlar bile yanlış yapabiliyor. Burası Türkiye Bir insanın yapmış olduğu paylaşımdan cinsiyetini anlayamayız ama yaşını çocuk mu, ergen mi, yetişkin mi, yaşlı mı anlamak mümkün olabiliyor bazen. (K-33-E-19- E.F. -1. S.- İzmir-500 TL)

2.1.9. Sosyal Medya ve Mahremiyet:

Sosyal medyanın mahremiyeti etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa nasıl etkilediği sorulmuştur.

Sosyal medyanın mahremiyeti olumsuz etkilediği yönünde düşünen öğrenciler, kimsenin kimseye güveni kalmadığını, kendi hayatlarını sosyal medyadan izlediklerini, mahremiyet ihlali yapıldığını, aile içinde olan ne varsa sosyal medya hikâyelerinde paylaşıldığını, kişilerin olumsuz hasletlerinin artmasına zemin hazırladığını, herkesin her şeyinin, hatta bazı hocaların bile mahreminin kalmadığını, hatta Tik Tok denilen mecrada herkesin videosunun bulunmasından duydukları rahatsızlıkları, ölüm hastalık gibi insanların özel hallerinin bile buradan paylaşıldığını belirtmektedirler.

Olumsuz. Kimsenin kimseye güveni yok. Çiftler birbirine şifrelerini veriyor. Kontrol ediyor. Özel hayat yok. Eşler arasında sadakat de yok. Belki mahremiyete etkisi mi bilemiyorum ama yurtta duşa girdim. Telefonu açmadım yarım saat diye, ailem tüm yurdu ayağa kaldırmış. Herkesin aklına kötü olumsuz şeyler geliyor ve herkes herkese her an ulaşabilmek istiyor. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

İnsanlar kendisi gibi olan insanları gördüğü zaman mutlu oluyor ve bu paylaşımları yapıyor sırf kötü amaçlı kullanan insanları da gördüm, bu nedenle sosyal medyada namus kavramını ve mahremiyeti kötü etkilediğini düşündüğüm için de bir anlamda sosyal medya kullanmaktan vazgeçtim. Özellikle askeri camia gibi erkeklerin bulunduğu yerlerde bu tarz mecralar cinsellik aracı olarak kullanıldığı için ben hoşlanmadığımdan artık sosyal medya kullanmayı bıraktım. Bence sosyal medya ile güzellik, estetik gibi kavramları bozduğuna şahitlik ettim. (K-06-E-24- FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

Öğrencilerin burada belirtmiş olduğu güzellik kavramı felsefecilerin, mutasavvufların anlamını irdelediği güzellik değil, görsel anlamda beğenilme, öne çıkma haliyle vücud bulmuş şeklidir. Bir anlamda nesneleşme, metalaşmadır. Bu nedenle pek çok estetik merkezinin kapısı çalınmakta, kozmetik ürünleri kapışılmakta, tektipleşmeyi veya merdiven altı yerlerde sağlığını tehlikeye atmayı bile göze alacak derecede gençler, estetiğe, güzelliğe, niceliğe önem verir hale gelmişlerdir.

Genel manada etkisi var. Mahremiyet sınırları çok kolay aşılabiliyor. Tehlikeli bir mecra olduğunu düşünüyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Sosyal medyada mahremiyet gizli tutulmalı (K-95-E-25-İ.F. 4. S.- Bosna)

Olumsuz etkilediğini düşünüyorum. İnsanlar her ne varsa yaptıklarını paylaşıyorlar. Evini, işini, eşini, bunlarla ne yaptığını. Bunların gereksiz olduğunu ve kişiye özel kalması gerektiğini düşünüyorum. (K-46-K-18-FEF-1. S.- Bartın-500 TL)

Bence daha çok tarafları bir araya getiriyor. Ve anlık duygu yükselmeleri sağlıyor. Genel itibariyle iyi olan hasletlerde kalıcı bir etki yaratmadığını fakat gariptir ki kötü hasletleriyse pekiştirdiğini arttırdığını düşünüyorum. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.- Trabzon- 400 TL)

Sosyal medya gerçekten çok kirli bir yer bu konuda. İnsanlar evinden tutun yatak odasına kadar çekmekte sorun görmüyorlar sözde takipçileri için. Bebeklerinin en özel anlarını, gelecekte gördüğünde utanacakları fotoğraflarını paylaşmaktan çekinmiyorlar.

Özel hayatımızda başkası çekecek olsa kızacağımız, hatta dava açılacak şeyleri çekip atmaya utanmamak günümüz popüler dünyasının ve medyanın en kirli yönlerindendir. (K-34-K-19-E.F-1. S.- Zonguldak-450 TL)

Öğrencilerin bir kısmı mahremiyet konusuna özelde ise anne babaların çocuklarının mahremiyetine gereken önemi vermediği konusunda görüş belirtmişlerdir.

Mahremiyet konusunda da en çok dikkatimi çeken, anne babaların çocuklarının fotoğraflarını paylaşıyor. Bu durum beni çok rahatsız ediyor. Fotoğraf biriktirme huyum var. Bir misafir geldiğinde ya da herkesin önünde açıp koymuyorsam, çok sevdiğim biri ise, müstesna tabi. Eğer ben paylaşmıyorsam anne babalarda bunu yapmamalı diye düşünüyorum. Çocuk bir şey yiyor, onu paylaşıyor. Bir yere gidiyor, onu paylaşıyor. Hoşuma giden bir şey değil. Mahremiyet çok fazla ihlal ediliyor. Bir de başka bir insanı çekiyor. Oturuşundan kıyafetinden dolayı. O insanın haberi dahi yok. Rahatlıkla sosyal medyaya atabiliyor. Bunu özellikle gençler yapıyor. Çok fazla alay konusu yapılıyor. Bir sıra çok korktum. Bir program vardı sanırım adı Tik Tok. Oralarda video çekiyorlar bizi de çekecekler diye. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Sayfasına göre olumlu veya olumsuz etkiliyor diyebilirim. Sadece Müslümanları kabul eden birisine olumsuz etkiliyor diyebilir. Ancak tüm insanlara ve tüm dünyaya eşit mesafede olmalılar. Müslüman siteleri var, nasıl Müslüman olur gibi faydalı noktaları var aslında. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Öğrencilerin bir kısmı ölüm, hastalık gibi acının yüksek olduğu ve en çok hassas davranılması gereken zamanlarda fütursuzca yapılan paylaşımlar konusunda olumsuz görüş belirtmişlerdir.

Olumsuz etkiliyor. Huzurevine gidiyorlar, ölümü hastalığı paylaşıyorlar. Bunlar kişilerin özelidir. Huzurevine gitsem mesela benim paylaşacağım tek şey oradaki birinin yüzündeki gülümsemedir. Insanlar çok marjinal, inanılmaz şeyler yapıyor. Ben 11 yaşındayken anneannemi kaybettim. Benim için büyük bir yıkımdı. Sosyal medya yoktu o zaman. Olsaydı paylaşır mıydım, hayır… O acıyla insan onu nasıl düşünebilir? Kefenle foto atan var. Yakınının o halini paylaşılır mı? Bence güzel anılar paylaşılmalı. Hastalık, ölüm, bunlar mahremdir, alet edilmemelidir. (K-15-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Çok fazla olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum. Saçma sapan hareketler, çıplaklık, kötü içerik, yanlış düşünceler vs. neslimizi kötü etkiliyor. Kafalarında tamamen özgür, her şeyi yapabilirim düşüncesi oluşuyor. Her şeyin normal bir

şeymiş gibi karşılanmasına neden oluyor ve insanları o yönde gitmeye yönlendiriyor. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

Sosyal medyanın mahremiyeti kötü etkilediğini düşünüyorum, belli başlı örf ve adetlerimiz var. Sosyal medyanın mahremiyet kavramını etkilediğini düşünüyor musunuz? Vardır. Örneğin ben Hatay'da yaşayan bir aleviyim Alevi kökenli bir aileden geliyorum. Bizde cenaze varken kadınlar namaz bile kılmazlar idi oysaki akrabası öldüğü zaman akşam Fenerbahçe maçına giden kişiler bile gördüm. Artık Hatay'da öyle şeyler görüyoruz ki annesi öldü diye fotoğraf çektiren kişiler var. Dolayısıyla mahrem bilgilerin burada paylaşılmaması gerektiğini düşünüyorum. Mahrem bilgilerin burada paylaşılmaması bence doğru. Başkasından öğrenmesi çok sağlıklı değil ama bu tarz insanların bunları öğrenip öğrenmemesi ya da hayatlarının ifşa olması çok umurlarında değil (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo - Hatay-700 TL)

Öncelikle sosyal medyanın mahremiyeti bozduğunu düşünüyorum. Bence özel, kişisel bilgiler burada paylaşılmamalı, sürekli çocuğun fotoğrafını, videosunu paylaşan insanlar görmek istemiyoruz. Bazen de bir haberi daha ilgili kişiler duymadan orada paylaşılmasının insanların kendilerini göstermek için yaptıklarını düşünüyorum. Bu işi olmayanların, başka işi olmayanların işidir diye düşünüyorum ya da kendilerini bir şekilde göstermeye çalıştıklarını düşünüyorum (K-03-K-21- FEF-1.S. Çorum-600 TL)

Olumsuz etkilediğini düşünüyorum. Mahremiyetin gizli tutulması gerekiyor. (K-39-K -21- E.F.-1.S.-Bursa-3500 TL)

Mahremiyet konusunda da en çok dikkatimi çeken, anne babalar çocuklarının fotoğraflarını paylaşıyor. Bu durum beni çok rahatsız ediyor. Fotoğraf biriktirme huyum var. Bir misafir geldiğinde ya da herkesin önünde açıp koymuyorsam, çok sevdiğim biri ise, müstesna tabi. Eğer ben paylaşmıyorsam anne babalar da bunu yapmamalı diye düşünüyorum. Çocuk bir şey yiyor onu paylaşıyor. Bir yere gidiyor onu paylaşıyor. Hoşuma giden bir şey değil. Mahremiyet çok fazla ihlal ediliyor. Bir de başka bir insanı çekiyor. Oturuşundan, kıyafetinden dolayı. O insanın haberi dahi yok. Rahatlıkla sosyal medyaya atabiliyor. Bunu özellikle gençler yapıyor. Çok fazla alay konusu yapılıyor. Bir sıra çok korktum. Bir program vardı sanırım adı Tik Tok. Oralarda video çekiyorlar, bizi de çekecekler diye. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Görüldüğü gibi katılımcılar, sosyal medyanın özellikle mahremiyet odağında olumsuz etkilerinin olduğunu düşünmektedirler. Bu olumsuz etkiler özellikle aile mahremiyetinin korunması, çocukların mahremiyetinin korunması, yenilen, içilenin paylaşılmaması gerektiği, özel hayata saygı duyulması gerektiği yönündedir. Artık insanlar kendilerinin de kendilerinin haberleri olmadan videolarının çekilip paylaşılacağı korkusu yaşamaktadırlar Bu nedenle sosyal medyanın mahremiyete etkisi olmadığını düşünen öğrencilerin sayısı oldukça azdır.

2.1.10. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Yanları

Katılımcılar sosyal medyanın insan hayatına yönelik olumlu ve olumsuz yanlarının olduğunu belirtmektedirler.

Sosyal Medyanın Hayata Yönelik Olumsuz Yanları

Sosyal medyanın olumsuz yanları noktasında öğrenciler buradaki paylaşımların *yalan olduğunu, aile, vatan, güzellik, yemek anlayışları, moda anlayışını değiştirdiğini, din ve değer algısını değiştirdiğini, insanların gösteriş yapmak veya hava atmak için kullandığını, bilgi kirliliğine neden olarak yalan yanlış şeylerin ortada dolaşmasına zemin hazırladığı* için olumsuz etkilediğini düşünmektedirler.

> *Vatan sevgisi. 15 Temmuz üzerinden gidelim, insanların bir araya gelmesine vesile olmuştu. Güzellik ve yemek kültürü maalesef tek tipleşti. İnsanların farklı bir güzellik algısı var. Farklı olmak güzeldi. Şu an herkes aynileşti. Hiç gitmedim ama Starbucks Cafe'ye gitmek kültür haline geldi. Yemek kültürü de değişti, birtakım yerler ve yenilenler paylaşılıyor. Acaba orada yemek yiyen daha mı popüler oluyor? Bunlar bana çok hitap etmiyor. Güzel bir yemek onu paylaşmak anlamına gelmiyor. Güzel bir yerdesin, o anı yaşa. Neden fotoğraf çekip paylaşmakla uğraşıyorsun? Benlik şeyler değil bunlar. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)*
>
> *Tek tip güzellik anlayışı var. Özellikle İnstagram'da fenomenler tek tip giyiniyorlar ve bizim moda, estetik, güzellik anlayışımız değişiyor. Mesela elmacık kemiklerinin çıkması, burnun kalkık olması gibi modalar türedi. Genel itibariyle olumsuz değişimler yapıyor, ancak vatan sevgisinin sosyal medyayla daha çok aşılanabileceğini düşünüyorum. Daha fazla o duyguyu hissettirmesi mümkün. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S.-Bitlis-1000 TL)*
>
> *Değiştirir. Maalesef. Sosyal medyayı yaşamının bir parçası haline getiren insanlar var. Mesela sabah namazına kalkıp ilk olarak telefonuna bakan arkadaşım var. Bir*

hocadan bahsetti yine arkadaşım. Falanca hoca ile ilgili ne düşündüğüme dair. Bende birkaç görüş beyan ettim. Zaten sosyal medya aracılığı ile biliyormuş. Zaten siz ilahiyatçılar diye başlamıştı. Şöyle de bir şey var toplumsal baskıdan dolayı insanlar görüşlerini zuhur ettiremiyor. Ya da teoride başka, pratikte başka konuşuyor. (K-45-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)

Evet değiştirebiliyor. Özellikle ergenlik ve lise çağlarında sosyal medyaya fazlaca katılması dolayısıyla ateist deist gruplarını görmeleri, bunların da sosyal medyayı aktif olarak kullanmaları ki bunlar avcı gibi insanları kendi düşüncelerine düşürmek istemeleri kişilerin din ve değerlerini sorgulamasına, bazen kendi duygu ve düşünceleri yerine onların ideolojilerine kapılıp gitmesine sebep olabiliyor. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Bu olumsuz yanlar olumlu yanları bastırmakla birlikte insanlar paylaşımları gösteriş amaçlı, kendilerini daha dindar göstermek için, hava atmak için kullanabiliyorlar. Özellikle yanlış haberlerin yayılmasına sebep olduğunu düşünmektedirler.

Sosyal medyanın benim hissettiğim çok da olumlu yanı yok. Belki de olumsuz yanları olumlu yanları bastırdığı için, bilemiyorum ama doğru kullanım önemli fakat bunu sağlamak zor. Bu sebeple verdiklerinden çok alıp götürdüklerinin daha fazla olduğunu düşünüyorum. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

İnsanların paylaşımları bazen gösteriş amaçlı olabiliyor. (K-02-K-21- Keles MYO -1.S.-Bursa-700 TL)

İnsanlar bazen kendini daha dindar göstermek için de kullanıyor. (K-13-K-21- Keles MYO -1.S.-Bursa-700 TL)

İnsanlar gösteriş yapmak, hava atmak için kullanıyor. Olumsuz yani. (K-14-E-24- Keles MYO -1. S.-Bursa-1000 TL)

Ancak bir yandan da yanlış haberler yayıldı. İnsanlar bizlere tavır aldı. Bedava yaşıyoruz, sınavsız işe üniversiteye giriyoruz gibi. (K-19-K-23- FEF.-3.S.- Suriye-600 TL)

Olumlu Yanları

Öğrenciler sosyal medyanın bilgiye ulaşmada kolaylık sağladığını, aranılan her şeyin giysi dâhil buradan bulunabildiğini, toplumsal konularda farkındalık yapmaya uygun zemin hazırladığını, toplumsal kurum ve kuruluşları takip etmeye, yardımcı olduğunu, derslere ve dil öğrenmeye yardımcı olduğunu, teknolojik gelişmeyi takip edebilmeye bazı kişilere ulaşmaya, KPSS'ye hazırlanmaya, fikirlerimizi özgürce

açıklayabilmeye, memleketimizde, ülkemizde, dünyada olup bitenden haberdar olabilmeye, hız*lıca örgütlenebilmeye yardımcı* olması sebebiyle olumlu olduğu görüşündedirler.

> *İnsanlara kendimizi daha iyi ifade edebilmek. (K-95-E-25-İ.F.- 4. S. - Bosna-750 TL)*
>
> *Ulaşamadığımız zor bilgilere kolay ulaşabiliyoruz. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)*
>
> *Bilgiye ulaşmak daha rahat oldu. Girişimciliğe ve güzel işlerin ortaya çıkmasında katkıda bulunduğunu düşünüyorum. Doğru kullanıldığı takdirde çok büyük nimet.(K-44-K-19 E.F. 1. S.- Bingöl -1000 TL)*
>
> *Giyim noktasında aradığımı buluyorum. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)*
>
> *Sosyal medyayı en iyi kullanan gruplar sayfalar da var, bunlar kişileri olumlu anlamda etkilemek bilinci uyandırmak, toplumsal farkındalık yaratmak için uğraşıyorlar. Bir anlamda Kara mizah yapıyorlar, ancak Deep Turkish diye bir grup var Türkiye'nin küfürlü rap grubu diyebiliriz. Örneğin, kendince videolar çekiyor geçenlerde yine karısını karısına şiddet uygulayan bir adam videosu çekmişlerdi. Adam eski karısını arayıp tehdit ediyordu. Burada aslında şiddeti önlemek için bir bilinç uyandırmaya çalışıyorlar ama insanlar bunu yanlış anlayıp sanki gerçekten böyle bir şey oluyormuş gibi sayfayı şikâyet etmişlerdi. Dolayısıyla bu tarz kara mizah anlayabilecek bir kitlenin de olması şarttır. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler MYO-Hatay-700 TL)*
>
> *Ancak şehir hastanesi ile ilgili bir şikâyet var diyelim ki burası herkes tarafından konuşuluyor ve Trend Topic oluyor o zaman bir toplumsal farkındalık oluşuyor ve ne yapılıyor, şikâyet gideriliyor, bu tarz faydaları olduğunu düşünüyorum. (K-06-E-24- FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)*
>
> *Ben sosyal medyada Greenpeace, İHA gibi bazı kurumları, Genç Gönüllüler gibi kurumları takip ettim, Lösev'i takip ettim, Tema Vakfı'nı da takip ettim. Buradan adalet, hak, hukuk, çevre bilinci gibi konularda biz de bilgi sahibi ediyor, bize bilgi veriyor binlerce kişiye ulaşıyor. Bu anlamda faydalı olabileceğini düşünüyorum. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)*
>
> *Dil öğrenirken detaylı bilgi alınabilir. (K-05-K-22- FEF.- 1.S.-Türkmenistan-750 TL)*
>
> *Her şey elimizin altında, kolayca haberleşebiliyoruz. Her şeye daha kolay ulaşabiliyoruz. Olup bitenden kısa sürede haberdar olabiliyorsun. (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3.500 TL)*
>
> *Takip ettiğim beni sayfalar var. Örneğin Nasa gibi, Roketsan gibi, Havelsan gibi Türk yerli üretim şirketleri takip ediyorum. Daha çok teknolojik gelişmeyi görmek*

için ve başka ülkelerle ülkemizi kıyasla yapabilmek için, daha çok Türkiye'nin askeri strateji konumlarını anlayabilmek amacıyla takiplerde bulunurum Greenpeace gibi dünyanın yok oluşunu bize anlatan siteyi takip ettiğim oldu. (K-06-E-24- FEF -1.S.-Bursa-1500 TL)

Ben KPSS öğrencisi olarak KPSS sayfalarını takip edip bilgi alabiliyorum. (K-42-K-22- İ. F.-3.S.- Hatay-500 TL)

Sosyal medya aracılığı ile dini inanç ve özgürlüklerini açıklamanın rahatlığını yaşamakta ve dünyanın birçok yerine dağılan ulusların bir araya gelmesini sağladığını belirtmişlerdir. Bu kapsamda örgütlenmelerin de hızlıca yapılabildiğini belirtmektedirler. Bu örgütlenmeler 15 Temmuz'da olduğu gibi halkın bir araya gelmesi ya da şiddet vakalarının toplum tarafından hemen duyulması gibi sosyal medyada yayılım ve ses duyurma amaçlı gerçekten harika bir platform olduğunu belirtmektedirler

Bilgiye ulaşmak kolay. Dini inanç ve özgürlüklerini açıklamanın özgürlüğünü, rahatlığını yaşıyor. (K-16-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-400 TL)

Biz Suriye halkı olarak dünyanın pek çok köşesine dağıldığımız için aile sevgisi gibi bizi bir araya topladı, haberdar etti. Bu güzel yanı. (K-19-K-23- FEF.- 3.S.- Suriye-600 TL)

Hep olumsuz yanlarına değindim ama tabi ki olumlu yanları var. Bunu mesela 15 Temmuz'da yaşamıştık. Halkımız çok şükür örgütlenebildiler. Bu gibi yanları da var. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Tüm olumlu yanlarına ek olarak katılımcılar, mesleklerine yönelik gelişmeleri takip edebilmekte, karşılaşılan haberlerini doğrularını öğrenebilmekte, yanlış bildiklerini düzeltebilmekte, kişiler bu mecralarda kendilerini daha iyi ifade edebilmekte, topluluklarıyla insanlar bu mecralar aracılığıyla bir araya gelebilmektedir. Aynı zamanda iletişim ağları oluşturabilmektedirler.

Ben kimya ilaç sektöründeki gelişmeleri buradan öğreniyorum iyi oluyor. (K-19-K-23- FEF.--3.S.- Suriye-600 TL)

Pek çok kişilerle konuştum, yanlış bildiklerini düzelttim bu olumlu bir şey. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

Bilgi paylaşımı oldu. Memleketimde ne oluyor ben buradan öğreniyorum. Yoksa Türkmenistan tv asla kötü şeyleri göstermez. Her şey harika onlarda. Ben inşallah

okulum bitince, memleketime dönüp faydalı olmaya çalışacağım. (K-30-K-24-FEF.-1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Kişiler kendini daha iyi ifade edebiliyor. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Tek yararı arkadaşlarımızla iletişim kurabilmemiz, onları görebilmemiz takip edebilmemiz. (K-33-E-19- E.F. 1. S.- İzmir-500 TL)

İyi olan insan iyiyi, kötü olan ise kötüyü takip eder. Bu yüzden olumlu etkilenmek isteyen bunu iyi kullanır. Örneğin müzikle ilgili sayfaları takip eder gibi. Kimisi cahil dolandırıcıdır. Bu tarz sayfaları takip eder kötü olur. Taklid-i İmân denilen şey. Delil üzerine taklid ve delil olmadan taklid. Biri soruşturmadan oluyor diğeri ise araştırarak. Bu caiz değildir. Birisini taklid edecek ise oradan izler, takip eder, tanır, anlarsın veya ne olduğunu anlar uzaklaşırsın. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Merak edilen, sorulamayan konularda bile elimizin altındaki sosyal medyadan ögrenebiliyoruz. Arkadaş ilişkilerinde vs. mesaj yoluyla sohbet edebilmemizi sağlıyor.

Ödev hakkında bilgi alabiliyor, mail gönderebiliyoruz. (K-35-K-19- E.F.- 1. S.-Mersin-600 TL)

Dini paylaşımların olumlu yanları

Sosyal medyada yapılan dini paylaşımların olumlu yanları öğrencilerin ifadelerinde şu şekilde sıralanmıştır: *Tebliğ ve irşat yapma ortamı olması, manevi olarak iyi hissetmeye yardımcı olması, iyi bir şey yaparak sevap kazanma isteği, dini inançları açıklama hakkı ve özgürlüğü yaşama, aynı duygu ve düşüncedeki insanların iletişim halinde olmasıdır.*

İnsanlar manevi olarak daha iyi hissediyor. (K-02-K-21- Keles MYO-1.S.-Bursa-700 TL)

Herkesi ilgilendiren ulusal bir mesele ise benim de bir söz söyleme hakkım olduğunu düşünürüm ve bir şeyler söylerim ve kendi tarafımı belli ettğim için vicdanen rahatlarım. Sevap kazanma hissi de yaşıyorum. Kendim yapmıyorum ve karşı tarafı da fazla etkileyebileceğini düşünmüyorum. Kararınca yapılmalıdır. Standart haline getirilmemeli. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

İyi bir şey yaparak sevap kazanma (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

İrşad ve tebliğde bulunma (dini yayınlaştırma) duygusu (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon-400 TL)

Dini inançları açıklama hakkı ve özgürlüğü yaşama (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Aynı duygu ve düşüncedeki insanların iletişim halinde olması (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)

İnsanlar yaratılış gereği inanmaya eğilimlidirler. Bazen bunu yapmasa da göstermeye eğilimli olabilmektedirler. Bu bazen bi'dat dediğimiz uygulamalar şeklinde, çul çaput bağlama, dilek tutma, mum yakma gibi şeylerle olmuş; bazen de namaz, oruç veya başka dini inanç veya ibadetlerin yapılıyor gibi gösterilmesiyle dini bir haz veya tatmin duygusu yaşamış olabilmektedirler.

2.1.11. Gençlerin Sosyal Medyayı Daha Olumlu Kullanması İçin Öneriler

Katılımcılar, gençlerin sosyal medyayı daha olumlu kullanması için getirdikleri öneriler arasında birçok yaklaşım bulunmaktadır. Öncelikli olarak bu konuda *farkındalığın arttırılması* gerektiğidir. Sonrasında belirli gruplara, demografik özelliklere göre kısıtlamaların getirilmesi gerektiğini düşünmektedirler Ayrıca *cezalar ve bu bağlamda denetimler oluşturulmalıdır.* Bunlarla birlikte her *web sitesinin bir güvenirlik puanının olabileceği* önerisini getirmişlerdir. Özellikle makro boyutta düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. *Sosyal politikaların geliştirilmesi gerektiğ*ini düşünmektedirler Bunlarla birlikte *büyüklerin aldığı tedbirlerin fayda etmeyeceğini, kişilerin özgür bırakılması* ve *baskı olmaması* gerektiğini düşünen katılımcılar da mevcuttur. Ayrıca *sosyal grupların kişileri kendi tarafına çekmeye çalışması gençleri dinden soğutmakta*, hatta bu *grupların kişilerin dinini değiştirme yönünde de gücünün bulunduğunu* belirtmektedirler. Bu kapsamda sosyal medya araçlarında *net, kesin ve doğru bilgilerin* paylaşılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Farkındalık kazandırılmalı

Gençler sosyal medya üzerinden farkındalık yaratmak amacıyla şu önerileri dile getirmişlerdir: Dinin daha iyi açıklanması gerektiği, sorulan sorulara verilen cevapların gençlerin aklına yatmadığı, bu sebeple de sanal ortamda cevabını aradığı konuyla ilgili farkındalık oluşturulması gerektiği, gençlerin konuyla ilgili davranış kalıplarını kırmasını farkındalığını, duyarlılığını artıracak şekilde eğitimler, medya okuryazarlığı gibi eğitimler verilmesi gerektiği, öğrenme isteği ve çalışma azmini artıracak uygulamaların,

paylaşımların artırılması, kişilerin güvenirlik puanının olması, hatta mavi tik uygulamasının herkes için şart olması şeklindedir.

> *Dini paylaşımlar gençleri dinden uzaklaştırıyor bence. Çünkü kiliseye gidiyorsun kapıları sonuna kadar açık. İnsanlar sana saatlerce anlatmaya çalışıyor, camiye gidiyorsun, "İmama soruyorsun, Allah böyle yaratmış sen neyi sorguluyorsun" diye yaklaşıyorlar. Bence bu, gençlerin deizme yaklaşmalarının en büyük sebeplerinden biri bu. Bizde bir şeyin açıklamasını sorduğun zaman neden olduğunu açıklamak yerine Kader böyle, nasip değilmiş, Allah böyle söylemiş, kısmet etmedi gibi yaklaşımlar var. Yeni nesil gençlerin kafasına yatmıyor, dolayısıyla bu tarz gençlerden de bir şey beklemenin çok anlamsız olduğunu düşünüyorum (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa- 1500 TL)*
>
> *Gençlere ulaşmanın bence en kısa yolu sosyal medyayı daha iyi anlatmaktır. Örneğin dinle ilgili en çok yanlış bilinen şeyleri mesela 4 kadınla evlenmek gibi çok tartışılan meseleleri sosyal medyada gençlerin daha çok takip ettiği sayfalarda anlatmak iyi bir uygulama olabilir. Örneğin Youtube'da böyle bir sayfa açılabilir diye düşünüyorum. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler MYO -Hatay-700 TL)*
>
> *Gençlerin yine kendisi bunu yapacak, kimseden bir beklentisi olmadan veya biri bir şey yapsın da biz bu sosyal medyayı daha iyi kullanalım diyerek kesinlikle olmaz. Daha çok okuyarak, kendimizi geliştirerek olacak bu. İnsanlara yediğimiz, içtiğimiz şeyleri gözlerine sokarak göstermenin gerçekten görgüsüzlük olduğu bilincine varınca olacak bu. İnsanların değer yargılarına ''klavye artistliği'' adı altında sallamayarak, saygı göstererek olacak bu. (K-31-K-20-FEF. FAK.-1.S.-Artvin1800 TL)*
>
> *Öncelikle bilinçli bir toplum yetiştirilmeli bilinçli bir toplum için bilinçli eğitimler verilmeli. Sosyal medyada kalabalık yapan gereksiz bilgilere sınırlandırma getirilmeli. Girişimci bireylerin artması için olanaklar sağlanmalı ve bu platformlardan yürütülmesi için imkân verilmeli. (K-44-K-19 E.F.-1. S.- Bingöl-1000 TL)*
>
> *Bence ilk başta insanlarda sorumluluk duygusu mevcut olması gerektiğini düşünüyorum, paylaştığın o şeyi iyice araştırmalı. (K-96-E-25- İ.F. 4. S.-Kosova-650 TL)*
>
> *Sosyal medyayı kendinizi geliştirmek için kullanabilirsiniz. Örneğin resim yapmaktan mı hoşlanıyorsunuz, bu yönde paylaşım yapanları takip edip iletişime geçebilirsiniz. Sosyal yardım faaliyetlerine mi katılmak istiyorsunuz, bu amaç üzere birleşen sayfalara ulaşabilirsiniz. Yapıp ettiklerinizi göstermek*

ürettiklerinizi satmak için kullanabilirsiniz. Yani kısaca bir amaca yönelik olursa sosyal medya kullanımından daha olumlu sonuçlar elde ederiz sanıyorum. Yoksa sadece azlığından şikâyet ettiğimiz vaktimizi orada öldürmekten olumlu sonuçlar doğurmasını bekleyemeyiz. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Sosyal medyada da kişilerin güvenirliği puanı olmalı. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Gençler, sosyal medyanın isteyenin istediği şeyi istediği üslupla yazabileceği bir yer olmaktan çıkarılması gerektiğini bu konuda da kişilerin farkındalık kazanması gerektiği görüşünü belirtmişlerdir. Bu hususta bilinç kazandırılması ve kişisel verilerin korunması adına halk arasında sosyal medya kanunu olarak da bilinen bazı yaptırımların devlet politikası haline geldiği unutulmamalıdır.

Kısıtlanmalı

Sosyal medyadaki bazı uygulamaları *yaş gruplarına* veya *IQ seviyelerine göre açmak* ve *belli seviyedeki kişilerin buraya giriş yapabilmesini sağlamak* gibi öneriler de bulunmaktadır.

Youtube var, Youtuberlar sınırsız olmalı. Ancak erişimi yaş gruplarına göre açılmalıdır. 0-18 yaş 18 yaş üstü gibi. Yasaklanmasın kanallar ama öğretici olsun isterim. Özellikle çocuklara animasyon filmler olsa güzel olur. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Sosyal medyaya erişim eğitim düzeyine göre kısıtlanmalı- erişime açılmalı. Nasıl blabla car da yorum yazabiliyor isek sosyal medyada da kişilerin güvenirliği puanı olmalı.

Tamamen kısıtlamak anlamsız çünkü daha cazip hale gelir. Çekici olur. Twitter yasağı varken en çok Türkiye'den giriş yapmıştı. Ip numaraları değiştirilir, dns ayarlarıyla oynanır yine girilir. Bu çözüm olmaz. Engellenmemeli… (K-08-E-22-Z.F.- 4. S.-Muğla-1000 TL)

İnsanların eline telefon verirken ya da sosyal medya hesabi açarken bir IQ testi alsa sosyal mecralar çok daha güzel bir dünya olabilirdi sosyal medya. (K-34-K-19-E.F. -1. S.- Zonguldak-450 TL)

Sosyal medyada herkes özgürce hareket edebiliyor. Bazen saygı sınırları çok kolay bir şekilde bertaraf ediliyor. Öyle bir mecra olmalı ki belli seviyedekiler kullanabilsin. Ben sadece bunu düşünebildim. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Katılımcılara göre, bazı oyunlara, bilgi kirliliğine sebebiyet verebilecek paylaşımlara kısıtlama getirerek veya erişim engeli koyarak, günlük saat sınırlaması veya yaş ortalaması şartı getirilerek kısıtlanma yoluna gidilebilir.

> *Kısıtlanmalı. Devlet nasıl şehit haberinde kısıtlamaya gittiyse burada da yapmalı. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)*
>
> *Kullanıcıların her yazılana inanmayıp doğruya ulaşmak için araştırmaları gerektiği söylenebilir. Oyunlara saat sınırı konulabilir. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500 TL)*
>
> *Süre sınırı getirilebilir. Bazı sayfalara erişim engellenebilir. Sınırlı hesap kullanılabilir. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)*
>
> *Sosyal medyada yaşa göre paylaşımlarında kısıtlama getirilebilir. (K-46-K-18- FEF. -1. S.- Bartın-500 TL)*
>
> *Bu kadar bilgi işleyim yönetim sistemi bölümü var ise bunlar sürekli yeni uygulamalar geliştireceklerine bu uygulamaları kullanacak şekilde geliştirsinler. Herkes her uygulamayı kullanamasın. Yeni bir sektör oluşur, tecrübe edinilir. Yahu ölüm günü hesaplama nedir Allah aşkına? (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)*
>
> *Her sosyal mecra için günlük belli bir süre sınırı gelse en azından hayatımızda daha güzel olacak. Harcanan vakti boşa harcamış olmayız. (K-34-K-19-E.F.- 1. S.- Zonguldak-450 TL)*
>
> *Kendi adıma kullanmamalarını tavsiye etmek isterdim ama kendim de kullandığım için çok etik olmaz sanıyorum. Ama kullanımı en az seviyeye indirmeleri ve sanal ilişkiler ve sanal dünyalardansa gerçek ilişkilerine ve gerçek kişiliklerine daha çok önem vermelerini tavsiye edebilirim. Zira ne olursa olsun bizler kanlı canlı insanlarız ve bir amaç üzere var olduk. Gerçekliği olmayan hedeflerdense gerçek bir mana ve hedef üzerine çalışmak daha iyi olacaktır. Orası bir ayna olabilir. Ama ayna her gerçekliği göstermez. Sûretinizi gösterir fakat ruhunuzu ilmi birikiminizi, karakterinizi kişiliğinizi göstermez. Aynadaki görüntüye takılı kalmak şu sûrette ne derece makul olabilir? (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)*

Dinin insanı özgürleştirici bir yönü bulunmaktadır. İyiliğe sevk etmek, dünyayı yaşanılır hale getirmek için vardır. Sadece Allaha kul olmak yani bir kere la ilahe illallah demek onun dışındaki her şeyin boyunduruğundan kurtulmak demektir. Özgürlük sadece başkasının hayatını kısıtlamak değildir dilediğin her şeyi yapmamak özgürlüktür. Birine zarar vermeyi istersin ama yapmazsın işte asıl özgür irade, özgürlük anlayışı budur. Din

bizi bedevilikten kurtarır. Özgür insan, özgün insandır. Tahkik eder, ödün vermez, sadece Allah'a teslim olur, biat etmez. Müslüman birey, hayatın öznesi olmalı, sorgulamalı, hak ve batılın farkına varmalı, furkan anlayışı hâkim olmalıdır, kendinden olanı tutup kayırıp kendinden olmayanı atmamalıdır. Özgürlükten ve özgünlükten mahrum kalmak bizleri sürü psikolojisine sokar, robotlaştırır, ruhsuzlaştırır. Din, bize aklımızı kullanmayı emreder. İnsan sadece fizikten ibaret bir varlık değildir, insanın özü ruhudur. Özgürlükten ve özgünlükten mahrum kalmak biat etmek, kişileri mutsuz eder.

Denetlenmeli

Öğrenciler *paylaşımları denetleyecek bir mekanizmasının kurulması* gerektiği, herkesin her istediğini paylaşamaması gerektiği ve sonuçlarına katlanacağı *caydırıcı para cezaları konması* gerektiği noktasında görüş belirtmişlerdir.

> *Paylaşılanları denetlemeliler (K-33-E-19- E.F -1. S.- İzmir-500 TL)*
> *Serbest bırakıldıkça daha çok özeniyor ve sapıtıyorlar. Caydırıcı para cezası olmalıdır. (K-17-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-1500 TL)*
> *Olumsuz örnek olacak şeylerin yasaklandığını görüyorum ama imkânsız değil. İsteyen bir şekilde bunlara ulaşıyor. Aşırı pahalı değil çünkü. Bence çok yüksek ücretli cezaların olması gerekli. (K-03-K-21- FEF- -1.S. Çorum-600 TL)*
> *Sosyal medya paralı olsun herkes indiremesin. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)*
> *Paylaşılanları denetlemeliler (küfür, cinsellik, hakaret) konusunda cezalar caydırıcı olmalı. (K-33-E-19- E.F. -1. S.- İzmir-500 TL)*

Kişiler özgür bırakılmalı, baskı olmamalı

Öğrencilerin bir kısmı, yasak veya kısıtlamanın özgürlüğe getirilen kısıtlama olduğu, bu yüzden de bu tarz engeller yerine eğitim verilmesi, ailelerin bilinçlendirilmesi, okullarda medya okuryazarlığı dersi verilmesi, resmi kurum ve kuruluşların tek çatı altında toplanarak ortak bir ağızdan açıklama yapılması önerilerini belirtmişlerdir. "Âlemlerin Rabbi olan Allah, sosyal medyanın da Allah'ıdır." şeklinde bir söylem ile gençlerin duygu dünyasına girerek doğru veya yanlışların öğretilebileceği ama gençlerin dilinden konuşanların kalmadığını belirtmişlerdir.

Herkes çok konuşuyor fakat gençlerin kalbine inerek kimse konuşmuyor. Bir de çocukları tembihliyorlar. Bazı siteleri takip etmeme konusunda. Çocuk daha çok merak edip takip ediyor. Olumlamalar yapmalıyız. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

İnsanlar dini konularda özgürdür. Genç insanlara bir zararı olmaz, kullansınlar. (K-11-K-22- Keles MYO-1.S.-İzmir-700 TL)

Yasaklanmamalı ama medya okuryazarlığı dersi verilmeli. (K-16-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-400 TL)

Kadınlar parasını kazanmalı. İslamiyet'te sanki bu erkeğe özgü. Bazılarına senin kızın var mı diyorum, iyi ki olmamış diyorum. Gençleri en çok olumsuz etkileyenler bunlar. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Geçici dövme yaptıracağım kalıcı değil, su bazlı. İki yıla kadar gidecek. Kendi tercihim. Bu da, kulaklarımı deldirmek de. Gençler özgür bırakılmalı. Baskı olmamalı. Bunların Müslümanlıkla ne ilgisi var. Canımı acıtmıyorum, sağlıksız bir şey değil. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Gençler artık eğlence bile yapmıyorlar. Para kazanmıyorlar, çalışmıyorlar, parası olsa da sanal âlemde harcıyorlar. Oysaki bir yeri görmek, dokunmak, gezmek bambaşka bir şey. Ben ders veriyorum, çalışıyorum, biriktiriyorum ve böyle harcıyorum. Bu konuda destek olunmalı. Böylece belki sanal değil gerçek seyahat ve eğlenceler yapılır.

Ben erkek arkadaşımla Türkiye'nin öbür ucuna bile gittim. Ailem biliyor. Yerinizi bilelim, haberdar olalım yeter dediler. Keşke herkes gençlere böyle güvense. Gizli gizli sanal âlemlerde dolaşmak zorunda kalmasalar. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Bence bu tarz olayların kişide bittiğini düşünüyorum. Bir şeyleri kısıtlayıp, engellemek çare değil. (K-43-K-19-E.F. -1.S- Rize-3.500 TL)

Liselerde zorunlu ders olmalı. Tik Tok videolarının vs anlamını sorup konuşulmalıdır. (K-16-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)

Sosyal medya üzerinden gençlerin dilinden faydalı gruplar kurulabilir veya mevcut grupların yöneticileriyle anlaşmalı şekilde faydalı işler veya etkinlikler yapmaya yönlendirilebilir. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Katılımcılar, *sosyal medyanın insanların dinini bile değiştirmeye gücü olduğunu* belirtmektedirler. Ayrıca bu *sosyal medya gruplarının gençleri kendi tarafına çekmeye çalışması gençleri dinden soğuttuğunu* belirtmektedirler. Bu nedenle yapılacak

uygulamalarda öncelikle gençlerin fikirlerinin alındığı, gençlerin aktif katılımlarının sağlandığı, baskıdan ve cezadan ziyade onların da katılımlarının sağlanarak öneriler geliştirilmelidir. Böyle bir platformun kurulması gerekmektedir. İster dini özgürlükler olsun, ister sosyal özgürlükler olsun buradaki amaç, sosyal medya uygulamalarının öğrencilerin, gençlerin, çocukların ve hatta yetişkinlerin yararlarına olarak kullanabilecekleri farkındalık geliştirmek olmalıdır.

Sosyal politika olmalı

Sosyal medyaya erişim, bazı zamanlarda erişimin kısıtlanması, kişisel verilerin gizliliği/paylaşımı gibi durumlar pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de çokça tartışılan konulardan birisidir. Erişimin tamamen kısıtlanması özgürlüğe müdahale olarak değerlendirilmekte ve bazı teknik müdahalelerle kısıtlama duvarı aşılabilmektedir. Bu nedenle öğrencilerin büyük bir çoğunluğu devletin sosyal medya kullanımını yasal zeminle düzenleyici adımlar atması gerektiğini, kişilerin anonim kimlik ile istediği kişiye istediği hakareti, tehdidi yazmasına engel olunmasını desteklediklerini belirtmişlerdir.

Bence büyüklerin alacağı tedbirler hiçbir şekilde fayda etmez, o yüzden eğitim sisteminin değiştirilerek daha bilinçli gençler yetiştirilmesi tarafındayım. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Olumlu kullanılması için bir şeyler yapılsa da yine olumsuz kullanılacak. Şuanda da faydaları var ama zararları da var. Hep böyle olacak. İyi ve kötü hep vardır, hele ki sosyal medya gibi bir platformda herkes özgürken bunu kısıtlamak veya olumlu hale getirmek çok zor. (K-37-K-19-E.F.- 1. S. K. Maraş-500 TL)

Laiklik özgürlük filan deyip aileler çocuklara her istediklerini veriyorlar. Hiçbir şeye kızmıyorlar. Çocuklar o kadar kimliksiz, kişiliksiz yetişiyor ki sosyal medyadan her şeyden çok etkileniyor. Önce anne baba sağlam olmalı, sosyal medyayı bilmeli, çocuğu iyi yetiştirmeli ki çocuk bunlardan olumsuz etkilenmesin. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Staja gidiyoruz biz. Tabi şu an gidemiyoruz coronavirüs olayından dolayı. Staja gittiğimizde, sosyal medya ile alakalı gençlerle bir pano hazırlamıştık. Birbirimizle nasıl yapabileceğimiz hakkında konuşuyorduk. Gençlerde gördüğüm aslında yapılması gerekeni hepsi biliyor. Ama uygulamada yoklar. Bunun için de bir hocamızın çok güzel bir sözü vardı: "Âlemlerin Rabbi olan Allah, sosyal medyanın da Allah'ıdır." Bu sözü kullandığımızda gençler beyinlerinden vurulmuşa döndü. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Net, kesin, doğru bilgiler paylaşılmalıdır. (K-17-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-1500 TL)
Ben sosyal medya yüzünden Hristiyan oldum diyebilirim. Çünkü arkadaşlarım beni ikna etmeye çalıştı ve ben Youtube'daki videoları izleyerek Hristiyan oldum diyebilirim, bence sosyal medya insanların dinini de zaman zaman değiştirme gücüne muktedir olabiliyor. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)
İnsanların bu şekilde sosyal medyada veya gündelik hayatta kişileri kendi tarafına çekmeye çalışması kişileri ve gençleri daha çok soğutuyor. Örneğin kız arkadaşım bana kelime-i şehadet getir veya resmi nikâhtan sonra imam nikâhı yapalım gibi taleplerle geldiği zaman belki kalpten onun dediklerini yapacağım ama aslında benim için sadece bir usulen olmuş bir tören gerçekleşmiş olacak ama kalpten, gerçekten buna inandığımı söyleyemem. Ben diğerleri gibi olmak zorunda değilim, insanlar benimle iyi geçinmek veya ben onlarla her zaman iyi geçinmek zorunda değilim, beni herkes sevmek zorunda değil, herkes birilerini ben de herkesi belli bir noktada sevebilirim diye. (K-06-E-24- FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

İnsanın doğayla ilişkisi modernitenin bizim karşımıza çıkardığı en büyük soru, sorun belki de aslında en büyük imkândır. 'Doğal olanın bilgisine sahip olunabileceği ve fakat onun değiştirilemezliği' ve değiştirilebilirliği ilkesinin çatışması sosyal medyaya da sirâyet etmiştir.

Kültür iletişime göre değişirken iletişim teknolojisindeki gelişmeler de kültürü ve kültürün en önemli ögesi sayılabilecek dini etkilememesi düşünülemez. Bu noktada Mc Luhan önce insanların aletlere şekil verdiğini, daha sonra da aletlerin insanları şekillendirdiğinden söz etmektedir. Horald Innis iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin çok önemli bulduğunu belirtmiş, insanların iletişim teknolojileriyle içselleştiğini, aralarında ayrı bir bağ olduğunu, birindeki kırılma veya değişikliğin diğerini etkileyeceğini belirtmiştir. Raymond Williams bu konuya eleştiri getirenlerdendir. "araç teorisi" denilen iletişim teknolojilerinin kişilerin yaşam şekline müdahalesine karşı çıkmıştır. Tüm bu eleştirilere rağmen 2000'li yılların ikinci yarısından itibaren toplumsal dönüşümün belirleyici unsuru olarak medyayı görmekteyiz. Mc Luhan'ın "küresel köy" veya Castells'in "enformasyon çağı" diye adlandırdığı bu durumu bireylerin ve toplumların yaşayışlarını anlamlandırmak, değer algılarını incelemek, dünyaya bakışlarını çözebilmek için iletişimin meydana geldiği araçlara ve alanlara bakmak gerekmektedir. Çünkü "Teknolojiler yalnızca insanların kullandığı icatlar değildir,

insanları yeniden icat eden araçlardır"[448] mesajın iletildiği medya aracı algılayış biçimine de etki etmektedir. Hayatın hızlı akışı içerisinde insanlar bazen dini vecibelerini takip etmekte zorlanabilmektedirler.

İşte bu noktada mütedeyyin kesimin teknolojik aletlere ve sosyal medyadaki uygulamalara yakınlaşması kaçınılmaz olmaktadır. Toplumu şekillendirmede en büyük güçlerden biri kabul edilen medya artık topluma göre kendini şekillendirmeyi bırakıp toplumu kendine göre biçimlendirmektedir. Elbette ki yaşantımızı şekillendiren en büyük unsur olan din de bu durumdan etkilenmektedir. Ancak bu etkilenme sanıldığı gibi tek yönlü olmamaktadır. Yani medya, dini değişimleri, ibadetleri şekillendirdiği gibi din de medyayı farklı platformlarda çeşitlendirmekte, helâl gıda, tesettür modası, muhafazakâr tatil gibi kavramlarla sanal ortamı biçimlendirmektedir. Bu, aynı zamanda ayrı bir sektör oluşması demektir. İşte bu noktada medya, şekillendirdiği toplumsal değerler ile kendi değerlerini şırıngalamaktadır. Dindar kişilerin ibadetlerini teknolojik ortamlarda yapmaları onların maneviyatlarını yaşamalarına imkân tanıyıp ve bu anlamda manevi enerjilerini de artıran bir katalizör görevi görüp olumlu seyir izlese de tekno-dindarlık adı verilen bu süreç; iletişim, dini sosyalleşme, dini kazanımlar edinme noktasında kafa karışıklığına da mahal vermektedir. Görüldüğü üzere yeni teknolojiler dinsel alanda değişmeler meydana getirirken, dinsellik de varlığını sürdürmektedir. Bu durumdan hareketle konu, dindarlığın veya dinin yaşanma biçiminde meydana gelen değişmelerdir. Bu gelişmeleri anlamlandırmak adına "dini pazar modeli", "bireyselleşme tezi" ve "sekülerleşme teorisi" gibi çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir.[449] Dini pazar modeli, aynı zamanda bir pazar sistemidir. Ürün olarak din ya da dinsel kavramların ön plana çıkarıldığı bu pazar sistemi, sekülarizmin dinin tekelci yapısından doğduğuna işaret etmektedir. Son zamanlarda sekülerleşme yaklaşımının aksine, dindarlığın değişik yaklaşımla öne çıkması, dinin devlet kontrolünden bağımsız bir yapıyla ortaya çıkmasıdır. [450] Dini pazar modeli, dindarlığı, iktisadi gösterge ve süreçleri argüman kullanarak açıklamaktadır.[451] Dinler, mezhepler, cemaat ve gruplar birer satıcı, insanlar

[448] Marshall McLuhan, Bruce Powers, *Global Köy*, Bahar Öcal Düzgören (Translated by), İstanbul: Scala Yayıncılık, (2001), (Original Book Published in 1989)

[449] Ramazan Uçar, Adnan Selman, "Din-Rasyonel Seçim-Dini Pazar", *Toplum Bilimleri Dergisi*, (2012), ss.41-56.

[450] Uçar, Selman, agm., ss.41-56.

[451] Volka Ertit, "Teoriler Işığında Avrupa Sekülerleşmesi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2014), ss.378-387.

ise alıcıdır. Bu sebeple dini pazarda rekabet var ise ürünler yani din, insanlara daha çeşitli ve kaliteli sunulabilmektedir.[452] Bu imkân ise dinleri, daha mikro düzeyde ise cemaatleri ve grupları kendi görüş ve fikirlerini daha çok yayma mücadelesine itmektedir. Dini pazarın devlet ya da tek bir görüşün tekelinden uzak, daha bağımsız ve rekabetçi oluşu, dini grupların her türlü dini inanç ve görüşe göre farklı akımları oluşturmasına; başka bir tabirle piyasaya sürmesine sebep olmaktadır. Bu durum ise insanların kendi zevk, fikir ve fıtratlarına göre bir görüşe destek vermesini ve dine bu görüş üzerinden bağ kurmasını sağlamaktadır.[453] Yeni nesil iletişim araçları sayesinde mevcut serbest piyasa çığır açmış, farklı dinsel çevreler kendi olanaklarına göre çeşitli görüşlerini ifade etmeye başlamışlardır. '*Yeni nesil medya'*, '*internet'*, '*sosyal medya'* veya '*sanal paylaşım*' ifadeleri, kendi içinde özgür bir alan yaklaşımı sergilese de mesele dini hayat tarzı ve dinsel cemiyet kültürü olduğunda bunlar birer zorunlu tebliğ ve düşüncelerini paylaşım vasıtası haline de gelmektedirler. Bu gelişmeler rekabetçi bir ortam doğmasına yol açtığı dinsel grupların daha kolay yaygınlaşmasına da imkân tanımaktadır.[454]

Burada unutulmaması gereken nokta, dinin emir ve yasaklarının değişimi değil, öğretilme biçiminin değişimidir. Bu uygulamalar veya kişisel sayfalar, ibadetleri, buyrukları içselleştirip hayatımıza katma noktasında motive olmamıza katkıda bulunabilmektedir. Bu anlamda tekno-dindarlık denilen kavram ortaya çıkmaktadır. Namaz vakitlerini hatırlatan, kıbleyi gösteren uygulama, namaz kılmayı öğreten seccade, zikir çeken bir bardak veya Kur'an-ı Kerim okuyan bir kalem aracılığıyla kişiler, fiziki anlamda din görevlisini görmeden bilgiler edinebilmekte veya buradan evlilik, çocuk, miras, boşanma, kurban, zekat gibi dinsel konuları danışabilmekte; yorumlar yapabilmektedir.

"www.Kur'an-ı Kerimikerim.org, www.Kur'an-ı Kerimtv.net, www.Kur'an-ı Kerimmeali.com, www.Kur'an-ı Kerimmektebi.com, www.mukabele.com, www.Kur'an-ı Kerimkursu.com, www.Kur'an-ı Kerim.gen.tr, www.hâdis.org, www.hâdis.gen.tr, www.e-hâdis.net, www.hâdisarsivi.com, www.kirkhâdis.com, www.hâdisdersleri.com, www.âyethâdis.com, www.hâdis.biz, www.fikih.org, www.islamhukukusayfasi.com,

[452] Volkan Ertit, a.g.m, ss. 378-387.
[453] Volkan Ertit, a.g.m, s. 378.
[454] Nihat Oyman, "Sosyal Medya Dindarlığı", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,* (2016), ss. 125 – 167.

www.fetvameclisi.com, www.islamfelsefesi.net, www.naksibenditarikati.com, www.kazanamazi.org, www.namazladirilis.com, www.zekat.org" gibi siteler örnek verilebilir. Bunların yanında mezhepler tarihi, tasavvuf, belagat, kelam, fetva, tefsir sayfaları bulunmakta, bu konularla birlikte dini musiki ve sanatlarla ilgili de sosyal medya sayfaları veya kişisel hesaplarda paylaşımlarda bulunmaktadırlar. İnsanların birçoğu artık beş vakit namaz kılmasa bile sabahlara kadar camileri ziyaret etmiş, kaza namazlarını eda etmiş gibi dini paylaşımlar yapmakta, her gün hayır hasenat yapıyormuş gibi yaptığı en küçük bir bağışı veya iyiliği abartarak paylaşmakta, bazen ise hiçbir şey yapmadığı halde yapmış gibi paylaşmaktadır. Bu hiç kitap okumayan birinin kitap ve yanına çay/kahve koyarak paylaşım yapıp daha sonra kitabı kaldırıp içeceklerini yudumlayıp hayatına devam etmesi gibidir. Bu noktada insanları bunu yapmaya iten nedir? sorusunun cevabı aranmalıdır. İnsanlar toplum tarafından kabul görmek, bir yere gruba ait olmak, benimsenmek, takdir görmek isterler. Gezginci ve Işıklı (2018)'nın çalışmasında "Sizce insanlar, hangi amaçla dini içerikli paylaşımlarda bulunuyorlar?" sorusuna %42,5'i "toplumun geneliyle uyumlu görünmek için" cevabını vermiştir.[455]

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine de baktığımızda insanların temel ihtiyaçları (barınma, yeme, içme vs) psikolojik isteklerinin sıralanmış olduğunu hepimiz bilmekteyiz. Yani aslında insanlar burada kendilerine dijital bir kimlik, dijital bir imaj oluşturma gayreti veya çabası içine girmektedirler. Din bireyin ve toplumun belirleyici özelliklerinden ve statü ve kabul görme araçlarından önemli bir tanesi olduğu için dindarlığın dijital kimlik şeklinde tezahür etmesi de olağanlaşmaya başlamıştır. İnsanlar kimi zaman statü ve kabul görme, kimi zaman da dindarmış gibi görünmek için; bazen ise iç dünyalarını tatmin etmek için dinsel paylaşımlar yaparlar. Bu anlamda yine yaptıklarını paylaşarak ortaya koyarlar.

İnsanlar bazen sosyal statü ve toplumsal kabul için, bazen olduğundan daha dindar görünmek için, bazen ise sadece kendi iç tatminlerini gidermek için dijital ortamlarda dini paylaşımlar yapabilir, yaptığı dini aktiviteleri ifşa edebilir veya dini sohbetlere katılıp etkileşim halinde olabilirler.[456] Bununla birlikte günümüzde çok karşılaştığımız sosyal medyanın ayrı bir sektör haline getirdiği helâl gıda, islami eş

[455] Gamze Gezginci, Şevki Işıklı, "Facebook Etkisi Dindar, Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, (2018), ss. 11-133.
[456] Mahir Kaya, a.g.e., s. 71.

seçimi, muhafazakâr tatil/otel, tesettür modası gibi hususlar da bu noktada değerlendirilmelidir. Özellikle kamusal alanda kendini gösteremediğini düşünen kadınların sosyal medyada kendilerini ifade etmeleri, fikirlerini beyan etmeleri beklenen bir durumdur. Ancak bu noktada dinin bir araç olarak metalaştırılması ve din üzerinden ayrı bir sektör geliştirilmesi ve bu doğrultuda ötekileştiren yaklaşımlar eleştiriyle karşılanmaktadır. Dijitalleşen dindarlık ile ilgili tartışmaları incelerken, tarihte yaşanmış buna benzer gelişmeler de ele alınabilir. Örneğin Papa VI. Alexander'in matbaa karşıtı yaklaşım geliştirirken "*Kitapların çoğalması, korkarım Tanrı'ya olan inancı zayıflatacaktır*" biçimindeki sözleri günümüzdeki dijitalleşme ile birlikte ele alındığında çekincelerin boşa çıktığını gösterir niteliktedir. Çünkü matbaa dinin yayılma ve etki alanını genişlettiği gibi, sanal ortam da dini sosyalleşmeyi, rekabetçi yapısını geliştirmeye destek olmuştur.[457]

Tüm bu noktalar değerlendirildiğinden şehir hayatı ve teknolojik gelişmelerin dini yaşam biçimlerine etkisinin olmamasından söz edilemez. Dijitalleşmenin en çok, belki de ilk etkilediği alan dindir denebilir. Tebliğ, irşat, ibadet, sanal cemaatler, fetva gibi kavramların en çok hayat bulduğu ortam sosyal medya ve sanal uygulamalardır diyebiliriz. Bu nazariyeden bakıldığında gerek sosyal medya siteleri, gerekse bu tarz uygulamalar ve paylaşımlar, tüm dinlerin etki alanı, kendini ifade etme şekli, görsel ve işitsel materyallerin zengin paylaşımı, interaktif katılım gibi imkânlar sunarak sadece bilgi vermemiş, yeni açılımlar geliştirmeye, bu alanda çalışan kişilerin kendilerine yeni bir vizyon edinmelerine de ortam hazırlamıştır. Artık camiye gitmeden hocaya sorular sorulabilmekte, evden Kur'an-ı Kerim tilaveti dinlenebilmekte veya Arapça öğrenilip dini sorulara cevaplar bulunabilmektedir. Bu aynı zamanda din görevlilerinin de kendilerini bu anlamda yetiştirmesini zorunlu kılmaya itmiştir. Kitle iletişim araçlarının ve özellikle sosyal medyanın sağlamış olduğu bu imkân, dini yaymak, cemaat oluşturmak amacında olan din veya grupların da işitsel ve görsel yayınlar yapmasına, sanal fetvalar sunmasına, dini referansları hızlı ve kolayca ulaştırmasına imkân tanımaktadır.

İnternette yer alan bazı siteler ile sosyal medya, bir takım dinsel boyutları tecrübe etme bakımından önemli bir araç pozisyonuna gelmişlerdir. Dinsel bir kimlik taşıyan unsurlar, sosyal medya vasıtasıyla "dine hizmet" yaklaşımıyla, dinsel bilgi paylamak,

[457] Mehmet Akgül, "Dijitalleşme ve Din", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, (2017), s. 204.

kutsal günlerde mesaj yayınlamak, sorulan dinsel sorulara cevap vermek biçimindeki yaklaşımlarla ilgili platformları kullanmaktadırlar. Howard Rheingold'un "*Kişisel ilişkiler ağının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde, networkler (internet) vasıtasıyla yaratılan sosyal gruplar…"* biçiminde ifade ettiği ilgili ağlar üstünden ortaya çıkmış olan sanal cemaat kavramı, esasen insan beyni ile teknolojinin ortaklığının sonucudur. Sanal cemaatler, aslında yaşlı, engelli, asosyal ve marjinal kişiler için albenili bir ortam sunmaktadır. Kimi zaman gerçek hayatta sağlıklı kişilik özellikleri ve yaşam biçimleri ile var olan insanlar bile bazen hobi amacıyla mezkûr cemaatleri ziyaret etmektedirler.[458]

Fiziki hayatta sağlıklı ilişkileri bulunan insanlar da hobi amacıyla sanal cemaatlerin içerisinde bulunabilmektedirler. Dini inancımızda mevcut olan irşad ve tebliğ kavramları gibi, sosyal ağlar da İslam'a çağrı anlamında ve topluma nüfuz etme konusunda ehemmiyet taşımaktadır. Sosyal medyanın irşad ve tebliğ manasında kullanılması, dinin hoş taraflarının paylaşılması, öneminin anlatılması dini tebliğ açısından önemlidir. Özellikle mübarek gün ve geceler ile ramazan aylarında ilahiyat hocaları veya diyanet görevlilerinin sorulara tek tek cevap vermesi zaman kaybına sebep olurken bir hoca birden çok kişinin sorusuna buradan aynı anda cevap verebilmektedir. Teknoloji gelişiminin getirdiği üretim hızı, tüketimi de beraberinde getirmiştir. Dini yaşam tarzını benimseyen kadınlar, sürekli üretilen, daha yeni model ürünleri alma duygusu ve bir dini değer olarak isrâf etmeme duygusu arasında çelişki yaşamaktadırlar. Dini yaşam tarzını benimseyen kadınlar, bu çelişkiyi, modeli daha eski eşyaları vermek şeklinde çözüm üretmişlerdir. Böylelikle hem yeni bir şey alma imkânı hem de daha eski olanı vererek infak etmiş olma duygusu yaşanmaktadırlar. Katılımcılar için önceden infak etmek eskiden en sevdikleri şeyleri vermek demekken, şimdilerde yeni şeylere yer açmak için eskileri vermek şekline dönüşmüştür.

Tüketim, esasen "üretim" adı verilen bir maddî-manevî oluşum sürecinin hareket noktası biçiminde rol üstlendiğinde amacına ulaşmış olmaktadır. Başka bir ifadeyle tüketim, tüketilen şeyin yeni bir varlık ve anlam kazanması ile anlamlı olmaktadır. Bu anlamda modern toplumlarda yer alan başat sorun, üretimden bağımsız olarak tüketim

[458] Saniye Vatandaş, "Sanal Cemaat (Tarihsel ve Sosyolojik Gerçeklikten, Dijital Çağın Sanallığına: Cemaatin Sanallaşması)", *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* (2020), s. 31.

kavramına değer atfedilmesidir. İslam Dini'nin bu konudaki ilk tespiti, mutlak üretenin Allah olduğunun bilinmesi ve tüketim olgusunun ancak Allah'ın yaratma gücüne saygı bağlamında inanılması biçimindedir. Son vurgu ise, Allah'ın yanı sıra insanın da üreten bir varlık olduğunun farkına varması ve ürettiğinden fazla tüketmemesi gereğini içselleştirmesidir. Bu bağlamda Hz. Muhammed'in "*Hiç kimse kendi elinin emeği ile kazandığından daha hayırlı bir lokma yememiştir."*[459] şeklindeki ifadesi de insanın bir edim sahibi oluşunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla tüketimin yapısal olarak bozulması, insanın Allah tarafından kendisine verilen değerin de tahrip olmasına yol açmaktadır.

Tüketim, bir yok ediş sürecine dönüştürüldüğünde, insan kâinattaki bu dengeyi bozmaya ve böylece Allah'ın ona verdiği üst değeri tahrip etmeye başlamaktadır. Bununla birlikte sosyal medyada paylaşılan her şey doğru ve gerçek değildir. Yukarıda da bahsedildiği gibi hiç kitap okumayan birisi bunu paylaşırken hiç namaz kılmayan biri camiden çıkmıyor, başı seccadeden kalkmıyormuş gibi paylaşımlar yapabilmektedir. Türkiye'de ilk kez Taplamacıoğlu, dini yaşayışta şiddet ve yoğunluğu temel alarak bir dindarlık tipolojisi ortaya koymaktadır. Buna göre beşli tipoloji biçiminde önümüze çıkan bu tespitler, namaz-oruç dâhil hiçbir dini ibadeti yapmayan, sadece cenazeye katılan gayr-i amil dindarlar; yaşadığı ortamın durumuna göre tavır takınan idare-i maslahatçı dindarlar; ibadetlerini kaçırmadan yapan bunun dışında gösterişsiz hayatları ile sade bir yaşam süren dini bütün dindarlar; zamanlarının çoğunu ibadetle geçiren yeniliklere karşı olmakla birlikte bunları engelleme gayreti taşımayan sofu dindarlar; son olarak İslamı doğru anlayamamış, birçok şeyin haram olduğunu savunan herhangi bir durum karşısında imanın hemen silinebileceğine inanan softa veya yobaz dindarlar yazar tarafından ifade edilmektedir.[460] Bununla beraber çocuklar öne çıkarılarak farklı bir dindarlık anlayışı geliştirilmeye başlanmıştır. Kadınlar kızlarını tesettürle, erkek çocukları ise namaz kılıyor gibi paylaşmaktadırlar. Bilhassa Instagram'ın bu minvalde paylaşımların mecrası olduğu görülmektedir. Bu anlamda kadınlar çocukları üzerinden dindarlıklarını sergilemektedirler.

[459] Buhârî, ''Büyû'', 15.

[460] Mehmet Taplamacıoğlu, "Yaşlara Göre Dini Yaşayışın Şiddet ve Kesafeti Üzerinde Bir Anket Denemesi", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,* (1962), ss. 141-151.

Cuma günü, müslümanlar için özel olup; kendine münhasır ibadet anlayışının da bulunduğu belirli günlerden biridir. İslamiyet'e göre Cuma, aynı zamanda haftalık toplu ibadetlerin yapıldığı namazın da adıdır. İslam dininde Cuma gününün önemi, âyet ve hâdislerle de açıklanmıştır. Bu anlamda Kur'an-ı Kerim'de ilgili günle alakalı olarak "*Ey İmân edenler! Cuma günü namaz için çağrı yapıldığı zaman, hemen Allah'ın zikrine koşun ve alışverişi bırakın. Eğer bilirseniz bu, sizin için daha hayırlıdır"* [461] buyurulmakta ve Cuma gününün büyük fazileti ortaya konulmaktadır. Bu hususta kadınların paylaşımlarını yaparken Cuma günü çok paylaşım yaptığı çocuklarını namaz kılarken paylaşması gibi hususların da ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu noktada sadece mütedeyyin kesimin değil, tüm toplumun ve dini görevlilerinin dini medya okuryazarlığı/ sosyal medya okuryazarlık dersi/ eğitimi almalarında büyük önem bulunmaktadır.

Bu hususta kadınların paylaşımlarını yaparken Cuma günü çok paylaşım yaptığı çocuklarını namaz kılarken paylaşması gibi hususların da ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu noktada sadece mütedeyyin kesimin değil, tüm toplumun ve din görevlilerinin dini medya okuryazarlığı/ sosyal medya okuryazarlık dersi/ eğitimi almalarında büyük önem bulunmaktadır.

Dijital platformlarda görülme ve göstermenin normal görülmesi bireylerde mahremiyet alanlarında değişmeye yol açmıştır. Dijital ağlardan olan sosyal medyadaki kullanıcılar, birbirlerinin mahrem alanlarına müdahale edebilmektedirler. Gizliliğe dayalı olan mahremiyet olgusu dijital dünyada bu yönünü kaybetmeye başlamıştır. Yine dijital dünyada güzel olanın beğenilmesi gizlilik imgesini itibarsızlaştırmıştır.[462]

Bu çerçevede gizlilikten öte güzel olanı gösterme hem değeri hem de popülerleşebilmeyi sağlamıştır. Özellikle de beğenilme ve popüler birer kimliğin kazanıldığı alan ise İnstagram kullanımında gerçekleşmiştir. İnstagram, kullanım özellikleriyle görünme ve göstermeye dayalı bir sosyal medyadır. İnstagram'ı kullanan bireyler kendilerini, benliklerini, sosyal yaşamdaki etnik rol ve statülerini paylaşımlarla göstermeye çalışmışlardır. Ayrıca hangi dini gruba mensup olduklarını ve hangi dini

[461] Cuma, 9/62.

[462] Hülya Semiz Türkoğlu, "Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (2018), ss. 163-189.

kimliği taşıdıklarını paylaşımlarla belirtmişlerdir. İnstagram'da yer alan kullanıcılar profillerinde ve ana sayfalarında dini kimlikleri çerçevesinde dindarlıklarını paylaşımlarla ifade etmişlerdir. Bu paylaşımlar arasında Cuma gününün dini önemini ve ibadetini gösterebilmek amacıyla metinsel anlamda âyet ve hâdislere, görsel anlamda ise cami, Kur'an-ı Kerim ve Kâbe'nin fotoğraflarının paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte "dijital dindarlık" olarak kavramsallaştırılan beden ve selfie paylaşımları oldukça dikkat çekici olmuştur. Dijital ibadetlerin hızlı ve kolay gerçekleşmesi sayesinde Müslümanlar, dijitalleştirdikleri dijibadetlerini sosyal medya kullanımı üzerinden gerçekleştirmeye başlamışlardır. Cuma hutbesi okunurken çekilen selfieler, şeytan taşlama veya Kâbe ile olan yakınlığın fotoğraflanarak sosyal medyada yayılması dijital ibadet söylemine dönüşmüştür. Müslüman dindarlığın görünümü de dijital alanın özelliklerine göre paylaşılmıştır. Özellikle müslüman dindar kadınların İnstagram kullanımında fotoğraf paylaşımları ile birlikte metinsel olarak paylaştıkları yazılı metinlerde dindarlıklarını dijitalleştirerek göstermektedirler. Dindar İnstagram kadın kullanıcıları dijital ibadetlerini paylaşımlarıyla gösterirken mahremiyet alanlarının görünümünü normalleştirmişlerdir."[463] Dini yaşama boyutunda teknolojinin getirdiği dini öğrenme kolaylığı katılımcılar tarafından çok olumlu algılanmaktadır. Kur'an okuma, ezberleme, dinlemede teknolojik aletleri kullanmanın kolaylığı vurgulanmaktadır. Katılımcılar, dini bilgiye erişim kolaylığı ve çoğulculuğun, özellikle anne babalarına ait katı geleneksel dini anlayışı yumuşattığı ve dini daha yaşanır kıldığı konusunda hem fikirdirler. Bu durum ulaşılamayan din bilgisi anlayışının değişimini sağlamaktadır. Teknolojinin gelişmesi dinin geleneksel öğrenme, öğretme ve dini yaşama şekillerinde değişme meydana getirmiştir. Eskiden Kur'an-ı Kerim'i öğretme sadece bir hoca nezaretinde gerçekleşirken şimdilerde Kur'an-ı Kerim'i öğretme programları aracılığı ile sanal ortamdan da destekle öğretme yapılabilmektedir. Bu durumun hocanın direkt otoritesinden yoksun olması sebebiyle eskiden mevcut olan öğrenme korkusunun şimdilerde olmadığı vurgusu yapılmaktadır. Devlet ve uygarlıkların da canlı organizmalar gibi belli bir ömürleri vardır; bu ömür genel olarak 120 yıl olup bu da en çok üç nesil eder. Buna göre medeniyetler statik değildir. Onlar gelişerek değişirler. Ulusların durumları da değişkendir. Yine toplumların dindarlıkları gibi yaşam biçimlerinde de

[463] Bahset Karslı, Sezen Aycan, "Instagram ve Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Paylaşımları Örneği", *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*, (2020), ss. 251-257.

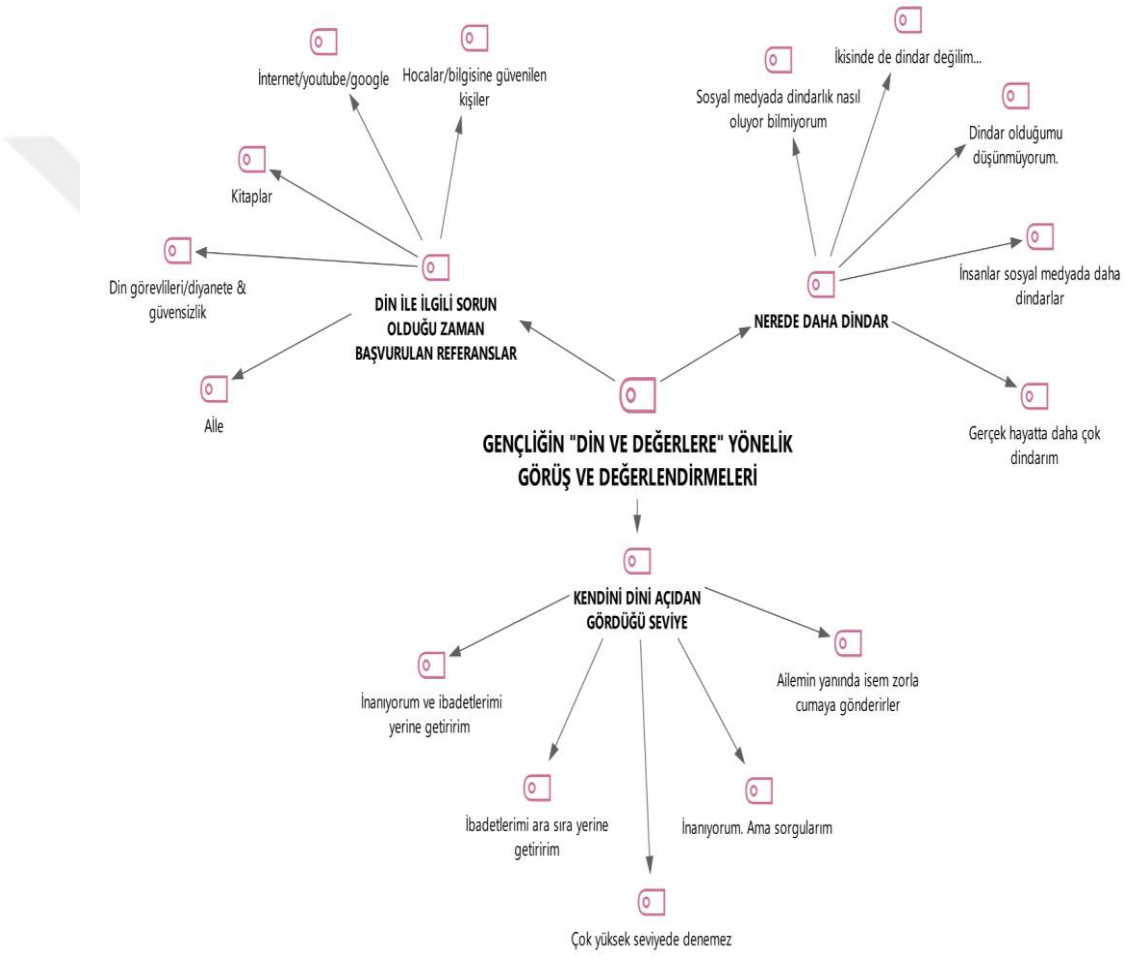
değişmeler yaşanır. Bu değişiklik ayrıca bireylerde, zamanlarda ve kentlerde de görülür fakat bu süreç çok yavaş işlediğinden bu değişikliği çok az kişi fark eder.[464]

Dijital gelişmeler, Kur'an-ı Kerim okuma, mevlid, mukabele okuma usul ve erkânını da değiştirmektedir. Hocayı dinlemekle gerçekleşirken şimdilerde özel bir ortam ihtiyacı duymadan yine kayıttan dinleyerek mukabele gerçekleştirmek mümkün olmaktadır. Ayrıca hafız olmak için uygulanan hafızlığın geleneksel metoduna alternatif olarak internet üzerinden yapılan hafızlık çalışmaları da görülmektedir. Ayrıca dinin içeriğine ait öğrenmeler de ise artık sanal ortamda çok fazla bilgiye ulaşma imkânı tek kaynaklı, daha otoriter bilgi ve fetvalar yerine çoğulcu bir anlayış geliştirmiştir. Eskiden dini herhangi bir konu hazırlamak için çok sayıda kitapları taramak ve incelemek gerekirken şimdilerde arama motorları sayesinde aranan bilgi her ne ise herhangi bir kitabın kendisine gerek duymadan tüm ayrıntılarla isteyen kişinin önüne gelmektedir. Bununla birlikte akıllı telefonlarda bulunan namaz vakitleri ve ezan programları da mütedeyyin kesimce kullanılmaktadır. Tüm bu durumlar, dini bilgilerin ve fetvaların güncellemesini gerektirmektedir. Eskiden mushaf abdestsiz tutulmazken besmelesiz açılmazken, şimdilerde Kur'an'ı Kerim okuyan kalemler ya da ekranına Kur'an'ı Kerim aktarılan ipad, laptop ya da akıllı telefonları açarken ya da dokunurken durum ne olacaktır? Ayrıca Kur'an'ı Kerim'i sanal ortamda dinlemekle birebir dinlemek aynı mıdır? Tüm bu verilerin ışığında şu saptama önemlidir; eskiden dini yaşamak için olmazsa olmaz dinin kurumsal (cami, hoca, cemaat, mushaf) araçlarına şimdilerde çok ihtiyaç duyulmadan dini ritüeller yaşanabilmektedir. Dini yaşama daha öznel bir alana taşınmaktadır. Ucuza çok fazla çeşit ürün alabilme imkânı ihtiyaçların sınırlarını genişletmiştir. Geleneksel dindar kadının ihtiyaç tanımı ile modern dindar kadının ihtiyaç tanımı değişmiştir. Önceleri zorunlu şeyler ihtiyaçken şimdilerde konfor sağlama da ihtiyaç haline gelmiştir. Teknoloji sanal olanla teması artırmıştır. Ekrana odaklı hazır düşünce modellerin sunulduğu yeni teknoloji imkânları, insanı derin düşünme ve tefekkürden uzaklaştırmaktadır. Teknoloji ile geçirilen zamanın uzadıkça geçirilen zamanı fark etme durumu azalmaktadır. Dini ritüellerdeki vakitli ibadetler de bu farkındalığın azalmasından dolayı uygulama sıklığı azalmaktadır. Teknolojinin kısa sürede daha fazla insana ulaşma imkânı özel mesajlar yerine tek tip mesajların bir anda

[464] Zakir Kadirî Ugan, *Mukaddime*, C. I, Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınlari, 2004, ss. 392-394.

çok sayıda insana ulaşmasını sağlamaktadır. Bu durum, kutlama geleneğini sanallaştırmış; insanın duygusal iletişimini azaltmıştır. İnfak, sabır, kanaat, tefekkür gibi dini değerlerin yaşama şekli değişmektedir. Ayrıca teknolojinin geliştirdiği bağımlılık sebebiyle ibadet etme farkındalığının azaldığı, dini geleneksel kutlama biçimlerinin (ziyaret yerine sanal mesajlar) değiştiği ve sanal hurafelerin arttığı sonuçları çıkmaktadır. Sonuç itibari ile teknoloji kullanımının yaşam tarzını değiştirdiği kanaatine ulaşılmıştır.

2.2. Ana Tema 2: Gençliğin "Dine Yönelik" Görüş ve Değerlendirmeleri"



Şekil 7: Gençliğin Din ve Değerlere Yönelik Görüş ve Değerlendirmeleri

(MAXQDA Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli)

Katılımcıların dine yönelik görüş ve değerlendirmeleri incelendiğinde üç ana temada ele almak mümkündür Bunlardan ilki *gençlerin kendini dini açıdan gördüğü seviye*, ikincisi *din ile ilgili sorun olduğu zaman başvurdukları referanslar* ve *nerede daha dindar* olduklarına yönelik odaklardır.

2.2.1. Kendini Dini Açıdan Gördüğü Seviye

Öğrenciler ağırlıklı olarak kendini inançlı olarak görmekle birlikte, ikilemde olanlar, ibadetlerini ara sıra yerine getirenler ve inançlarını sorgulayan öğrenciler de bulunmaktadır. Katılımcılar kendilerini her iki uç arasında da tanımlamaktadırlar.

> *İnanıyorum. Ama sorgularım. (K-24-K-19- FEF.-1. S.- Bursa-1000 TL)*
>
> *İnanıyorum. Sorguluyorum. Hep aynı yerde buluyorum… (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)*
>
> *Kendimce inançlı bir Müslüman olduğumu düşünüyorum. Diğer dinleri araştırma ve merak etme arzum da fazlasıyla var. (K-31-K-20-FEF.-1.S.-Artvin-1800 TL)*

Öğrencilerin bir kısmı, kendini inançlı ve ibadetlerini yapan kişiler olarak nitelendirmiştir. Bu öğrencilerin çok büyük bir kısmı ilahiyat fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır.

> *Kendimi dindar, inançlı olarak kabul ediyorum. Tüm ibadetlerimi yerine getirmiyorum ama üzüldüğüm zaman namaz kılarım. (K-05-K-22-FEF.-1.S.- Türkmenistan-750 TL)*
>
> *İbadetlerimi yaparım kendi ölçülerinde ama günah benim, sevap da benim anlayışına sahibim. Dolayısıyla küfür de ederim, içki de içerim, gerekirse namazımı da kalırım. Bence her koyun kendi bacağından asılır anlayışı benim genel dünya görüşümdür. Çoğu zaman Müslüman gibiyimdir ama bence herkes öyle zaman zaman farklı şekilde davranan insanlar oluyor. (K-07-K-21-FEF.- 1.S.- Bursa-1500 TL)*
>
> *İnanıyorum ve ibadetlerimi tam olarak yerine getiriririm. (K-09-E-21- İ.F.-1.S.- Ankara-200 TL)*
>
> *İnanıyorum ve ibadetlerimi ara sıra yerine getiririm. (K-14-E-24- Keles MYO-1.S.- Bursa-1000 TL)*
>
> *İbadetlerimi her zaman yerine getiririm. Yapamazsam vicdanım rahatsız olur. (K-15- K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)*
>
> *Ben inanıyorum ve ibadetlerimi yerine getiriyorum. Buna çok önem veriyorum tabi ki. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)*
>
> *İnanıyorum ve ibadetlerimi yerine getiririm. Sadece ibadet yönünden değil ahlâk yönünden de özenliyimdir, dedikodu yapmamaya gayret ederim mesela. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)*

İnanıyorum, ibadetlerimi yerine getiriyorum. Ama ibadetler gizli olmalı. (K-30-K-24- FEF-1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Küçüklüğümden beri önem gösterdiğim bir konu. İbadetlerini yerine getirmeye çalışıyorum. Ailemden aldığım bilgiler ve gördüklerim doğrultusunda dini bilgiler ve ibadetlerle iç içeydim. Ailemde zorlama olsaydı belki bu şekilde olmazdı. Kendim okuyup araştırıyorum, diğer dinleri de. Hiçbir şekilde ailem namaz kıl veya tesettüre gir gibi zorlamada bulunmadığı için daha samimi ve gerçek duygularla ibadetlerimi yerine getirdiğimi düşünüyorum. (K-37-K-19-E.F.-1. S. K. Maraş-500 TL)

İbadetlerimi kendi imkânım ele verdikçe yapmaya çalışıyorum. İbadetlere önem veriyorum. (K-39-K -21- E.F.-1.S. -Bursa - 3500 TL)

İnanıyorum ve ibadetlerimi yerine getiriyorum. Kendime çok dindarım diyemem. Kul ile Allah arasında bir ilişki diyebilirim. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

İbadet ve amellerimde ilahi ölçülere göre yaşamaya çalışıyorum (K-95-E-25 İ.F. 4. S. Bosna-750 TL)

Dini ibadetlerini riâyetle eda ediyorum. Bu beni mutlu ediyor. (K-96-E-25 İ.F. 4. S. Kosova-650 TL)

Bazı öğrencilerin inanç noktasında eksiği olmamasına rağmen ibadet noktasında kafasının karıştığı görülmektedir.

Bir yaratıcının varlığına inanıyorum. Kurallar koymuş. 4 kitap indirilmiş. Her biri başka şeyler söylüyor, okudum. Son kitabın Kur'an-ı Kerim olduğu söyleniyor. Bugüne kadar değişmeden geldiği ne malum? Bence bir yaratıcı varsa kurala kaideye gerek olmamalı. Açıkçası ikilemdeyim. Bana ne doğru geliyorsa onu yapıyorum. Yapmak istersem yapıyorum, istemezsem yapmıyorum. (K-21-E-23-FEF. -3.S.-İstanbul-4000 TL)

Bazı öğrencilerin inandığı ama ibadetlerini yerine getirmediğini farklı dinlere ve inanç sistemlerine dayanarak hareket ettiğini görmekteyiz. İnanıyorum. İbadetlerimi yapmıyorum. Ben mucizevi şeylere inanıyorum. Hristiyan lığın bazı imgelerini resimlerimde kullanıyorum. Batıl şeylere inanıyorum ve çiziyorum. İyileştirme gücüne inandığım için bunları takip eder ve çizerim. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Öğrencilerin bir kısmı da ibadet noktasında ailelerinden veya çevreden baskı gördüklerini dile getirmektedirler.

Ailem zorla cumaya gönderir. Ben Cuma vakitleri Bursa'da isem rahatım, uyurum. Ama ailemin yanında isem zorla gönderirler. Bazen kaçıp çekirdek kola yaptığımız bazen playstation oynadığımız zamanlar olur. Allah affetsin. (K-08-E-22- Z.F.-4. S. -Muğla-1000 TL)

Kendimi dini acıdan çok zayıf görüyorum, ailemde annem ibadetlerini yerine getirir. Ben cumaya giderim, arada aksatırım ama giderim. Ramazan'da 1 gün yerim, 29 gün oruç tutarım genelde. Kafam biraz karışık din konusunda. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

Bazı öğrenciler, kendilerini tanımlarken iyi insan olmanın dinin temeli olduğu ve bu yüzden nihai hedefin bu olması gerektiği yönünde görüş belirtmişlerdir.

Din benim için önemli ama iyi olmanın yolu din olarak düşünmüyorum, iyi insan olmak iyi olabilmenin bir yoludur diye düşünüyorum. Dolayısıyla ama din olmadan da bazı ülkelerin daha iyi, daha başarılı, daha güzel olduğunu düşünüyorum. Her ne kadar intihar oranı çok yüksek olsa da bence Japonya'daki insanların daha mutlu ve hayatları daha iyi olan ve daha başarılı bir ülke olduğunu düşünüyorum. (K-07-K-21-FEF.- 1.S.-Bursa-1500 TL)

Bazı öğrenciler, kendilerini deist olarak tanımlamış, yaratıcının varlığına inandığını ama bunun genel yaratıcı anlayışıyla örtüşmediğini belirtmişlerdir.

"Deistim". Yaratıcıya inanıyorum ama bu insanların bildiği anlamda bir din değil. Bütün dinler benim için çok önemli ama yaratıcının bizden daha çok önemli işlerle uğraştığını düşünüyorum. Yani benim hayatımda sınavı geçmişim, eşimle ayrılmışım, kavga etmişim, kaza yapmışım gibi… şeylerle uğraşmaktan öte, gezegenler Galaxy, meteor işte büyük yangınlar, afetler bence bunlar onun hayatında çok daha önemli… Bu nedenle benim gibi kendi halinde yaşayan bir vatandaşın yaratıcı ile olan ilişkisini saçma buluyorum. (K-06-E-24- FEF-1.S.-Bursa-1500 TL)

Bazı öğrenciler, inanç olarak çok yüksek seviyede olmasa da ibadetlerini yerine getirmeye çalıştığını belirtmiştir.

Çok yüksek seviyede denemez, orta demek ne kadar doğru olur onu da bilemem ama bayramlarda kandillere, bazen Cuma günleri Kur'an-ı Kerim okurum. Ramazan'da teraviye giderim. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500 TL)

Bazı öğrenciler ibadetlerini arada sırada yerine getirdiğini belirtmişlerdir.

Temel dini esasları yerine getiren, yalnız manevi anlamda hala gelişmeye ihtiyaç duyan bir birey olarak görüyorum (K-44-K-19 E.F.-1. S.-Bingöl -1000 TL)

Orta seviye diyebilirim. Namazlara devamlılık için kimi zaman üstün gayret gösteriyorum. Bir anlamda benim için nefsi mücadele biçimidir. Tabi bu devam için çabamı ailemin teşviğine borçluyum. Oruç vs kaçırdığım olmaz nerdeyse. Ancak kalbi manada zayıf bir İmân ile karşı karşıya kalıyorum. Bir anlamda dinimi yaşamam şekilcilik ile sınırlı kalıyor. (K-34-K-19-E.F -1. S.- Zonguldak-450 TL)

İbadetlerimi ara sıra yerine getiririm. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-Hatay-700 TL)

İbadetlerimi ara sıra yerine getiririm. Yılda iki kez bayramlarda namaz kılarım. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Bazı öğrenciler çocuklukta Kur'an-ı Kerim ve sûre de öğrenirken aldığı hazzın büyüdükçe azaldığını ölüm korkusu aklına geldiğinde dine yöneldiğini belirtmiştir.

Küçükken Kur'an-ı Kerim kurslarına gitmeyi çok severdim. Bu, din sevgisinden çok, köy çocuklarıyla vakit geçirmek içindi aslında benim için. Tabi aynı zamanda Kur'an-ı Kerim ve sûre de öğreniyordum. Ama tabi büyüdükçe unuttum, uzaklaştım. Ölüm aklıma geldiğinde, içime korku sardığında kalkıp namaz kıldığım doğrudur. Onunla beraber ramazan aylarında orucumu tutarım. (K-46-K-18-FEF. -1. S.- Bartın-500 TL)

2.2.2. Din ile İlgili Sorun Olduğu Zaman Başvurulan Referanslar

Katılımcıların din ile ilgili sorunları olduğu zaman okuldaki hocalara/bilgilerine güvendikleri kişilere; din görevlilerine, internet, Youtube, Google gibi sosyal medya araçlarına; arkadaşlarına, ailelerine ve kitaplara başvurdukları görülmektedir.

Öğrenciler dini konularda soru sormak istediği zaman bilgisine güvendiği, inandığı hocalara danıştığını belirtmiştir.

Çok güvendiğim bir tarih öğretmenim var, ona danışırım. (K-17-K-19- E.F.-1. S.-Bursa-1500 TL)

Okuldaki hocalarım. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.-210 TL)

Güvendiğim hocalara sorarım. (K-96-E-25-İ.F. 4. S. Kosova-650 TL)

Bazı öğrenciler, hoca olup olmadığına bakmaksızın bilgili olduğunu düşündüğü kişilere danıştığını belirtmişlerdir.

Dini konularda merak ettiğim, kafama takılan bir şey olursa din hakkında gerçekten bilgi sahibi olduğunu düşündüğüm kişilere sorarım. Çünkü onlar Kur'an-ı Kerim mealine göre konuşan insanlar olur genellikle. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

Bir yardım kuruluşunda tanıdığım biri var. Dini birçok şey öğretti bana onun bilgilerine güveniyorum, ona sorarım, o yönlendirir. (K-37-K-19-E.F. -1. S.- K. Maraş-500 TL)

Genellikle mesleki olarak bilen bir büyüğüme danışıyorum. Babam vaiz, ilk olarak ona soruyorum özellikle. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Öğrencilerin bir kısmı dini konularda müftülere veya diyanete güvenmediği için soru sormayacağını belirtmiştir.

Türkiye'de Diyanete güvenmiyorum. Müftüler torpil yapıyor. Bunu kendi gözümle gördüm. Diyanet çok da itibar ettiğim bir kurum değildir. İmamlara da güvenmiyorum. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Bazı öğrenciler de dini konularda devletin kurumlarına soru sormayacağını, böyle bir hizmet almadığını belirtmiştir.

Müftülüğe başvurduğumu söyleyemem. Soru soran biri olmuştu. Benim verdiğim cevapta istediğini alamadığı için fetva hattına başvurabileceğini söylemiştim. Tabi arkadaşım onlardan da aynı cevabı aldı. (gülüyor) İnsanlar istediği cevabı öğrenene kadar uğraşıyor. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Din görevlilerinden bu konuda bir hizmet, yardım almadım (K-17-K-19- E.F.--1. S.- Bursa-1500 TL)

Şimdiye kadar herhangi bir din görevlisinden böyle bir hizmet istemedim. (K-26-K-18- FEF.-1. S.-Antalya-400 TL)

Öğrencilerin bir kısmı din görevlilerine danıştığını belirtmiştir.

Camiye giderim, hiç çekinmem hocayı bulurum, sorarım. Çünkü onun görevi o. Sonuna kadar de giderim, ne kadar tepki aldığım zamanlar da olsa onun görevi odur. Benim tipime ve dış görünüşüme vesaire bakmadan cevaplamak zorundadır

ama çok zaman çok tepki aldığımı gördüm. İnsanlar benim saçımdan, makyajımdan ötürü yadırgadılar. (K-07-K-21-FEF.- 1.S.-Bursa-1500 TL)

Din görevlileri. (K-19-K-23- FEF.- 3.S.- Suriye-600 TL)

İlmihale bakarım, bulamazsam e-devlet diyanetin soru sorma kısmına sorarım, yine olmazsa bir imama sorarım. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Müftülüğe de bu konuda güvenebiliriz. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Öğrencilerin bir kısmı dini konulardaki sorularının cevaplarını e-devlet üzerinden, Google'dan veya dini bilimsel sitelerden aradığını belirtmektedir.

E-devlet, diyanetin soru sorma kısmına sorarım. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

İnternete bakarım. (K-13-K-21- Keles MYO-1.S.-Bursa-700 TL)

Bilimsel siteler. (K-19-K-23- FEF.- 3.S.- Suriye-600 TL)

İnternet yardımıyla Kur'an -ı Kerim meallerine bakarım. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Google'a bakarım, birkaç tane siteye bakar, bir site ile kısıtlı kalmam. İnternetten faydalanmam bu şekilde olur. (K-04-K-21- FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Dini bir konu hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı kullanmam. Bu konularla hiç ilgim yok. Olur da merak edersem Google'a yazar öğrenirim. (K-08-E-22- Z.F. 4. S. -Muğla-1000 TL)

Genelde Google. (K-30-K-24- FEF.-1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Dini konularda merak ettiğim, kafama takılan bir şey olursa Google'a yazar bulurum. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

Öncelikle Google bunun için iyi bir araçtır. Orada yeterli bilgi yoksa bu konuda bilgili birisine veya bir kitaba danışırım. (K-34-K-19-E.F.-1. S.- Zonguldak-450 TL)

Google'a da bakarım ama orada herkes her şeyi yazabiliyor, ne kadar güvenilir ve doğru sonuçlar alınır bilemiyorum. (K-37-K-19-E.F. -1. S. K. Maraş-500 TL)

Dini konularda merak ettiğim, kafama takılan bir şey olursa Google'a yazar bulurum. (K-40-K-19- E.F.-1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Sosyal medyadan takip ettiğimiz hocalar da referans olabilir. (K-41-K-21-İ.F.-3.S.-Trabzon- 400 TL)

Bazı öğrenciler soruların cevabını yine internette ama Youtube üzerinden takip edilen hocalarda aramaktadır.

Youtube'da izlediğim 2 kanal var içerik konuları çok geniş, orada anlattıkları için cevap bulurum. (K-37-K-19-E.F.-1. S. K. Maraş-500 TL)

Youtube. (K-44-K-19 E.F- 1. S.- Bingöl -1000 TL)

Bazı öğrencilere göre de internet ve sosyal medya birinci dereceden bilgi kaynağı olamaz**.**

İnternet ve sosyal medya ise asla birinci dereceden referans değil. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Bazı öğrenciler okuldaki ablalarına, arkadaşlarına veya internete sorduğunu belirtmiştir. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Arkadaşlar ve internet. (K-46-K-18-FEF.-1. S. - Bartın-500 TL)

Öğrencilerin bir kısmı dini konularda bilgisine güvendiği aile fertlerine danışmaktadır.

Dini konularda merak ettiğim, kafama takılan bir şey olursa önce aile büyüklerime sorarım dinle ilgisi olan aile büyükleri tercihimdir. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler MYO Hatay-700 TL)

Aileme danışırım özellikle anneme. (K-15-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-900 TL)

Bir sorunum olursa ailemle konuşurum. Çünkü bana şimdiye kadar bildiğim her şeyi onlara öğretti. Özgür bıraktı, dolayısıyla beni yönlendirmeyeceklerini, tarafgir olmayacaklarını biliyorum.

O anlamda onlara sorarım. (K-03-K-21- FEF--1.S. Çorum-600 TL)

Dinle ilgili bir sorun yaşadığımda ailemle görüşürüm. Çünkü benim en yakınımdaki, en çok güvendiğim insanlar onlardır. (K-05-K-22- FEF.- 1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Sorum olunca annemi ararım. Ona güvenirim. Bilgisi de vardır. (K-26-K-18-FEF.-1. S.-Antalya-400 TL)

Kendi fıkıh kitaplarım babam. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Dayım imam ve ona çoğu zaman danışırım ve fikir edinirim. Bazen uyuşmasa da düşüncelerimiz ban çok yardımcı oluyor. (K-31-K-20-FEF. -1.S.-Artvin-1800 TL)

Ailemle de paylaşır ortak bir kanıya varırım. (K-40-K-19- E.F. 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Genellikle mesleki olarak bilen bir büyüğüme danışıyorum. Babam vaiz, ilk olarak ona soruyorum özellikle. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Değerlerin edinilmesinde öğrenci ailelerinin öncelikli görevleri, örnek davranışlar sergileme, onlara uygulama yaptırma, ilgili sorunların çözümüne odaklanma, değerlerin kazanılıp kazanılmadığını kontrol etme, anlayışlı olma, özendirici yaklaşımlar sergileme, çevre bilinci edindirme[465] biçiminde ifade edilebilir.

Öğrenciler bazen de sorularına kitaplardan cevap bulmakta veya Kur'an-ı Kerim'den bakmaktadır.

Kur'an'da Türkçesini de okuduğum oldu. (K-03-K-21- FEF.-1.S. Çorum-600 TL)

Kitaplara bakarım. (K-02-K-21- Keles MYO-1.S.-Bursa-700 TL)

Eğer kafamda herhangi bir sorun oluşursa kitapları açar, onları okurum. (K-04-K-21- FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Sorularıma cevap bulmak için Kur'an-ı Kerim'e bakarım sosyal medya bakmam. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Kitaplara bakarım. (K-12-K-21- Keles MYO-2.S.-Diyarbakır- 500 TL)

Aileme, kitaplara danışırım. (K-16-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)

Ben her kitabı okuyorum. Ne biliyorsunuz, belki İncil bana daha iyi gelecek? Din felsefeyle anlaşamaz diyorlar. Lisede dincilerle felsefeciler hep tartışırdı. Bunlar inanmaz diye. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Kitaplar. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Kitaplar en net referanslar. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Kitaplara müracaat ederim. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Kitaplar. (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3.500 TL)

Kur'an-ı Kerim (K-44-K-19 E.F.-1. S.-Bingöl -1000 TL)

İlim kitaplarına bakarım. (K-95-E-25-İ.F. 4. S.- Bosna-750 TL)

Arapçayı öğrendiğim için eski kitaplara bakarım. (K-96-E-25 İ.F. 4. S. Kosova-650 TL)

Bazı öğrenciler ikincil kaynaklara baktığını ilmihalden destek aldığını belirtmiştir. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Daha sonra belki ikinci kaynaklardan olan ilmihal kitapları olabilir. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

İlk kaynağımız kitaplar, Kur'an-ı Kerim, sünnet en genel itibariyle nasslar diyebilirim. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

[465] Tekin Çelikkaya, Osman Seyhan, "Değerlerin Kazanılmasındaki Etkili Faktörler (Öğrenci Görüşleri)", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 2016, s.167.

2.2.3. Nerede Daha Dindar

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyada mı, gerçek hayatta mı daha dindar olduklarını öğrenmeye çalışıldığında; öğrenciler arasında dindar olmadığını belirtenler de bulunurken, gerçek hayatta daha çok dindar olduğunu düşünen öğrenciler de bulunmaktadır.

Gezginci ve Işıklı tarafından 2018 yılında yayımlanan "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz Dini içerikli Paylaşımlar" adlı çalışmada 200 kişilik örneklem grubuna dini içerikli paylaşımların "daha dindar görünme" veya "daha muhafazakâr görünme" fırsatı olarak görülüyor mu? (Toplumsal görünürlük sorunu) sorusu yöneltilmiş, Katılımcıların çoğu (%70,5), dini içerikli paylaşımların kullanıcılar üzerinde dindarlaştırma etkisini kabul etmemektedir.[466] Genelde insanların sosyal medyada daha dindar göründüklerini belirtmektedirler. Özellikle sosyal medyanın insanı arzu edilen, idealize edilen bir tip olarak göstermeye çalıştığını belirtmişlerdir. Din ve değerlerin sosyal medyadan öğrenilemeyeceğini belirtmektedirler. İfadelerden de anlaşılmaktadır ki her iki mecrada da dindar olmayan öğrenciler bulunurken, gerçek hayatta daha çok dindar olan öğrenciler vardır.

Dindar olduğumu düşünmüyorum. (K-43-K-19-E.F.- 1.S.- Rize-*3.500 TL)*

Kimi öğrenciler ise sosyal medyada dindarlık konusunda biraz kafası karışmış olarak görüş belirtmiştir.

Sosyal medyada dindarlık nasıl oluyor bilmiyorum ama orda dindar değilim. Gerçek hayatımda da orta yolu buluyorum din konusunda. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

Öğrenciler insanların sosyal medyada daha dindar olduğunu düşünmektedirler.

İnsanlar sosyal medyada daha dindarlar. Sanatçılar bunu özellikle çok kullanıyorlar. Belki gerçekten de öyledirler. Ancak sosyal medyada paylaştıklarıyla gerçek hayattaki pratikleri pek uymuyor. Ona buna çirkin saldırıyorlar. Oradan prim elde etmeye çalışıyorlar. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

---

[466] Gamze Gezginci, Şevki Işıklı, "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi,* (2018), s.128.

İnsanlar kesinlikle gerçek hayatta daha dindar değiller. Sosyal medyada öyle gözükmek için paylaşım yapıyorlar. Ben neysem oyum. Çok dindar değilim ama bunlarla ilgili medyada paylaşım yapmam. Yapanların da gerçeklik payının olduğunu düşünmüyorum. (K-26-K-18- FEF.-1. S.-Antalya-400 TL)

İnsanlar sosyal medyada daha dindar görünüyorlar. Ben sosyal medyada yaptığım iyilikleri, yardımları ancak onları paylaşırım. (K-04-K-21- FEF. -1. S.-Bursa-2000 TL)

Sosyal medyada daha dindar gerçekte oooo… Mevlidi canlı yapanlar ve oradan katılanlar oldu, hey Allahım ya. Kahve içip üzerine 40 yıl daha kitledim yazıyorlar. Gıcık oluyorum. Arkadaşlık, muhabbet nerde? (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Sosyal medyada daha dindarlar. Biz kendi içimizde yaşarız. (K-30-K-24- FEF.- 1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Gerçekten dindar ise gerçek hayatta onu gösteriyor. Yalandan yaşayanlar sosyal medyada algı yaratıyor. (K-16-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)

Bazı öğrenciler gerçek hayatta da sosyal medyada da dindar olmadıklarını belirtmiştir.

İkisinde de dindar değilim… (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000T)

İkisinde de aynı. (K-13-K-21- Keles MYO --1.S.-Bursa-700 TL)

Her ikisinde de dindar değiller. Ben kesinlikle dindar değilim. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

İkisinde de kararsızım ben. (K-11-K-22- Keles MYO-1.S.-İzmir-700 TL)

Öğrenciler, dinin öğrenileceği de gösterileceği yerin de sosyal medya olmadığı görüşündedir.

Din ve değerler sosyal medyadan öğrenilmez (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo Hatay-700 TL)

Öğrencilerin çoğunluğu gerçek hayatta daha dindar olduklarını belirtmiştir.

Ben gerçek hayatta daha çok dindarım, sosyal medyada yaptıklarımı paylaşmam. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-Hatay-700 TL)

Gerçek hayatta daha çok dinler olan bir insanım. (K-05-K-22- FEF.- 1.S.- Türkmenistan-750 TL)

Sosyal hayatta mı gerçek hayatta mı daha dindarım diye soracak olursanız, ben gerçek hayatta daha dindarım. (K-07-K-21-FEF-1.S.-Bursa-1500T)

Gerçek hayatta. (K-12-K-21- Keles MYO -2.S.-Diyarbakır- 500 TL)

Ben gerçek hayatta daha dindarım. İbadetlerimi yerine getirmeye çalışırım. (K-19-K-23- FEF.-3.S.- Suriye-600 TL)

Gerçek hayatta daha dindar olduğumu düşünüyorum. Çünkü sosyal medyada dinle alakalı şeyler paylaşmıyorum. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Gerçek hayatımda çünkü sosyal medyayı din konusunda uzaktan takip ediyorum, hiçbir mesaj durum vs. şeylere yanıt vermiyorum. (K-40-K-19- E.F. 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Gerçek hayatta sosyal medyada bu tarz bir kimliğe sahip değilim. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Ben gerçek hayatta daha dindarım. Sosyal medyada böyle paylaşımlar yapmam. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Tabi ki gerçek hayatta. Ben hesaplarımda dini hiçbir şey paylaşmıyorum. Bakılır ise sosyal medya hesaplarıma ilahiyatçı olduğuma şaşırabilirler. Açıkçası Facebook'u okul sitesini takip edebilmek için kullanıyorum. Twitter'de Cumhurbaşkanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, İçişleri, Dışişleri Bakanlığının sosyal medya hesaplarını takip edebilmek için kullanıyorum. Paylaşım yaptığımı söyleyemem. İnstagram'da aile ve arkadaş ortamım olduğu için daha kişisel paylaşımlar yapabiliyorum. Dini içerikli bir şey paylaşmıyorum. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Gerçek hayatta kendimi daha dindar olarak tanımlarım. Çünkü sosyal medyada dini kimliğimi pek yansıtmıyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Aslında sosyal medyada paylaşımlar yapmam, onun için gerçek hayatta kendimi daha dindar hissederim. (K-96-E-25 İ.F. 4. S. Kosova-650 TL)

Dindarlık sosyal medya vs ile olabilecek bir sey degil. Gerçek hayatta da dindarım diyebilecek kapasitem ve imân gücüm çok yok. Sadece uymaya çalışıyorum. (K-34-K-19-E.F. -1. S.- Zonguldak-450 TL)

Her iki temanın analiz sonuçlarından da görüldüğü gibi, katılımcılar kendilerini inanan ve inanmayan arasında konumlandırmaktadırlar. Bu konumlandırmayı da hem gerçek hayatta hem de sosyal medyada dile getirmektedirler. Bununla birlikte din ile ilgili soruları olduğu zaman da öncelikle bilgisine güvendikleri kişilere gitmekle, ayrıca internet, Youtube, Google gibi web sayfalarından yararlanmaktadırlar. Yine bilgisine

güvendikleri aile üyelerine ve arkadaşlarına sorularını yöneltmekte ve özellikle de dini referanslara ve kitaplara başvurmaktadırlar.

Bu kapsamda üç ana tema olarak hem sosyal medyanın hem de dinin katılımcılar özelinde nasıl birleştiğini analiz etmek yararlı olacaktır. Bu bölüme kadar ilk bölümde katılımcıların sosyal medya üzerinden deneyimleri incelenmiş olup, ikinci ana temada din ile ilgili değerlendirmeleri incelenmiştir. Son temada da bu iki konunun kesişiminin analiz edilmesinde yarar bulunmaktadır.

Sosyolog Erving Goffman'ın uzun araştırmalar sonucu 1959 yılında yazdığı "The Presentation of Self in Everyday Life" (Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu) ve burada önermiş olduğu toplumsal benlik kuramına göre kişilerin günlük yaşam aktiviteleri boyunca sergiledikleri performanslar ve burada kendilerine biçtikleri rolleri gerçekleştirme çabaları yatmaktadır.

Goffman burada atomun molekülleri ve daha sonra da eşyaları oluşturmasından hareket ederek bireylerin rolleri, performansları ve bunlar sonucu meydana gelen gündelik yaşam ve toplumsal ilişkiler ağı üzerinde durmaktadır.

Goffman'a göre, toplumsal yaşam, oyuncular tarafından sahnede oynanan bir tiyatro oyunu gibi görünmektedir [467]

Goffman, insanların başkaları tarafından nasıl görüldükleri konusundaki hassasiyeti noktasından hareket ederek kişilerin başkalarını, kendisiyle ilgili izlenimlerini yönetmeye çalıştığını belirterek buna "izlenim yönetimi teorisi" adını vermiştir. Örneğin bir kişinin günlük hayatta kıyafetlerim nasıl, saçım nasıl? şeklindeki sıradan soruları ve alabileceği cevaplar sınırlıdır ve sıradandır. Oysa güzel bir saç veya giysiyle bunu sosyal medyada yapılan yorumlarda genişletip zenginleştirebilir, kısacası izlenimi yönetebilir.[468]

Goffman, bu noktada birbirini hiç tanımayan iki kişinin günlük hayatta karşılaşmaları veya sıradan bir iletişim içine geçmeleri durumundaki kişilerin davranışlarını, mimiklerini gözlemleyerek tüm maddelerin aslını oluşturan atom ve molekül ilişkisi gibi kişilerin davranışlarındaki ayrıntılar ve buradan hareketle kimlik

[467] Erving Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, İstanbul: Metis Yayınları, 2016, s. 78.
[468] Oğuzcan Akgöl, Cansu Arısoy, "Dünya Düğünden İbarettir: Reality Show Bağlamında 'Zuhal Topal'la Sofrada' Programı Örneği," *T.C. İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, (2018), ss. 69–87.

vitrini oluşturma ve o izlenimleri yönetmeyi açıklamaya çalışmaktadır. Goffman, hayatı bir tiyatroya benzeterek insanların kendilerine biçilen rolü ve rolünün gereği olan beklentileri en iyi performans ile gerçekleştirebilme yeteneği üzerinde durur ve kişilerin her an kendini ve imajını yeniden çizdiğini anlatır.

Bu bağlamda TV'deki pek çok program ve yarışma da bu noktadan hareket etmektedir. "*Dünya Düğünden İbarettir: Reality Show Bağlamında "Zuhal Topal'la Sofrada*" Programı Örneği" adlı makalede de gelin kayınvalide ve sunucunun izlenim yönetme, gelinin gelin gibi kayınvalidenin toplumda beklenen kayınvalide imajı gibi olmasından hareketle yaşanan çatışma ve çözülmeleri görmekteyiz. Nitekim sosyal medyada da insanlar iz bırakarak, yer bildirimi yaparak, beğeniler oluşturarak, zaman akışı oluşturarak kimlik yönetimlerini gerçekleştirmektedirler. İşte çalışmamızın konusu olan bireylerin izlenimlerini yönetme, kendileri hakkında başkaları ne düşünür noktasından hareketle ve bir tarafa ait olma, kabul görme, beğenilme isteklerinden hareketle dini görüş ve davranışlarıyla alakalı paylaşımlar yapmaktadır.

Muhafaza etmek kelimesinden türeyen "muhafazakârlık" kalıbı; bir inancın, yaşayış şeklinin, görüşün veya felsefenin korunup kollanması veya devam ettirilmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla toplumda var olan ve genel kabul görmüş değerler, kendisini muhafazakâr olarak takdim eden kişiler tarafından sunulmaktadır. Bu, sunma, giyim- kuşam, çocuk eğitimi, müzik, sanat ve dekorasyonundan siyasi görüşe dek her alanda görülebilir. Günümüzde bilhassa siyasi bir yaklaşımla kullanılan bu kavram (conservatism), insan ve sosyal çevrenin geleneksel statüde konumlanmasını ister. İlgili kavram içinde aidiyet hisseden bir kişi, tutuculuk bağlamında farklı değerler ortaya konulacağını ifade eder.[469]

Türkiye'de muhafazakârlık, bazen bir siyasi görüşü temsil ederken bazen de marjinal grupların istilasına uğrayabilmektedir. Kendini muhafazakâr olarak kabul eden veya bu kavramla kendini ifade eden kişilerin çokluğu A&G Araştırma Şirketinin "Halkın Ne kadarı Muhafazakâr? sorusunu araştırmasına sebep olmuştur. Halkın ne kadarı muhafazakâr? Sorusuna verilen cevaplar: Evet, muhafazakârım %24.8, bazı konularda

[469] Ernur Genç, Tuba Çoşkun, "Muhafazakârlık ve Türkiye Muhafazakârlıklarının Bazı Halleri", *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* (2015), ss. 27-40.

muhafazakârım... %27.4 hayır, muhafazakâr değilim, %34.2 cevap yok %13.6 şeklindedir.[470]

İbn-i Haldun'a göre devletler canlı birer yapıdır, değişir, gelişir, ölürler; uygarlıklar da dinamik bir yapıya sahiptir, aynı şeyler onlar için de geçerlidir. Âdetleri, din anlayışları, gelenekleri değişebilir. Bu değişim önce kişide başlar, zamanla topluma yayılır. Bu süreç uzun sürdüğü için geç fark edilmekle beraber gören gözler bunu kısa sürede tespit edebilir.[471]

Medya ve din, dayandığı temel felsefe bakımından iki zıt kutubu temsil etmektedir. Medya görünürlük ilkesinden hareket ederken, din benin, egonun ene'nin yok edilebilmesi insan-ı kâmil olma yolunda ilim irfan oluşturma gayesindedir. Ancak sanal ortam ve sosyal medya bu iki kavramı ortak kümede birleştirip "medya dindarlığı" kavramını karşımıza çıkarmıştır. Her türlü otoriteyi, hiyerarşiyi yok sayan, kendi kural ve kanunlarını oluşturan, kendine ait bir jargonu var eden bu yeni form, dijital çağda sanal dindarlık, medya dindarlığı, sanal ibadet veya dijital ibadet gibi kavramları literatürümüze sokmuştur. Burada her türlü heterojen grup varlığını sürdürebilir iken yeryüzündeki din veya inanç sitemlerinin de burada taraftar toplama, kendini tanıtma adına web sayfaları bulunmakta, agnostizim, deizm, ateizm, paganizm gibi yeni inanç grupları da burada kendine alan açmaya çalışmaktadırlar.

Oliver Krüeger'e göre dini grup ve organizasyonun inanç esasları, misyonu ve amaçları periyodik olarak bildirilmektedir. Ona göre bu mecraların amacı; dini hadiselerin konuşulduğu ortamlar yaratmak, ayrıca sıkça sorulan sorulara yanıt vererek grubun dinamizmini muhafaza etmek, bireysel sorunlara gerektiğinde nasihat vermek, ezoterik yaklaşımlara mukabil tutarlı açıklamalar yaparak dini hizmet üretmek, ayrıca insanlara inanç eksenli matbuat ve yayınlar ile faaliyetlerde bulunmak ve gelir sağlamak[472] biçiminde ortaya konulabilir.

Bu noktada medya çalışanları da bu toplumun birer parçası olmaları sebebiyle kendilerini dünya görüşü olarak konumlandırdığı yerlerin olması gâyet normaldir. Ancak yukarıda belirtildiği gibi enformasyon hizmeti gerçekleştirilirken bu anlamda etik

[470] http://www.agarastirma.com.tr/arastirmalar/halkin-ne-kadari-muhafazakar/, (17.01.2021).
[471] Hacer Ev, *İbn Haldun'un Eğitim Görüşü*, (Doktora Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 78.
[472] Nakleden: Haberli, *Sanal Din; Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*, ss. 45-49.

davranmaları da çok önemlidir. Medya ve etik ikişkisi bu nedenle son zamanlarda çokça tartışılan bir konu olmuştur. İletişimin temel okulu olarak adlandırılan Frankfurt ve Chiago okullarında haberin veya bilginin veriliş tarzı bu anlamda önem arz etmektedir Frankfurt Okulu'nda daha özgürlükçü bir anlayış var iken; haberde geçen olayın kim tarafından yapıldığının sorusunun cevabı aranır. Chiago Okulu'nda ise "nasıl oldu?" sorusuna cevap aranırken haberin nasıl aksettirileceği noktasında daha fazla taraftar toplamak için haberin sunumuna bakılır, eşik bekçiliği yapılır. Burada amaç kodlamalarla birlikte bilinçlerin şekillendirilmesidir. Kitle iletişim araçlarında, medyada haber oluşturma ve yayına hazır hale gelme belli aşamalardan denetlenerek olur. Bu haber kalsın, bu geçsin bu şu şekilde sunulsun şeklinde. İşte ajanslardan gelen verilerin editöryel sürecinde bu eşik bekçiliği önemlidir. İşte bu bağlamda dini bilgilerin haberlerin aktarılması hususunda alana vakıf, etik ilkelere bağlı, sağduyulu medya mensuplarının bulunması çok önemlidir. Maalesef bazen medya kuruluşları ve sosyal medyadaki bloglar, hashtaglar konuları çarpıtmakta, eksik yanlış bilgi vermekte, kısacası bilgi kirliği veya olayları manipüle etme sürecine girmektedir.

Özellikle ülkemizde toplumun büyük bir kesimi, dini bilgilerini medya kuruluşlarından öğrenmektedirler. Nitekim Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından geniş kapsamlı olarak yaptırılan bir araştırmaya göre, deneklerin %24,6'sı, dini bilgi kaynağı olarak medyayı işaret etmişlerdir. Böylece toplumun neredeyse dörtte birinin, dini bilgilerini kitle iletişim araçlarından öğrendikleri açıkça ortaya çıkmaktadır. Aynı araştırmada dini içerikli TV ve radyo programlarını takip edenlerin oranı %48,8 olarak bulunmuştur. Ayrıca bireylerin eğitim seviyelerinin yükselmesiyle birlikte medyadan dini anlamda yararlanma oranlarının düşüş eğilimine girdiği de mevcut araştırmadan anlaşılmıştır.[473] Bu sonuçlar, dini içerikli programların çok kişi tarafından takip edildiğini, bu nedenle medya çalışanlarının bu konudaki sağduyusunun önemine işaret etmektedir.

Mesela halkın ibadetlere karşı ilgisizliğini tespite yönelik olarak yapılan bir araştırmada elde edilmiş sonuçlara göre, halkın %19,62'si bunu medyanın olumsuz yayınlarıyla ilintilendirmişlerdir. Buna karşılık %16,67'si ise ibadetlere ilgi

[473] Diyanet İşleri Başkanlığı, *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2014.

göstermemelerinin nedenini, din görevlilerinin olumsuz tavır ve davranışlarına bağlamışlardır.[474]

Kimlik oluşturma dinamik bir eksende sürmektedir. Sanal platformlarda ise an her ileti, resim, bir konu ya da durumun anlatımı vb. birey kimliklerine eklemlenmekte ve bu durum aynen yinelenmektedir. Kişilerin ağlarındaki profiller yine sosyal hayattaki kimlik oluşumunun aracı niteliğinde ön plana geçmektedir. Örneğin Facebook'ta kendi hikâyemizi anlatırken, aynı zamanda ilgili haber kaynağından başkalarının paylaşımlarına da tanık edilmiş olunmaktadır. Bu bağlamda kimlik üretimi iki boyutlu olarak ön plana çıkmaktadır. Bunlardan birincisi bir kimsenin kendi kimliğini ortaya koyduğu 'kimlik duyusu', iken; ikincisi insanların kimlik duruşlarıyla alakalı 'kimlik ataması', bağlamındaki fikirlerdir.[475]

Goffman'ın kimlik performansı tanımına döndüğümüzde sosyal medyada herkesi takip eden ama paylaşım yapamayanları örnek verebileceğimiz gibi sadece insanların görmesini istediği şeyleri paylaşıp dışlanmayı göze almayanları da örnek gösterebiliriz.

Bu noktada çalışmamızı yürütürken bir öğrencimizin "*Arkeoloji okuyorum, Bursa'daki kişiseler üzerine çalışma yapıyordum, çektiğim fotoğrafları sosyal medyada paylaşmak istedim ama baskı göreceğim veya insanların beni yanlış tanıyacağı korkusuyla paylaşmadım*." cümlesi de tam olarak bu durumu özetler niteliktedir.

Din, insanların kimliklerini, kişiliklerini tamamlayan, dolduran hayatta nerede duracağını bildiren bir unsudur. Kişilerin özgürlük alanıdır ve bu anlamda tarihe baktığımızda bu hususta yapılan baskıların savaşlara kadar varan büyük toplumsal patlamalara sebebiyet verdiğini görmekteyiz.

Dini içerikli paylaşımlarla etkileşime girme yönteminiz hangisidir? sorusuna %41 oranında uygun bulursam beğenir veya paylaşırım, derken %1,5 oranında dini paylaşımda bulunanları arkadaş listemden çıkartırım cevabı verilmiştir. Bu noktada Facebook kullanıcıları arasında din konularda tolerans eşiğini yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

---

[474] Hamdi Uygun, *Halktaki Din Adamı İmajı ve Din Görevlilerinden Beklentileri,* (Yüksek Lisans Tezi), Samsun: 19 Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1992, s. 54.

[475] Mutlu Binark vd., *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım!,* İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2009.

Eğer yapıyorsanız, hangi tür dini içerikleri daha sık paylaşıyorsunuz? sorusuna %41,5 "dini gün ve geceler" ile %30 "dini bayram tebriği" paylaşımları gelmektedir. Bunu "kutsal metinler" (%13,5) takip etmektedir. "Ruhani kişiler ve din önderleriyle ilişkili içerikler" ise en düşük ilgiye (%5,5) sahiptir. Dikkat çeken kullanıcı grubu ise zor zamanlarında dilek ve dua mesajlarını Facebook'a yazanlardır (%9,5). Burada Facebok'ta şu günlerde etkisini kaybeden her beğeni bir amin, her beğeni bir dua gibi dijital dualaların azaldığı görülmektedir.

Facebook profilinizin dini inançlarınızı uygun bir biçimde yansıttığını düşünüyor musunuz? sorusuna %32,5 oranında yansıtmaz cevabı verilmiştir.

Edinilen verilere göre ülkemizde dinin politize olduğu sonucuna varılabilir. Kendisini mütedeyyin olarak tanımlayan bireylerin dışında kalan kişiler yani siyasi eğilimlerle birlikte dinin öne çıkan bir tablo izlediğini düşünen kişiler, grubun dışında kalmamak veya bundan meydana gelebilecek durumlardan ötürü mağdur konuma düşmemek adına bu eğilimde olduklarını gösteren paylaşımlar yapmaktadır. Dini gerçekten yaşayan pek az insanın bu tarz paylaşımlar yaptığını, toplumun genelinin bunu samimi bulmadığını, dinin alet edildiğini belirtiklerini görmekteyiz. Gerçek dindarlar zaten dinini ve gereklerini sanal ortamda birilerine gösterme kanıtlama, ihtiyacı hissetmeksizin kulluğunu ve ibadetlerini Allah için yapmaktadır. Ancak bu durumu kullanmaya eğilimli olan kişiler Weber'in tanımıyla çifte meşrulaştırma ile kendilerini bir gruba ait kabul ettirip sağlayacağı imkânlardan faydalanmak niyetinde olan ve iyi niyetli olmayan kimselerdir. Gerçek müslümanın birileri tarafından kabul görmesine gerek yoktur, onun rızasını alacağı yegâne kişi Rabbidir. Ancak daha çok kişiye hızlıca ulaşma imkânı veren bu yeni medya daha önceleri sinema endüstrisinde veya her daim ramazanda, bayramlarda, reklamlarda dini unsur ve sembolleri kullanarak kişileri manipüle etme yolunu seçerek şu anda da sosyal medya hesapları üzerinden bunu yapmaya çalışmaktadır.

Çünkü burada bazı semboller, bazı kodlamalar vardır ki bu dini terimler çağrışım ve sembollerin artık kötü niyetli olarak kullanıldıklarına şahit olmaktayız. Her Cuma "hayırlı cumalar" mesajı attığı halde bir kere bile cuma namazına gittiğini göremediğimiz kişiler, Berat Kandili'nde Regaip Kandili mesajı atacak kadar günün anlam ve önemini bilmeyen kendini bilmezler veya telefon galerisinde hazır bulundurup toplu mesajla her

özel gün ve bayramda gönderilmek üzere hazır tutulan dini mesajların samimiyeti, içtenliği, temizliği, maalesef kirlenmiş, zedelenmiştir. Buradan hareketle dinin pragmatik bir ekolde ilerlediğini kişilerin devre göre akılcı olarak hareket edip rüzgara doğru meyil almaya çalışması, dindarlaşmak yerine dinselleşmektir. Ancak hırsızlıkların, tecavüzlerin, cinâyetlerin arttığı, dinsel paylaşımların çok sık yapıldığı ama dini yaşamanın bayramdan bayrama, cumadan cumaya bırakıldığı günlerden geçmekteyiz. Dostlar alışverişte görsün misali yapılan paylaşımlar yerine hakikaten içten dileklerin yer aldığı, duaların semaya açıldığı, her bir din kardeşimiz ve de yeryüzünde yaşayan her bir canlı için dua ettiğimiz, samimi, göstermelikten uzak kutlama ve tebrikler çoğu insanın rahatsız olup ifade etmekten çekindiği durumların başında gelir olmuştur.

Brunei Üniversitesi'nde yapılmış olan bir çalışma olan "The Performance of Religiosity on Social Media: Three Future Research Directions" da sosyal medyadaki dini paylaşımların gençler üzerinde etkisinin büyük olduğu ve bu konunun sadece müslümanlar için değil tüm dinleri ve inananları etkilediği belirtilmiştir. Dini paylaşımların aslında inananlar için değil de sanki diğerleri için birer hatırlatma görevi üstlendiğini düşünen yazıda "din polisi" kavramı kullanılmıştır. Bununla birlikte bu kişilerin Kur'an'dan paylaşımlar, kadın erkek arasında olması gereken mesafe ve mahremiyetten söz etmekle birlikte bir yandan da fotoğraflarını paylaşmalarının çelişkili olduğu hususuna değinilmiştir. Gençlerin çevrimiçi dindarlıktan etkilenmeleri ve din polisleri diye adlandırılan kişilerin paylaşımları veya yanlış tutumları nedeniyle dini inançlarının zedeleneceği belirtilmiştir. Çalışmada ayrıca dijital ibadet kavramına değinilmiş, hac ziyaretlerinin sanal ortamda yapılması gibi dijital ibadetlerin gerçek ibadet sayılıp sayılmayacağı gibi kıstasların olması üzerinde durulmuştur. Çalışmada ayrıca sadece dindarlığın bu yönüne dokunmamalı mıyız yoksa alanı ilerletmek için yeni bir din ve mekân kavramsal anlayışı mı ortaya koymalıyız? sorusuna da yanıt aranmaktadır.[476]

Pelin tarafından 2017 yılında yapılmış olan yüksek lisans tez çalışmasında da çalışmamıza benzer sonuçlarla karşılaşılmıştır. Çalışmada örneklem grubu olan Marmara Üniversitesi öğrencilerinin Facebook paylaşımlarının kişisel duygu tatmini, mutlu olma,

[476] Siti Mazidah Haji Mohamad, *The Performance of Religiosity on Social Media: Three Future Research Directions,* İsrail: Universiti Brunei Darussalam, 2018, s. 9.

beğeni alma, takipçi artırma için olduğu bilgisi paylaşılmıştır. Çalışmaya katılan öğrenciler yeterli beğeni ve takip almadıklarında mutsuz olduklarını belirtmişlerdir. [477]

Aksan ve Topçuoğlu (2019)'a göre, üniversite gençliğinin değer algısı son dönemlerde değişmiştir. Elbette ki bunun birçok sebebi vardır. Teknolojik bir ortama doğmaları, videolarla büyümeleri, pek çok imkânla birlikte pek çok da sınava tabi tutulmaları ve belki de en önemlisi sosyal medya kullanımı. Bu nedenle bu neslin daha başına buyruk, lafını esirgemeyen, kendim yaparım şeklinde sorunlara özgüvenli yaklaşımları gözlemlenmekte, bazen de eleştirmektedir. Yeni nesil kendisini "My Media Generation" ifadesiyle anlattığı gibi en büyük fobisinin hayatı kaçırma olduğunu belirtmektedir. Sözü edilen çalışmada gençlerin rekabetçi bir sınav ortamıyla yetişmesi sebebiyle hırs, öne çıkma, bireyselcilik, başarı elde etme gibi isteklerinin öne çıkmasıyla birlikte manevi değerlerinin kaybolmadığı, milliyetçi ve dini düşüncelerin de halen listenin başını çektiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca bu konunun sebeplerinin nitel olarak daha geniş bir örneklem ile de ele alınması gerektiği üzerinde durulmaktadır.[478]

Kutsal kitaplar gönderildikleri topluma hayatı düzenleme ve yol gösterme konusunda yardımcı olmaktadır. Tüm insanlığa gönderilmiş olan kitabımız Kur'an-ı Kerim'de de hayatın içinde oluşabilecek sorunlar, sıkıntılar, toplumun aksayan yönleri ve bunları iyileştirme yolunda farkındalığı yüksek, duyarlı, hassas Müslümanların olması için bilgi vermektedir. "Rabbin, halkları salih ve ıslah edici kimseler iken memleketleri zulmederek helak etmez."[479] âyetinde bu husus açıkça ortaya konmaktadır. "Emr bi'l-ma'ruf nehy ani'l-münker", toplumda iyiliği yaygınlaştırma ve toplumu kötülükten sakındırma noktasında Müslümanın, Müslümanlığın amentüsü kabul edilebilir.

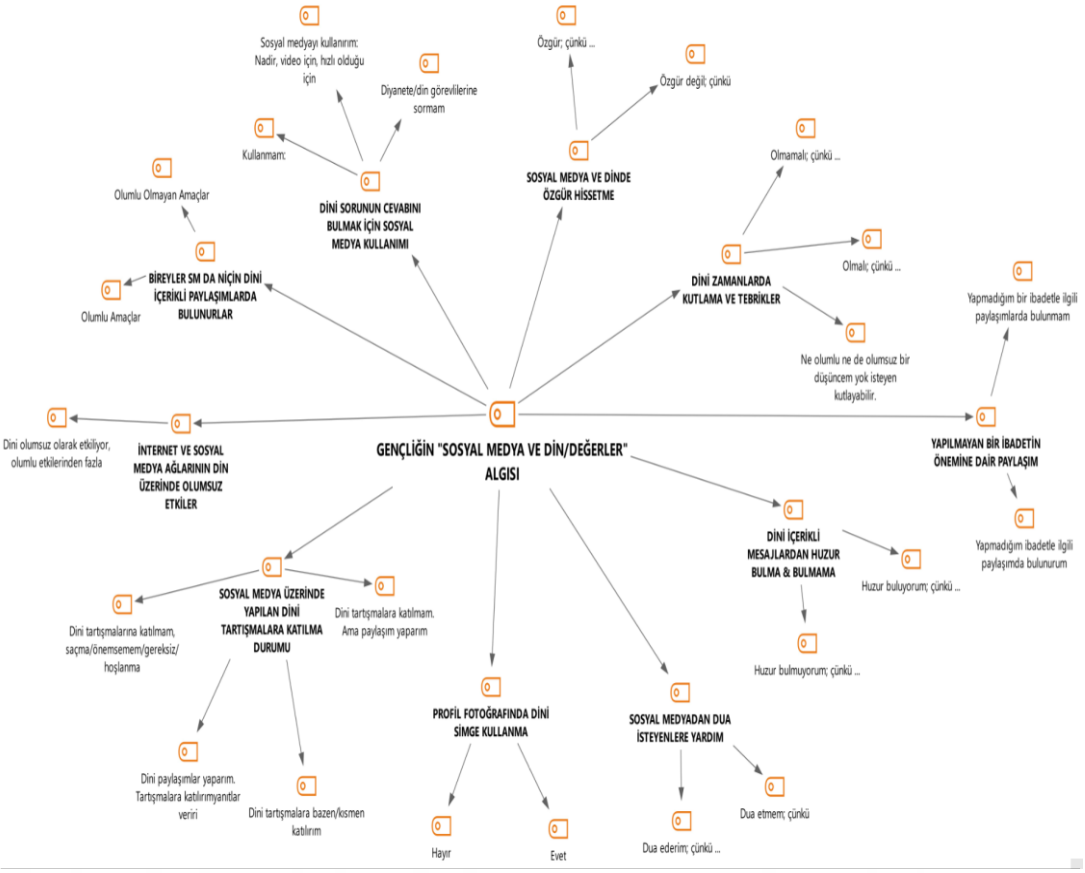
---

[477] Sedef Pelin, *Sosyal Medya Kullanımının Mutlu Olma Durumuna Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma*, (Tezli Yüksek Lisans Programı), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

[478] Abdullah Topçuoğlu, Gamze Aksan, "Üniversite Gençliğinin Değerleri: 20 Yıl Sonra Ne Değişti?," *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, (2019), s. 2244.

[479] Hud, 11/117.

2.3. Ana Tema 3: Gençliğin "Sosyal Medya ve Din/Değerler" Bakışı



Şekil 8: Gençliğin Sosyal Medyaya İlişkin Din ve Değerler Algısı

(Maxqda Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli)

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyal medya ve din değerler algısına yönelik analizler yapıldığında; öncelikli olarak katılımcıların sosyal medya üzerinden yapılan dini tartışmalara bakışları; dini bir sorunları olduğunda cevabı bulmak için sosyal medya kullanımları; profil fotoğraflarında dini simge kullanma durumları; sosyal medya üzerinden dua istemeye yönelik görüşleri; dini zamanlarda yapılan kutlama ve tebriklere yönelik düşünceleri, dijital ibadet/halkalar/hac/sadakaya yönelik düşünceleri incelenmiştir. Ayrıca internet ve sosyal medya ağlarının din üzerindeki etkilerine yönelik görüşleri ile birlikte katılımcıların neden dini içerikli paylaşımlar yaptıklarına yönelik görüşleri incelenmiştir.

2.3.1. Sosyal Medya Üzerinde Yapılan Dini Tartışmalara Katılma Durumu

Öğrencilerin bir kısmı, sosyal medyadaki dini konularda yapılan t*artışmalara katılmaktan çekinmediğini*, *insanların düşüncesi* ölçüsünde *var olduğunu*, *yanlış fikre kapılmış olanlara doğrusunu öğretmeye çalıştıklarını* belirtmiştir.

> *Dini paylaşımlar yaparım. Sorulara yanıtlar veririm. İnsanlık, birlik, beraberlik üzerine paylaşımlarda bulunurum genellikle. Çoğu hadis uydurulmuş olduğu için sahih olanları bulup paylaşmaya çalışırım. Bu hadis zayıf, yanlış diyenlere dışarıdan kaynak bulur, iknaya çalışırım. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)*
> *Kesinlikle katılırım. İnstagram'da herhangi bir gönderide olan bir tartışmada görüşümü belirtmekten, karşı görüş almaktan çekinmem. Sonuçta fikirlerimiz ölçüsünde varız. (K-34-K-19-E.F.- 1. S.- Zonguldak-450 TL)*
> *Doğru bildiğim bir konuysa katılırım. (K-95-E-25 İ.F. 4. S. Bosna-750 TL)*

Bazı öğrenciler, hassas olduğu kişi, kurum veya konularla ilgili bir tartışma olursa katılacaklarını belirtmişlerdir. Ayrıca dinle ilgili tartışmaya katılmasalar bile din ile ilgili paylaşımlarda bulunduklarını belirtmişlerdir.

> *Ben sadece bir gündem varsa bazen ona göre paylaşım yaparım. Örneğin şehitler gibi. Veya paylaşım yapacak isem, böyle bir gün ise vazgeçerim. Bu tarz tartışmalara sosyal medyada katılmam. Ama yurtta tartışma yaşamıştık bu tarz konulardan. Bir gün gök gürültüsü vardı. Bir kız çok seviyormuş. Çok şükür dedi mutlu olduğu için. Diğer arkadaş korkuyormuş. Bu yüzden tartıştık. (K-26-K-18-FEF.-1. S.-Antalya-400 TL)*
> *Evet, katıldığım oldu. Said-i Nursi ile ilgili bir kişiyle tartışmaya girmiştim. İlahiyat- tasavvuf çatışması vardır malum. Birbirimizi tanımadığımız için. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)*
> *Dinle tartışmalarda özellikle alfa diye bir karakterle yıllarca sosyal medya ortamında atıştık. O bir ateistti ben de işte deist olduğumu da belirtiyorum. Bizim tartışmalarımızı takip eden çok sıkı bir izleyici kitlemiz vardı ve beni takdir eden insanlar vardı. Beni takip ediyorlardı ve benim tarafımda olan insanlar da genelde kendini dindar olarak niteleyen insanlardı ve dindar olarak niteleyen insanların ben de deistim diye açık bir şekilde yazmama rağmen beni desteklemeleri, ateistlerin karşılığında benim tarafımda olmaları da bence enteresan bir bilgidir. (K-06-E-24- FEF- 1.S.-Bursa- 1500 TL)*

Kimi öğrenciler tartışmalara katılmamakla birlikte paylaşımlar yaptığını belirtmiştir.

Dini tartışmalara katılmam. Ama paylaşım yaparım. Anneler günü 15 Temmuz bayram ramazan 23 Nisan bunlar benim için önemli. (K-21-E-23- FEF.-3.S.-İstanbul-4000 TL)

Bazı öğrenciler bu tarz tartışmaları *anlamsız, saçma* bulmaktadırlar.

Sosyal medyadaki bu tarz konuların tartışmalarına katılmam. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo Hatay-700 TL)

Sosyal medyada bu tarz paylaşımlar yapmıyorum. (K-04-K-21- FEF -1. S.-Bursa-2000 TL)

Sosyal medyadaki bu tarz konuların tartışmalarına katılmam, saçma buluyorum. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Sosyal medyadaki bu tarz konuların tartışmalarına katılmam, saçma buluyorum, gereksiz bir tartışma. (K-09-E-21- İ.F.--1.S.-Ankara-200 TL)

Sosyal medyadaki bu tarz konuların tartışmalarına katılmam. Zaten çok paylaşım da yapmam. 15 günde belki bir resim paylaşırım. Onda da değişik bir yer gördüysem fotoğraf çok güzel ise o yüzden. (K-15-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Dini bilgileri paylaşmıyorum. Etiketlenmemek için. Yükümlülüğünü de alamam. (K-17-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-1500 TL)

Sosyal medya üzerinde yapılan dini tartışmalara kesinlikle katılmıyorum. Sosyal medyanın dini tartışmalar için uygun bir mecra olduğunu düşünmüyorum. Profesyonel iş yapılacaksa orada yapılmamalı. Dini bir sorunun cevabını bulmak için sosyal medyayı kesinlikle kullanmıyorum. Sosyal medyada çok fazla gereksiz bilgiler dolaşıyor. Eserlerin klasiklerine Diyanet İşleri Başkanlığı'nın hazırladığı kitaplara bakmaya gayret ediyorum. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Dini, milli paylaşımlar yapmam. Tartışmalara girmem. Önceden girer, s.a.sunmaya çalışırdım. Sünneti inkâr edenlerle, peygamberimizi, Kur'an-ı Kerim'i savunur idim. Kafası karışmış kişileri değiştirmeye çalışırdım. Sünneti yok sayan ve Kur'an-ı Kerim-ı Kerim'i kendilerine göre yorumlayan insanlarla mücadele ederdim. Değiştiremeyeceğimi anlayınca bıraktım. O zaman kendimi daha dindar sanıyordum. Şimdi görüşlerimi yakın arkadaşlarımla paylaşıyorum. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

Tartışmam. Çünkü önemsemem. Dinlemem, takmam. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.-Mardin-1000 TL)

Katılmıyorum. İnsanlar zaten sanki göreviymiş, vazife yapar gibi davranıyorlar. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Sosyal medyadaki bu tarz konuların tartışmalarına katılmam, ilgimi çekmiyor. (K-33-E-19- E.F.- 1. S.- İzmir-500 TL)

Sosyal medyada ve gündelik yaşamda da böyle tartışmalara girmem, kimsenin fikrini doğrulamaya çalışmam. Onlar da bana karışamaz. Dinle ilgili tartışmalardan hoşlanmıyorum. (K-37-K-19-E.F.- -1. S.- K. Maraş-500 TL)

Hayır, katılmıyorum çünkü sosyal medyada doğru bir iletişim kurulmadığını düşünüyorum ve ayrıca tartışılan konular ilmi çerçevede tartışılmıyor ve tartışan taraflar da ilmi birikime her zaman sahip olmadıkları gibi hakarete varana kadar seviyesiz boyutlarda da ulaşabiliyor. Bununla birlikte konu üzerinde bir uzlaşı da kolay kolay sağlanmıyor ve bu sebeple taraftar olup fanatik, faşist bazen taassup yaklaşımlar içine girmeyi tercih etmiyorum. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Sosyal medyada bu konulardaki tartışmalara katılmam. Gerek yok. Herkesin kendi hayatı. (K-43-K-19-E.F. -1.S.- Rize-3.500 TL)

İçinde bulunduğumuz sosyal medya çok geniş bir kitleyi içinde barındırıyor. Bu nedenle çok fazla fikir kalabalığı var. Tartışmayı genel anlamda pek sevmiyor ve doğru bulmuyorum. Bu durum beni tartışmalara girmeyi gereksiz bulmaya itiyor. (K-44-K-19 E.F. 1. S- Bingöl -1000 TL)

Sosyal medya üzerinde yapılan dini tartışmalara kesinlikle katılmıyorum. Sosyal medyanın dini tartışmalar için uygun bir mecra olduğunu düşünmüyorum. Profesyonel iş yapılacaksa orada yapılmamalı. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Katılmıyorum. Kısır döngü olduğunu düşünüyorum. Alanında çok uzman kişiler bile tv programına çıktığında bir noktada buluşamıyorlar. Kendim de bir sonuca varabileceğimi düşünmediğimden hiçbir tartışmaya katılmadım. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Kesinlikle katılmıyorum. Çünkü sosyal medya üzerinden yapılan tartışmaları gereksiz buluyorum. (K-96-E-25 -İ.F. 4. S. Kosova-650 TL)

Sosyal medyada değil ama gerçek hayatta tartışırım. Örneğin lisede din kültürü dersinde din ve Atatürk diye bir ünite vardı. Herkes dinde özgür ise Atatürk'ün dininden bize ne yaptıklarını konuşalım deyip sınıftan çıkmıştım. (K-24-K-19- FEF. -1. S.- Bursa-1000 TL)

Öğrenciler, *kendilerini rahatsız eden bir konu veya soru olduğu takdirde* tartışmaya katılmaktadırlar.

> *Dini tartışmalara bazen katılırım. Yanlış bir şey görürsem ya sinirim çok bozulacak, bir şey yazılırsa o zaman katılırım. Çünkü bazen gerçekten çok absürt şeyler yazılabiliyor. Cahilse cevap verir. Doğruya inanmaya yeni bir şey öğrenmeye kapatmıştır. Dolayısıyla ben de onun cahilliğini izler, beğenirim. (K-07-K-21-FEF.- 1.S.-Bursa-1500 TL)*
>
> *Kısmen. Bu genellikle sorguladığım, merak ettiğim dönemlerde olabiliyor. Beni en çok düşündüren şey ise örneğin Zoe Kabilesi hiç beyaz insan görmemiş, kıyafet nedir bilmeyen insanlar... Orada doğdukları için cezalı mı, yoksa bu bir ödül mü? Nasıl yargılanacak? Bunu sosyal medyada dini içerikli hesapların açmış olduğu canlı yayınlara katılarak sordum ve genellikle Hz. İbrahim'in Rabbini putperestlerin içinde nasıl bulduğu oldu. Tatmin edici bir cevap alamadım. (K-31-K-20-FEF. -1.S.-Artvin-1800 TL)*
>
> *Sosyal medyadaki bu tarz konuların tartışmalarına bazen dayanamayıp katılırım. Çünkü bir kişiye bile doğru yolu gösterebilirsem ne mutlu bana. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)*

2.3.2. Dini Sorunun Cevabını Bulmak İçin Sosyal Medya Kullanımı

Araştırmaya katılan kişilerin dini soruları olduklarında cevabını bulmak için sosyal medya kullanım durumları incelendiğinde sosyal medyayı kullanan ve kullanmayan öğrenciler olduğu görülmektedir.

Sosyal medya kullanmam

Sosyal medyayı dini sorularına cevap aramak için kullanmayan katılımcılar sorularını genellikle yine bilgisine güvendikleri kişilere yöneltmektedirler. Ayrıca okullarındaki hocalarına sormaktadırlar, ailelerine ilgili sorularını yönelmektedirler. Bununla birlikte yazılı kaynaklardan, kitaplardan, tefsirlerden yararlanmaktadırlar.

> *Babam imam olduğu için özel fıkıh kitaplarım var. Maliki mezhebine göre yazılmış. Oradan cevap arıyorum. Oradan cevaplıyorum kendi sorularımı ve bana sorulanları. Google'a filan sormam. Bazen öyle sorular gelir ki ben bunu nasıl düşünemedim diyorum. Onu araştırırken ben de öğreniyorum. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)*

Okulda ablalarım var. 30 yaşlarında benim gibi DGS ile gelen. Onlara sorarım. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Tefsirlere bakarım, yorumdan uzak durup kendim çevirmeye gayret ederim. (K-15-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-900 TL)

Ailemin çok bilgisi yoktur, halam bilgilidir. Kitap önerirler. Sorunun cevabını buradan bul derler. (K-16-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-400 TL)

Anneme danışırım, onun bilgisine çok güvenirim. Kafamdaki soruyu donanımıyla %98 oranında cevaplar. Onunla iletişimimiz çok iyi zaten. Eğer ikna olmazsam internete bakarım ki şimdiye kadar hep annemin dedikleriyle paralel bilgilere ulaştım. İnternetten bilgi edindiğim nokta ise yoruma açık olmayan âyet veya hâdislerle ilgili. (K-15-K-19-E.F.- 1. S.- Bursa-900 TL)

Daha çok ailemle konuşurum. Ailem bana tüm dinleri anlattı. Liseyi bitirince Kur'an da aldı İncil de. Karar senin dediler. Din büyükleri tutucu. Ezan illa Arapça olmalı diyorlar. Ben Türkçe olması taraftarıyım. Anlamadıktan sonra anlamı yok dedim. Tepki aldım. Sorgulayınca tartışma çıkıyor. (K-24-K-19- FEF.-1. S.- Bursa-1000 TL)

Katılımcılar din ile ilgili sorularını güvendikleri kişilere sormakla birlikte, sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Fakat sosyal medya yerine internet araçlarını, arama motorlarını tercih etmektedirler. Özellikle Google katılımcıların ifadelerinde ön plana çıkmaktadır.

Dini bir sorum varsa cevabını bulmak için hocaya mesaj atarım ya da Google'dan aratırım, takip ettiğim herhangi belli belirgin bir site yok. (K-04-K-21- FEF.-1. S.- Bursa-2000 TL)

Dini bir konu hakkında bilgi sahibi olmak Google a bakarım. (K-11-K-22- Keles MYO -1.S.-İzmir-700 TL)

Yani genelde Google'dan bakıyorum. (K-40-K-19- E.F. - 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Sosyal medyadan bakmam. Google'dan ya da ailemdeki insanlara sorarım. (K-43-K-19-E.F.--1.S.- Rize-3.500 TL)

Sosyal medyayı değil, fakat interneti hızlı ve pratik olduğu için sıklıkla kullanıyorum. Ayrıca WhatsApp grubumuz da var fıkhi konular üzerine oradan da kişilerden bilgi alabiliyorum ama çok sık değil. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon-400 TL)

İnternetten genel şeylere bakarım. Şu âyet nedir gibi şeylere bakarım. (K-16-K-19-E.F.- -1. S.- Bursa-400 TL)

Sosyal medyaya bakmam. Google'dan araştırırım. (K-30-K-24- FEF.- 1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Olur da merak edersem Google'a yazar öğrenirim. (K-33-E-19- E.F.- İ-1. S.- İzmir-500 TL)

Katılımcılar, sosyal medyada din ile ilgili konulara yönelik sorularının cevaplarını bulmayı güvenli bulunmamaktadır. Sosyal medyada yazı yazan kişilerin kim olduklarını bilmedikleri ve güvenmedikleri için sosyal medyayı kullanmadıklarını belirtmektedirler. Ayrıca sosyal medyada *bilgi kirliliğinin* de olduğunu belirtmişlerdir.

Bunun için arama motorları daha iyi bir seçenek. Sosyal medya ne yazık ki bizlere objektif ve tarafsız bilgi verme konusunda eksik. (K-34-K-19-E.F.- 1. S.- Zonguldak-450 TL)

Bir sorunun cevabına sosyal medya üzerinden bakmayı pek güvenli bulmuyorum. (K-96-E-25 İ.F.- 4. S.- Kosova-650TL)

Ben Kur'an-ı Kerim ile ilgili yanlış bilinen şeyleri sorup araştırdım. Ancak sosyal medya adam bilip bilmeden yazıyor. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo -Hatay-700 TL)

Dini bir konu hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı kullanmam. Bunun sebebi kim olduklarını bilmediğim içindir. Oradaki kişilerin bilgiye sahip olup olmadığından emin olmadığım içindir. Eğer internette yazarı belli bir kişi ise o zaman onun yazılarını takip edebilen edebilir ve okurum. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo -Hatay-700 TL)

Zor durumda da kalsam asla sosyal medyada dini konulardaki sorularımı dile getirmem. (K-03-K-21- FEF-1.S. Çorum-600 TL)

Dini bir konu hakkında bilgi sahibi olmak sosyal medyaya sormam. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Dini bir sorunun cevabını bulmak olmak için sosyal medyayı kesinlikle kullanmıyorum. Sosyal medyada çok fazla gereksiz bilgiler dolaşıyor. Eserlerin klasiklerini, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın hazırladığı kitaplara bakmaya gayret ediyorum. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Sosyal medyayı dini sorunlarıma cevap bulmak için kullanmam. Çünkü burada bilgi güvenliğinin bir kesinliğin olduğunu düşünmüyorum. Tarihi kayıtlara herhangi bir şeye bağlı olmadığı için bence doğru değil. Araştırma kitaplara bakmak bence en uygunu ya da başka sosyal medya hesap başka internet sayfaları takip edilebilir. (K-06-E-24- FEF. -1.S.-Bursa-1500 TL)

Dini bir konu hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı kullanmam. Yalan haber çok, güven olmuyor oraya. (K-09-E-21- İ.F.-1.S.-Ankara-200 TL)

Bir sorum olursa başvuracağım en son yer sosyal medya olur. (K-16-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-400 TL)

Sosyal medyaya güvenmem. (K-21-E-23- FEF.-3.S.-İstanbul-4000 TL)

Katılımcılar, sosyal medyaya güvenmem dedikleri için, güvenilir yerler olarak belirttikleri kitapları, güvenebilecekleri kişiler ve üniversitedeki hocaları, güvenilir web sitelerini belirtmişlerdir. Okullar, değerler eğitiminin en çok kazandırıldığı yerlerin başında gelmektedir. Çengelci ve arkadaşları tarafından 2013 yılında yapılmış olan "Okul Ortamında Değerler Eğitimi Konusunda Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri" adlı çalışmada da öğretmenlere göre, okulda kazandırılmaya çalışılan temel değerlerin başında sevgi, saygı, hoşgörü, dayanışma ve sorumluluk olduğu belirlenmiştir. Öğrenciler okullarında en çok dürüstlük değerinin kazandırılmaya çalışıldığını düşünmektedirler. [480]

Bu tarz şeyleri sosyal medya yerine güvenilir yerlerden öğrenmeye çalışıyorum. (K-39-K -21- E.F. -1.S.- Bursa-3500 TL)

Gerekli kitaplarım varsa onlara bakarım. Yoksa Google dem bakıyorum. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Doğru kaynakların olduğu web sitelerini kullanırım. https://www.islamweb.net/ar/ gibi sitelere bakarım. (K-19-K-23- FEF.-3.S.- Suriye-600 TL)

İlahiyat hocalarına sormayı tercih ediyorum. (K-95-E-25 -İ.F. -4. S.- Bosna-750 TL)

Sosyal medyayı kullanma durumu

Sosyal medyayı dini sorularına cevap aramak için *genellikle kullanmayacağını* belirten katılımcıların yanı sıra, sosyal medyanın *hızlı* olması nedeniyle ve *video seyretmek* için nadir de olsa kullandıklarını belirten katılımcılar da vardır.

Bazen aklıma takılan konularda arkadaşlarıma WhatsApp üzerinden yazıp tartışıyorum. Ama tek bir yerden cevap bulmak yerine farklı kaynakları araştırıp bulmayı tercih ederim. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)

Gündemdeki bir olayla ilgili âyet ve hâdisleri paylaşarak o konuyla ilgili görüşleri bilmelerini isteyerek paylaşırım. (K-16-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-400 TL)

[480] Tuba Çengelci vd, "Okul Ortamında Değerler Eğitimi Konusunda Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri", *Değerler Eğitimi Dergisi,* (2013), ss. 33-56.

Doğru olmayacağını bilsem de bakarım, merak ederim. (K-31-K-20-FEF.-1.S.-Artvin-1800 TL)

Dini bir sorum olduğunda Youtube'dan abone olduğum kanalların videolarını izleyip cevabını bulmaya çalışırım. Google'daki bilgilere pek güvenmiyorum, sorum önemliyse Google'dan iki üç sayfaya bakıp doğru cevabı bulabilir miyim bilemiyorum, sorunun ciddiyetine göre değişir. (K-37-K-19-E.F. -1. S. K. Maraş-500 TL)

Genelde ayda bir ve çok amlamlı bir rüya görmüşsem tabirine bakmak için kullanırım. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Sosyal medyada kolay ulaşılabilirliği sebebiyle başvurduğum bir yer. (K-44-K-19 E.F. 1. S.- Bingöl -1000 TL)

Dini bir konu hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı nadiren kullanırım. Genelde bilgili din kültürü öğretmenime vs. sorarım. Çünkü sosyal medyadaki her bilginin kaynağına güvenememem. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

Sosyal medyayı çok nadir kullanıyorum. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S.-Bitlis-1000 TL)

2.3.3. Yapılmayan Bir İbadetin Önemine Dair Paylaşım

Öğrenciler, yapmadıkları ibadetle ilgili sosyal medyada paylaşmaya *sıcak* bakmamaktadırlar. Bunun nedeni olarak da s*amimiyetsiz* bir durum olarak nitelendirmektedirler. Çünkü ibadetin de kabahatin de *gizli* olması gerektiğini düşünmektedirler. Aynı zamanda *huzursuzluk hissi* ile birlikte *yapmadığı şeyi yapmış olarak* göstererek *münafıklık, sahtekârlık* olduğunu belirtmektedirler.

Gezginci ve Işık'ın çalışmasında da "Yapılan İbadet ve Hayır İşlerinin Facebook'tan Paylaşılmasına Dair Görüşünüz Nedir?" sorusuna %30 oranında riyâkârlık ve gösterişe yol açar cevabı verilmiştir.

Açıkçası çok fazla dini paylaşım yapmıyorum. Eğer bir paylaşımda bulunacaksam bu âyet veya hâdis paylaşımı oluyor. Yani tabi ki hâdislerde de kaynak belirterek oluyor. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Öğrencilerin tamamına yakını yapmadıkları bir ibadeti paylaşmadıklarını, bunun *samimiyetsiz* bir durum olduğu yönünde görüş belirtmiştir.

Yapmadığım bir ibadetle ilgili paylaşımlarda bulunmam. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo Hatay-700 TL)

Bir ibadetin önemine dair bir paylaşım yapmam. Bu, insanlara niye oruç tutuyorum ya da niçin oruç tutmuyorsun gibi söylemek veya insanların bu soruyu sorması gibi bir şey gibi geliyor bana. Dolayısıyla ibadetimizi güzelleştirmek esastır bence. (K-07-K-21-FEF. -1.S.-Bursa-1500 TL)

Bunun çok samimi olduğunu düşünmem kişisel ve vicdani olarak. Ama kendimi de içine katarak böyle yapmalıyız bu konuda eksiğiz gibi bir içerik olabilir. Fakat ben dini hayatımı sosyal medyada paylaşmayı tercih etmiyorum. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Bulunmam. Yapmadığım bir şey hakkında paylaşım yapmak biraz sahtekârlık gibi, yapılan ibadeti kendine saklanmasını tercih ederim. Göz boyamaya gerek yok. (K-43-K-19-E.F.- -1.S.- Rize-3.500 TL)

Hayır, paylaşmam. Genellikle ibadet içerikli şeylerin paylaşılmasını doğru bulmuyorum. İbadetin önemi elbette hatırlatılmalı ama kişinin kendisinin yapmadığı bir şeyi başkalarına önermesinin pek etkili olacağını düşünmüyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Paylaşamam. Çünkü kendim yapmadığım için çekinirim. (K-95-E-25 İ.F.- 4. S.-Bosna)

Kesinlikle paylaşmıyorum, yapmadığım bir fiili diğerlerin tavsiye etmem. (K-96-E-25 İ.F. 4. S.- Kosova-650TL)

Öğrencilerin bir kısmı ibadetin de kabahatin de *gizli* olması gerektiği yönünde görüş belirtmiştir.

Yapmadığım bir ibadetle ilgili paylaşımlarda bulunmam. Ben aslında sosyal medyada hemen hiçbir şey paylaşmam. Yapmadığım bir ibadeti de paylaşmam. İbadet de kabahat de gizli olmalıdır. (K-08-E-22- Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Öğrenciler, sosyal medyada bu tarz paylaşımlar yapmadığı gibi yapmadığı bir şeyi yapıyormuş gibi paylaşmanın huzursuzluk hissi vereceğini, hatta *münafıklık* olduğunu belirtmişlerdir.

Hayır. Bunun adı münafıklıktır, riyâkârlıktır. Saf sûresi 2. Âyette de denildiği gibi: Ey İmân edenler! Niçin yapmayacağınız şeyleri söylüyorsunuz? Yapmayacağınız şeyleri söylemeniz Allah katında çok çirkin bir davranıştır. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Yapmadığım bir ibadeti paylaşmam. Çünkü bu bana manevi bir huzursuzluk verir. Kendimi kendime ve diğer insanlara karşı riyâkâr hissetmemi sağlar. Ve bu çok çirkin bir his olsa gerek. (K-44-K-19 E.F. -1. S.- Bingöl -1000 TL)

Bazı öğrenciler de kendileri yapmasa da birilerine *faydası dokunur* ümidiyle, biri görüp belki yapar düşüncesi ile bu tarz paylaşımlar yaptığını belirtmiştir.

Evet. Kendim yapamasam bile onlara bir faydam olsun isterim. Sayfamı dini sayfa olarak kullanmıyorum ama WhatsApp'ta veya storylerde paylaşım yaparım. Kandillerde, üç aylarda, bunların faziletleri oruç tutmak gibi. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Evet. Belki çok yanlış ama belki benim paylaşımımı biri görüp yapacak niyetiyle bunu yaptığım zamanlar oldu. (K-31-K-20-FEF. -1.S.-Artvin1800 TL)

Evet. Zekât şu an bana farz sayılmıyor. Ancak bunun önemini bilir, paylaşırım. (K-34-K-19-E.F.-1. S.- Zonguldak-450 TL)

Paylaşırım, farkında olduğum ama nefsimle savaş içinde olduğum konularda (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

Daha çok dini paylaşımlarda bulunanların gerçekte de daha dindar oldukları söylenebilir mi? Sorusuna, kesinlikle söylenemez cevabı %40 oranında olmuştur. Bunun mezhepçilik, ırkçılık, ayrımcılığa sebebiyet vereceği düşüncesi ise %51,5 olmuştur. Bu noktada dini, toplumu sarıp sarmalayan, bütünleştiren, tamamlayan yanından, bir yandan da manipüle edildiğinde çatışmaya mahal verecek ayrımcılığa, ötekileştirmeye zemin hazırlayacak durumlarından kaçınmak gerekmektedir.

2.3.4. Alt tema 4: Profil Fotoğrafında Dini Simge Kullanma

Öğrencilerden bazıları profil fotoğrafında dini simge veya sembol kullanmadıklarını belirtmiştir.

Kullanmadım. (K-02-K-21- Keles MYO -1.S.-Bursa-700 TL)

Profil fotoğrafımda şimdiye kadar herhangi bir dini simge kullanmadım. (K-03-K-21- FEF- -1.S. Çorum-600 TL)

Herhangi bir simge bir sembolik şimdiye kadar hiç kullanmadım. (K-04-K-21-FEF. 1. S.-Bursa-2000 TL)

Herhangi bir simge bir sembol şimdiye kadar hiç kullanmadım. (K-06-E-24- FEF. -1.S.-Bursa-1500 TL)

Şimdiye kadar profilimde böyle bir simge kullanmadım. (K-09-E-21- İ.F.--1.S.-Ankara-200 TL)

Hayır. Profilimde küçük bir bebek resmi var. (K-19-K-23- FEF.-3.S.- Suriye-600 TL)

Hayır. Bu benim tercih ettiğim bir şey değil. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Profilimde simge yok. Herkes isminin önüne TC koyarken bile ben bu tarz şeylere katılmadım. (K-26-K-18- FEF.-1. S.-Antalya-400 TL)

Simge sembol kullanmıyorum. Kullananları ise putperestlik gibi saçma buluyorum. Burada Hristiyan veya İslamiyet simgesi bulundurman senin iyi bir insan olduğunu göstermez. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Hayır, kullanmadım ve kullanmamda. (K-31-K-20-FEF-1.S.-Artvin1800 TL)

Şimdiye kadar profilimde böyle bir simge kullanmadım. Ama annem kullanıyor. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

Hiç kullanmadım daha once ama gelecekte olabilir. Olumsuz bakmıyorum. (K-34-K-19-E.F.- -1. S.- Zonguldak-450 TL)

Profilimde genellikle kendi resmimi koymayı tercih ediyorum. (K-39-K -21- E.F. 1.S. - Bursa-3500 TL)

Şimdiye kadar profilimde böyle bir simge kullanmadım. Gereksiz, saçma. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Aktif paylaşım yaptığım hesap olarak İnstagram üzerinden konuşabilirim. Profilimde hiçbir dini simge kullanmadım çünkü bir çizim sayfası olarak herkese hitap etmesini seviyorum. (K-44-K-19 E.F. 1. S.- Bingöl -1000 TL)

Bazı öğrenciler ise zaman zaman dini simge veya sembol kullandığını belirtmiştir. Bunlar Alevi olduğu için Zülfikar ve kılıcı, seccade, Hristiyan iken pentegram, haç simgesi, tesettür gibi imajları kullandıklarını belirtmişlerdir.

Şimdiye kadar profilimde Alevi olduğum için Zülfikar ve onun kılıcını içeren fotoğraflar kullandım. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo -Hatay-700 TL)

Bir ara profilimde deniz kenarında seccade bulunan bir resim kullanmıştım. (K-05-K-22- FEF. - 1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Vücudumda ve sosyal medya hesabımda dini simgeler kullandım ve paylaştım da… Vücudumda zaten bir "Pentagram" var bu bir "şeytan" simgesi ben daha önce Hristiyan dım. Şu anda Müslümanım ve Hristiyan olduğum dönemde sosyal medya hesabımda da ve ensemde gördüğünüz dövmede de şeytan simgesini görebilirsiniz. Yine bir çizgi dizi vardı. Bu çizgi dizi de ben kendime çok yakın bulduğum bir

karakter vardı. Dolayısıyla "şehveti günahı" anlattığını düşündüğüm için ben bu simgeyi vücuduma dövme olarak yaptırdım. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Evet kullandım. (K-12-K-21- Keles MYO-2.S-.Diyarbakır 500 TL)

Mısırda Muhammed diye bir hoca var. Onun resmi ve sözü ilk profil fotoğrafım. Senin kısmetin dört kişinin elindeyse sen kaybetmişsindir sözü. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Profilimde haç simgesi kullandım. (K-17-K-19- E.F -1. S.- Bursa-1500 TL)

Evet "I Love Allah" yazıyor 7 senedir. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Tesettürümün simgesel bir yönü varsa evet, bunun dışında hayır. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

2.3.5. Sosyal Medyadan Dua İsteyenlere Yardım

Öğrenciler arasında sosyal medya üzerinden dua isteyenlere yardım eden bulurken, yardım etmeme taraftarı olan katılımcılar da bulunmaktadır. Ayrıca bazı öğrenciler sosyal medya üzerinden dua isteyenlere, dua isteklerine katılmama sebeplerini, bazen o kişileri tanımadıklarını ve bu durumda olan çok kişi olduğunu, hepsine yetişemeyeceklerini, dua istemenin dilencilik yapmak gibi bir şey olduğunu ve duanın kendi isteği ile yapılan gönül işi olduğunu da belirterek kendilerini ifade etmişlerdir. Mülakatlarda bu şekilde ifade edilmiş ve öğrenciler kendilerince haklı gerekçelerini ortaya koymuşlardır.

Sosyal medyadan gelen dua isteklerine katılmama sebepleri

Öğrencilerin gerekçeleri incelendiğinde duanın bir gönül işi olduğu ve taleple dua etmenin mesnetsiz bir eylem olduğunun düşünüldüğü anlaşılmıştır.

Dua talebinde bulunanlara dua etmem. Çünkü ben bu insanları tanımıyorum, bilmiyorum. Ama görsem, bilsem, tanısam yardımcı olurum. Dua istemek, dilencilik yapmak, bahşiş istemek gibi bir şey. Bence bu, doğru değil; bu inanç, gönül işidir. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo -Hatay-700 TL)

Bana dua talebinde bulunan kimselere de katılmam. Çünkü bu tarz o kadar çok insan var ki hangi birine yetişeyim. (K-04-K-21- FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Dua talebinde bulunanlara dua etmem. Çünkü ben bu insanları tanımıyorum. Hırsız mı uğursuz mu belli değil. (K-08-E-22- Z.F. 4. S. -Muğla-1000 TL)

Tanımadığım biri dua talebinde bulunduğunda dua etmem. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Bazı öğrenciler ise duanın birinin isteği üzerine değil, kişinin *kendi istediği* için edilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

> *Dua insanın içinden gelen bir şey olmalı. Biri istedi diye değil. Hele ki resmin altına yazıyorlar hasta filan diye. Tanımam etmem. Bir şey hissetmiyorum ki ne anlamı var.*
> *(K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)*
> *Ben, sosyal medya, sanal dua, sayıyla dua bu tarz işlere karşıyım. Tasavvuftan besleniyorum ben. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)*

şeklinde ifade etmiş ve duanın esasen bireyin özgür iradesinden kaynaklanan bir ritüel olduğunu, bunun ısmarlama olamayacağı, tanınmayan bir kimseye bu şartlarda dua etmenin kendilerince uygun olmadığını söyleyerek bireysel fikirlerini ortaya koymuşlardır.

Sosyal medyadan gelen dua isteklerine katılma sebepleri

Öğrenciler, dua talebiyle gelen kişilere dua ettiklerini, bunun Müslümanlığın gereği olduğunu, bugün ona ise gün gelir bizi de gerek olabilir diye düşündüğünü görmekteyiz. Öğrenciler dua etmek için kişinin doğru söylediğine ve samimiyetine inanmanın temel şart olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca ilahiyat öğrencileri "Bunlar Kur'an okuyan talebeler" denilerek son zamanlarda daha çok dua talebi geldiğini belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların görüşlerine göre, dua talebinin geldiği anda katılımcıların ruh hali de dua talebini karşılamada etkili olmaktadır. Bununla birlikte çocuğunun resmini çekip hasta diyerek atan kişilere de dua ettiklerini belirtmişlerdir. Hem maddi olarak destek olunacak kuvvet olmasa da insanlar dualarını birbirlerinden esirgememeliler şeklinde düşünen katılımcılar da bulunmaktadır.

> *Ben zaten her gece tüm insanlık için herkese dua ediyorum. (K-03-K-21- FEF -1.S. Çorum-600 TL)*
> *Dua talebi olursa dua talibine katılırım. Hatta ailecek dua talebinde katılanlara da destek verdik. Ailecek de okuduk. (K-07-K-21-FEF. 1.S.-Bursa-1500 TL)*
> *Dua talebinde bulunanlara dua ederim. Karşımdaki insanı tanımam şart değil, Müslüman din kardeşi isem eğer. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)*
> *Eğer gerçekten duaya ihtiyaç varsa dua ederim, bu da insana bağlı. (K-96-E-25 İ.F. 4. S. Kosova-650 TL)*

Dua talebinde bulunanlara içimden dua ederim. İstemsiz olarak. Hayırlısıyla olsun derim. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Şöyle, sosyal medya üzerinden genelde biz ilahiyat öğrencisi olduğumuzdan "Bunlar Kur'an-ı Kerim okuyan talebeler" diyerek çok fazla cüz ve son zamanlarda daha çok duyduğum şifa niyetine Yasin dediklerinde okuyorum. (K-20-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)

Dua etmek kişinin kendi kalbi isteğidir. Kendi etmek isterse etsin isterim. Ama biri bana et derse ederim. Benim için hacete yatar mısın diyen olmuştu. Biz de kırmıyoruz. Yapıyoruz. Ama içten istemek çok daha önemli. (K-22-K-24- İ.F.-Bursa-700 TL)

Bazen görüyorum fotoğraf çekip altına çocuğum hasta dua edin vs yazıyorlar, müsaitsem okurum. Ben insanlara hiç olumsuz bakmam hep iyi niyetli yaklaşırım. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Tabi ki. Müslüman Müslümanın yardımcısı olmalı. (K-34-K-19-E.F.- 1. S.-Zonguldak-450 TL)

O anki ruh halime bağlı. Ve kimin bu talepte bulunduğuna bağlı. (K-37-K-19-E.F.-1. S. K. Maraş-500 TL)

Edebilirim galiba, o an ki duygusallığına bağlı. (K-43-K-19-E.F.- 1.S.-Rize-3.500 TL)

Dua etmenin bir şey kaybettirmeyeceğini düşünüyorum, dualarımda isteyen herkese yer veririm. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Ederim, çünkü gün gelir belki benim de bir duaya ihtiyacım olacak günler yaşayabilirim (K-40-K-19- E.F.-1.S.-Rize-3.500)

Elbette ki ederim. Müminin mümine duası kabul olunur. İnşaAllah. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Dua ederim ve edilmesi taraftarıyım. Birbirimize maddi olarak yardım edecek belki kuvvetimiz olmuyor. Ancak duamızı esirgememeliyiz. Dua, müminin kötülüklere karşı en büyük silahıdır. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Öğrenciler sosyal medyadan gelen dua isteklerine katılma sebepleri olarak, ortaya koydukları fikirlerinde her şeyden önce duanın mistik tesirler barındıran boyutlar taşıdığını ve edecekleri duanın tüm insanlık için iyi bir enerji olacağı fikrini ortaya koymuşlardır. Yine bir bölümü talepte bulunanların kendi yakınları olduğunda onları kıramamanın bu eylemde etken olduğunu belirterek duada bireysel yakınlığın önemini işaret etmişlerdir. Bir kısım öğrenci ise hastalık vs. gibi bireysel sıkıntılı haller yaşayan

kimselerin talebi üzerine ilgili talepleri kırmadıklarını, bu vesile ile onlara yardım etme fikri taşıdıklarını beyan ederek adeta bir insanlık vazifesine vurgu yapmışlardır.

2.3.6. Sosyal Medya ve Dinde Özgür Hissetme

Sosyal medya ve dinde özgür hissetmeme sebepleri

Öğrenciler, sosyal medyada dinsel konulardaki düşünceleri paylaşma noktasında kendilerini *özgür hissetmediklerini* belirtmişlerdir. Bunun sebebini de insanların fikir beyan etmesiyle bir taraf olması ve karşı tarafı *linç etme, baskı kurma* eğilimi içerisinde olması olarak gösterilmiştir. Bunun en yaygın olarak yaşandığı platform olarak da *Twitter* gösterilmiştir.

Etrafa güvenemediğim için kendimi özgür hissetmiyorum. (K-95-E-25 -İ.F.- 4. S.- Bosna-750 TL)

Hayır, Bazı insanlar bizim dini görüşlerimize saygı duymayabiliyor. (K-43-K-19- E.F.- 1.S.- Rize-3.500 TL)

Bence insanlar dini konularda sosyal medyada çok özgür değil çünkü dinle ilgili olumsuz paylaşımlar insanın başına bela olabiliyor din taraftarlığını eleştirdiği için(K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo -Hatay-700 TL)

Dini paylaşımların altına çok yorum yazılıyor, daha sonra polemiğe giriliyor. Bu nedenle bu tarz atışmalara kesinlikle girmiyorum. Ülkemizde linç kültürü olduğunu düşünüyorum. Karşısındaki insanın motivasyonunu kırmak için bile yorum yapan insanlar var. Bu nedenle benim onlara girecek vaktim, o toplara girecek zamanım olmadığı için bu tarz paylaşımlar asla yapmam. Yorumları silerim, bunun sonu yoktur. O nedenle bu tarz yorumlara paylaşımlara asla meydan bırakmam. (K-04-K-21- FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Sosyal medya konusunda özgür olduğumuzu düşünmüyorum. İnsanlar istediklerini yazabileceklerini zannediyorlar ama aslında herkes farkında, devlet kesinlikle bunu takip ediyor. Bizler farklı ülkeden geldiğimiz için ailelerimiz ile de konuşurken bile kesinlikle konuştuklarımıza çok dikkat etmek zorunda kalıyoruz. Asla hükümet aleyhinde ya da muhalefet içeren cümleler asla kullanmıyoruz. (K-05-K-22- FEF.- 1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Bazı öğrenciler özgürlük kavramının yanlış anlaşıldığını, bunun laubalilik, saygısızlıkla karıştırıldığını belirtmişlerdir.

Özgür değiliz. Özgürlüğü laubalilikle, edepsizlikle karıştıranlar var. Başkalarının özgürlüğünün altındaki esaretin özgürleriyiz. Herkes kendince özgür ya da öyle olduğunu sanıyor. Daha bir fikri beyan ederken bile tamamıyla kendimizi aktaramadığımız o ortamda bence özgür olamayız. Bazı insanlar da ağzına geleni saymayı özgürlük sanıyor. Biz sosyal medyayı kullanmayı bilmiyoruz. (K-42-K-22-İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

İnternetin çok özgür olduğunu düşünmüyorum. Çünkü linç girişimi de bulunabiliyor ama takma isimler ile özgürce söylediklerimizi yapmak istediklerimiz yapabiliriz. Dini içerikli bir mesaj gelirse okuyorum, WhatsApp bunların hepsini tutuyorum, cevap bazen yazıyorum, mesajların hepsi yıllarca kayıtlı durur, çünkü ileride o insanlarla karşılaştığım zaman bazen kendi ile çeliştikleri zaman açıp gösteriyorum. Ama kişileri asla kaybetmem, numaralarını telefon rehberimde oluşturmam, bu tarz insanların benim listemde olmasına gerek yok, arkadaş olmaya gerek, yok karakter olarak uyumayan insanların benimle arkadaş olmasına gerek yoktur, diye düşünüyorum mesajları silmem ama kişileri silerim. (K-06-E-24- FEF. -1.S.-Bursa-1500 TL)

Tek sorunlu yer Twitter. Orda ne yazarsan yaz linç edilirsin. (K-08-E-22- Z.F- 4. S. -Muğla-1000 TL)

Kişiler baskıdan çekiniyorlar, linç kültürü var. Mesela ben Hz. Ali'yi seviyorum diyorum alevi misin diyorlar. Hâlbuki Hz. Ali çok kıymetli bir insan. Ama İslamiyet'ten ayrılmaya başladı. Mesela peygamber o olacaktı aslında Hz. Muhammet onun yerine geçti gibi. Bunun gibi paylaşımlar yapmaktan çekiniyor. Kimseyi düşüncesinden ötürü yargılayamayız. İster sever ister sevmez. İnsan istediği şeye inanır. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Kilisedeki fotoğrafları paylaşmak istedim, baskıdan çekindim, paylaşmadım. (K-17-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-1500 TL)

Özgür değiliz. Kalıplara hapsolmuşuz. (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

Aslında bir noktada hayır. Çünkü insanlar kendilerinden başka bir fikri savunanları kabul etmiyor, yeri gelince küfür etmekten çekinmeyen cahil bir zihniyet de var sosyal medyada. Ancak bunlar var diye kendi görüşümü savunmaktan asla vazgeçmem. Bu konuda onların özgürlüğümü kısıtlamalarına uzun vermiyorum. (K-34-K-19-E.F.- -1. S.- Zonguldak-450 TL)

Özgür değiliz. Kendi fikrini paylaştığında saygı göstermiyorlar. Herkes kendi düşüncesini kabul ettirmeye çalışıyor. Dava açılıyor, şikâyetler sonucunda. O

yüzden herkese yorum yazmıyorum. Ama içimden bazen sövüp sayıyorum. (K-26-K-18- FEF.-1. S.-Antalya-400 TL)

Hayır değiliz. Biz yurt dışından geldik. O kadar zorluyorlar ki. Buraya okumaya gelirken bize Türkiye'de ne işiniz var dediler. Fuhuş çok yaygın. İçimden kendimi sucuk yaptıracağım demek geldi ama zor tuttum. Yoksa asla okuyamazdım, aileme de rahat vermezlerdi. (K-30-K-24- FEF.- 1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Sosyal medya ve dinde özgür hissetme sebepleri

Sosyal medyada ve dinde kendilerini özgür hisseden katılımcılar da bulunmaktadır. Özellikler kimsenin paylaşımlarına karışmadığını, hapse atılmadığını bildiklerini, özgüveni yüksekse paylaştıklarını, dini bir kısıtlama olmadığını, takip etmede sıkıntı olmadığını fakat tartışmalarda sıkıntı olabileceğini belirtmektedirler.

Evet hissediyorum. Kimse kimsenin paylaşımına karışamaz. (K-46-K-18-FEF. 1. S.- Bartın-500 TL)

Özgür hissederim. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Bence insanlar dini konularda sosyal medya çok özgür. İstediğini yazabilir. (K-09-E-21- İ.F.-1.S.-Ankara-200 TL)

Evet, isteyen herkes istediği paylaşımı yapmakta özgürdür. (K-38-K-20-E.F.-1. S.-Trabzon-650 TL)

Evet, bence özgürler. İçeri atılmayacağımızı biliyoruz. Kişinin özgüveni yüksekse paylaşıyor. (K-15-K-19- E.F.- -1. S.- Bursa-900 TL)

Benim baktığım sayfalar belli başlı sayfalar. Osmanlıca çalışmaları yaparken genellikle sözlük sayfalarına bakıyorum. Onun dışında elimizin altında İsam var zaten. Dini konulardaki araştırmalarda bir kısıtlama görmüyorum açıkçası. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

İnsanlar dini konularda sosyal medya çok Özgür. İstediğini yazabilir. Fakat bunu saygı çerçevesi içinde hiçbir inancı kötülemeden yapmalıdır. İnsanlar inandığı yanlış bir şeyi yazdıklarında ona biri doğru yolun ne olduğunu söylemezse o insanın fikri nasıl değişecek. Ama bana kalırsa iyice araştırmadan hiçbir bilgi sosyal medyada paylaşılmamalıdır. (K-35-K-19- E.F. -1. S.-Mersin-600 TL)

Takip etmekte sıkıntı yok ama yorumlarda genelde insanlar tartışıyor. Normal hayatta da din çok tartışılıyor herkes bir fikir sahibi. (K-37-K-19-E.F. -1. S. K. Maraş-500 TL)

İnsanlar her konuda sosyal medyayı özgürce kullanabiliyorlar. Ve bu konuda da gâyet özgür hissediyorum. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500)

2.3.7. Dini İçerikli Mesajlardan Huzur Bulma & Bulmama

Öğrenciler dini içerikli mesajlardan *huzur bulunmamasının sebebini samimiyetsizliğe* bağlamaktadır. Gerçek yaşamlarında yaşamadıkları, sahip çıkmadıkları değerleri özel gün/gecelerde, bayramlarda, *cumalarda önemsiyormuş* gibi davrandıklarını, Miraç Kandili'nde Regaip Kandili mesajı atacak kadar *konudan uzak* olan kişilerin bulunduğunu veya *kalıplaşmış*, resimli hazır mesajların *her Cuma* gönderilmesini anlamsız buluşu gibi sebepler yüzünden huzur vermediğini belirtmektedirler.

Dini içerikli mesajlardan huzur bulmama sebepleri

Öğrencilerin bir kısmı ise bu tarz mesajlardan huzur bulmadığını belirtmiş, bunun sebebini de insanların oldukları gibi görünmemeleri, çoğunun da "*kopyala yapıştır"* ile herkese gönderilen mesajlar olduğu için samimiyetsiz bulduklarını belirtmişlerdir.

Huzuru bu tarz mesajlarda aramıyorum. (K-44-K-19 E.F. 1. S.- Bingöl -1000 TL)

Bir kesim var ki asla güvercin ve güllü foto atmaktan vazgeçmeyecek. Kandil günleri telefonu kırmak istiyorum o mesajlar yüzünden. Bir de şunu sormak istiyorum mesela. Kandil kutlamaları neye dayanarak yapılıyor? Âyet ve hâdislerde kadir gecesi dışında bu tarz özel günler var mı? İnsanlar yaptığı kutlamanın içeriğini bilmiyor ama dini olarak özel günler bana çok saçma geliyor. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Hepsi değil, özellikle toplu cuma mesajları gibi yahut dini sömürü aracı olarak kullananlardan değil. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Bana dini mesajlar gönderildiğinde hiç huzur bulmuyorum. Çünkü samimi bulmuyorum. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler MYO Hatay-700 TL)

İnsanların samimiyetsizliğini, gerçek hayattaki olmadığı şeyleri sosyal medyada gösterdiğini düşünüyorum. Dolayısıyla ben bu tarz sosyal medya paylaşımlarını asla beğenmem ve paylaşmam. Hatta keşke bu kadar tartışma olmasaydı, keşke Arapça seçmeli ders olsaydı, böylece hepimiz Kur'an kursuna bile gerek kalmadan İslamiyet'i kaynağından öğrenebilirdik. Dinimizi ilkokuldan itibaren Arapça ile öğrenmemiz gerektiğini düşünüyorum. (K-03-K-21- FEF-1.S. Çorum-600 TL)

Bana dini mesajlar gönderildiğinde hiç huzur bulmuyorum. Çünkü samimi bulmuyorum. Zaten pek de gelmez bana böyle mesajlar. (K-08-E-22- Z.F. 4. S.- Muğla-1000 TL)

Hayır. Bana bu tarz mesajlar gelmez zaten. Tavrımı bilirler. Cevap vermeyeceğimi bilirler. Sanki benim dışımda herkes dini benden iyi biliyor. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Dini içerikli mesajlar cumadan cumaya gönderiliyor bana. Ben kimseye göndermiyorum göndersem bakmadan geçerler. Her hafta alıştım, konuşmadığım insanlar sağ olsun cumamı, kandilimi mübarekliyor. Mesajda huzur bulmuyorum, samimi değil. Dinle ilgili yalnızken, ibadet ederken huzur bulurum, mesajlara bakmıyorum bile. (K-37-K-19-E.F.-1. S. K. Maraş-500 TL)

Ben kendini dindar diye tanımlayan insandan çok daha dindar, onlardan çok daha az günahkârım şimdiye kadar herhangi bir dini simge, sembol ya da ikon kullanmadım ve Facebook'taki sayfamda "Dadaist" olduğu açıkça yazıyor. Ben askeri personel idim. Bunu bıraktım ve dindar kesimin askeriyede daha çok yer aldığını gördüm. Çünkü şehitlik mertebesi olarak bakıyorlar ve bunu bir yöntem olarak seçiyorlar. Benim derdim burada vatandı yani, genelde şey söylerler, uçak düşerken orada ateist olmaz derler, ben bunun yalan olduğunu düşünüyorum. Çünkü ben bunu yaşadım ama o sırada bile hiçbir şeye inanmadım. Çünkü bence o sırada Yaradan'ın Yaratıcı'nın hani böyle bir şeye, işte uçaktan düşen birisi var, ona yardım edeyim gibi bir şey olduğunu düşünmüyorum. Çünkü ben bunun için acil sıradan bir kulum diye düşünüyorum. Yaratıcının çok büyük önemli işleri var. İnsanlar inansa da inanmasa da sanki inanıyormuş gibi davranıyor. Bana dini içerikli mesaj gönderilmez. Sen hiç hoşlanmıyorsun derler. Huzur da bulmuyorum. Bunu insanların özgür aklıyla yaptığına da inanmıyorum. Din kişiye özel olmalıdır diye düşünüyorum. (K-06-E-24- FEF. -1.S.-Bursa-1500 TL)

Bu tarz mesajlar çok gelir. Bana papadan, rahipten bile mesaj gelir. Eğer Rönesans'ı anlamak istiyorsan İncil'i anlamalısın dediler. Picasso'nun tablosunu anlamak için Hristiyanlığı bilmen gerekir dediler. Ben de İncil'e para vermemek ve etiketlenmemek için misyoner bir siteden aldım, tabi orada telefonumu da paylaştım. Bu yüzden bana Bursa Protestan kilisesinden mesaj gelir. Papaz istersen Pazar ayinine de gelebilirsin dedi. Katılmadım. Ama tanrının varlığı ile ilgili belgeseller göndermişti. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Pek değil. Çünkü peygamberimizin ve sahabelerin zamanında böyle bir şey yoktu. Bunlar din dışı düşüncelerdir, hurafedir. (K-19-K-23- FEF -3.S.- Suriye-600 TL)

(Gülüyor.) Hocam çok güzel sorular sormuşsunuz. Huzur bulmuyorum. Aslında bu soruyu tam anlamadım ama huzur başka bir şey ya. Biri bana dini içerikli mesaj

gönderdi diye huzur bulmam. Okuduklarım daha çok etkiliyor beni. Bu benlik bir şey değil. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Hayır. Bulmuyorum. Çoğunu okumuyorum bile. (K-30-K-24- FEF. -1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Hayır bulmuyorum. Çünkü hepsi kopyala, yapıştır ve toplu mesaj olarak gönder. Hiçbir samimiyet ve duygu içermeyen mesajlar olduğu için huzur bulmuyorum. (K-31-K-20-FEF. -1.S.-Artvin-1800 TL)

Dini içerikli mesajlardan huzur bulma sebepleri

Öğrencilerin bir kısmı ise bu tarz mesajlardan huzur bulduğunu, hatırlanmanın her zaman güzel bir şey olduğunu, görüşülmese bile yakınlık sağladığını, hele ki faydalı fikirlerin bulunduğu bir mesaj ise daha da mutlu olduklarını belirtmişlerdir.

Çok mutlu oluyorum. (K-95-E-25 İ.F.- 4. S.- Bosna-750 TL)

Bazen huzur buluyorum ama her zaman değil. (K-96-E-25- İ.F.- 4. S.- Kosova-650 TL)

Fakat güzel hocaların yahut yazar, düşünür ve âlimlerin gönle dokunur bir paylaşımı tabi ki huzur veriyor. Ya da bir âyet, bir hâdis insana huzur elbette ki veriyor. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Atılan mesaja göre değişir. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Yaşadığım bir olayın üzerine denk gelmişse evet buluyorum. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Bunu samimiyetle paylaştıkları zaman elbette buluyorum. (K-35-K-19- E.F.- -1. S.- Mersin-600 TL)

Gönderen kişinin dinine ve dindarlığına güveniyorsam acaba ne atmış diye okurum ama herkese mesaj olarak atılan standart fotoğraflara bakmıyorum ve mesajları okumuyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Bana dini mesajlar gönderildiğinde kişisel yararı yok ise, faydalı bilgiyse seviniyorum. Örneğin dün arkadaşım üç aylar başlıyor, oruç tutalım diye mesaj atmış. Biliyorum ki o kendisi için ne isterse benim için de ister. Erken yattığım için mesajı geç gördüm, oruç tutamadım. Ama bu tarz paylaşımları faydalı buluyorum. (K-15-K-19-1. S.- Bursa-900 TL)

2.3.8. Dini Zamanlarda Kutlama ve Tebrikler

Dini Zamanlarda Kutlama ve Tebrikler Sosyal Medya Üzerinden Yapılmamalı, Çünkü;

Dini yönden özel gün ve gecelerde sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlara öğrencilerin çok *sıcak* bakmadıkları görülmektedir. Öğrenciler bunu samimiyetsizlik olarak nitelendirmekle birlikte *bir tarafa ait olma,* taraftar *takipçi toplama,* belli yerler imkânların artması için göstermelik yapıldığı, pek çoğunun bunu inanarak paylaşmadığı yönünde görüş belirtmiştir. *Dinsiz yaftası* yememek, *baskı görmemek* için istemese de cevap verenler olduğu gibi paylaşmak yerine aramanın tercih edilmesini daha doğru bulmaktadır.

> *Genelde WhatsApp ve Instagram'dan paylaşım yapılıyor. Ama ben yapma gereği duymuyorum. Gösteriş olduğunu düşünüyorum. Her anı, her şeyi orda paylaşmak, kutlamak, zaten bunları ailemle o gün yapıyorum, başkalarına göstermek gereksiz geliyor. (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3.500 TL)*
>
> *Özel günlerde ise yani Cuma, kandil, bayram gibi özel günlerde tebriği mi sosyal medya üzerinden yazmam, bunu nahoş olarak kabul ederim, ancak birisi beni ararsa yazarım konuşurum bazen ben özellikle ararım ama bunu sosyal medya üzerinden yazmak çok samimi gelmiyor. (K-07-K-21-FEF.1.S.-Bursa-1500 TL)*
>
> *WhatsApp'tan bayramlarda, kandillerde ve Cuma günleri mesaj atıyorlar. Ben atmam. Samimi değil zaten toplu mesaj atıyorlar, bana attığını kendisi biliyor mu acaba. Sevdiğim insanlarla sık sık telefonda görüşürüm, ararım, kutlarım, toplu mesaj atmam. Aramak istemiyorsam da annem zorlar, ayıp olur, mesaj at gibi(bayramlarda). (K-37-K-19-E.F.-1. S.- K. Maraş-500 TL)*
>
> *Ben kişisel hesaplardan yapılmasını makul bulmuyorum, kendim de yapmıyorum. İletişimin kurulmadığını düşünüyorum. Ziyaret etmek telefon etmekten, telefon etmek mesaj atmaktan, mesaj atmak durum paylaşmaktan daha iyidir bence. Ama herkese ulaşabilen bir siyasetçi, fenomen, âlim, hoca, kuruluş vs ise paylaşım yapabilir, hoş bir yaklaşım. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)*
>
> *Özel günlerde gelen mesajlar bazen bayıyor. Özel günler ve bazı dini günlerdeki mesajları samimi bulmuyorum. O kadar çok paylaşım yapılıyor ki bir süre sonra aynı paylaşımları yapan insanları rehberimden çıkarıp sosyal medyadan da bildirimleri kapatıyorum. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)*

Ekonomik olarak zor durumda olan insanların şüküre olarak dua paylaşması mutlu olmaya çalışması şükredip sabrediyorum bakın gibi paylaşımlarda bulunması, bence bir yargı oluşturma çabasıdır. İnsanlar kendilerini kanıtlamaya çalışıyorlar tabii ki mutlaka samimi olanlar vardır ama herkesin bildiği üzere istisnalar kaideyi bozmaz. (K-04-K-21- FEF.-1. S.-Bursa-2000 TL)

Pek çok insan Kadir Gecesi'nde, kandillerde vesaire dini içerikli paylaşımlar yapar. Ama aslen herhangi bir ibadet yapmaz, oturur, gider, televizyon izler, ama bence eğer böyle bir paylaşım yapıyorsan bunun gereğini yerine getirmelisin bence. (K-07-K-21-FEF. 1.S.-Bursa-1500 TL)

Onun dışında toplu halde atılan mesajlardan rahatsız da olmuyorum faydalı da bulmuyorum. Pek umurumda değil açıkçası. Akrabalar filan çok atıyor. (K-15-K-19-E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Artık her sosyal medya ağında dini tebrik ve kutlamalar yapılıyor. Günün önemine dair paylaşımları görmekten mutluluk duyuyorum açıkçası ama WhatsApp üzerinden gönderilen özel mesajlardan değil de toplu mesajlardan sıkıldım ve onlara bakmıyorum. Çoğu zaman okumadan siliyorum. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.- Bitlis-1000 TL)

Ayrıca öğrenciler özel ve dini günlerde paylaşım yapmak, mesaj yazmak yerine aramayı tercih etmektedirler.

Mesaj üzerinden değil de arama şeklinde yapıyorum. Arayamayacaksam çok saygı duyduğum birisi ise WhatsApp'tan ya da telefonun mesaj kısmından mesaj attığım oluyor. Çok nadir yaptığım bir şey bu. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Özel günlere yakınlarımı arar veya mesaj atarım. Öyle "güllü bülbüllü" şeylere tahammülüm yok. (K-30-K-24- FEF -1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Samimiyetsiz buluyorum fakat cevap veriyorum kırılmasınlar diye. Böyle tebriklerin arayarak veya yüz yüze yapılacağını düşünüyorum. (K-31-K-20-FEF. 1.S.-Artvin-1800 TL)

Dini zamanlarda kutlama ve tebrikler sosyal medya üzerinden yapılabilir, çünkü;

Bazı öğrenciler, sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımların tebrik alanı oluşturması, iyi hissettirmesi, *hatırlanma* duygusunu vermesi açısından *olumlu* karşılamaktadır.

Özel kutlamaları sosyal medya üzerinden yapılmasını doğru buluyorum. (K-96-E-25 İ.F. 4. S.- Kosova-650 TL)

Facebook'ta kutluyorum. Bu paylaşımların çok iyi olduğunu düşünüyorum. (K-02-K-21- Keles MYO -1.S.-Bursa-700 TL)

Uzaktan da olsa birbirlerini yakın hissetmesine yardımcı olan bir tebrik alanı. (K-95-E-25- İ.F.- 4. S.- Bosna)

Genel bir paylaşımda bulunmam ama benim için değerli olan insanlara kişisel mesaj atıp kutlarım. Mesajı kendi hislerime göre yazarım. Hazır mesaj kullanmam. (K-46-K-18-FEF. -1. S.- Bartın-500 TL)

Bunun yapılması beni rahatsız etmiyor. Gösteriş amaçlı yapılmadığı takdirde. (K-44-K-19 E.F.-1. S- Bingöl -1000 TL)

Bayramda, seyranda, özel günlerde mesaj atarım, bazen de ararım. Pek sosyal biri değilimdir ben. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Bu tarz mesajlar geliyor. Ben de paylaşıyorum. Gelenlere de cevap yazıyorum. Toplu mesaj ile. (K-23-E-20- İ.F.-1. S.-Yurt Dışı-500 TL)

Genellikle WhatsApp bunun için iyi bir seçenektir. Bu beni mutlu eder. Daha bugün (21.03.2020) bunun için kandil mesajı gönderdim. (K-34-K-19-E.F.-1.S.-Zonguldak-450 TL)

Bununla birlikte özel günler ve dini kutlamaların sosyal medyada kutlanmasını normal karşılıyorum. Mesela kandil günlerini unutmuş olanlar bu vesileyle hatırlıyor. İnsanlar bayramda mutluluğunu paylaşıyor, ayrıca o kadar gereksiz paylaşımlar oluyor, bırakalım bari bayramlarda, dini kutlamalarda yapılan paylaşımlar bi nebze faydalı olsun. (K-35-K-19- E.F.- 1. S.-Mersin-600 TL)

İnsanlar yüz yüze görüşemediği zamanlarda, hiç olmamasındansa sosyal medya üzerinden tebrik yapılmasının daha doğru olduğunu düşünüyorum. (K-38-K-20-E.F.-1.S.- Trabzon-650 TL)

Resmi bayramlarda insanlar sosyal medyada ne kadar özgürse dini bayramlarda da öyle olmalı. (K-39-K -21- E.F-1.S.-Bursa-3500 TL)

2.3.9. İnternet ve Sosyal Medya Ağlarının Din Üzerinde Olumsuz Etkileri

Katılımcılar, internet ve sosyal medya ağlarının din üzerindeki olumsuz etkisinin olumlu etkisinden fazla olduğunu düşünmektedirler.

Olumsuz etkilediğini düşünen öğrenciler, önüne gelen herkesin bilip bilmeden din hakkında konuşmasından duyduğu rahatsızlık nedeniyle olduğunu belirtmiştir.

Bence buradaki paylaşımlar dini olumsuz olarak etkiliyor, parçacıkları oluşturuyor. İnsanları birbirine öldürtüyor, dindar bir insanın böyle bir şey yapmasına bence gerek

yoktur. Oradaki insanlar bazı kelimeleri kendilerine göre değiştiriyorlar, kendilerine göre yorumluyorlar, örneğin İslamiyet'te kadınlar böyle giyinmelidir şeklinde yorumlar varamadan baktığım zaman belki aynı yorumu onlar gibi yorumlamıyor olabilirim. (K-03-K-21- FEF-1.S.- Çorum-600 TL)

Sosyal medyada din ve değerler ile ilgili unsurların paylaşılmasının din ve değerleri olumsuz etkilediğini düşünüyorum. Ehl-i sünnet olmadığı halde bilmediği halde her şeyi yazan insanlar var. Bir de bunlara düşünmeden, inanmadan kabul eden insanlar var. Geçen yıl sahte peygamberin Bursa'daki cenazesine 3000 kişi katılmıştı düşünün…

Sosyal medya, Youtube, fenomenler küfürlü ve argo konuşmayı yaygınlaştırdı. Bunun dışında Esra Erol'da izlemiştim kocasından karpuz isteyen bir kadın kocası ona karpuz almadı diye, kendisine mangal yaptı diye internetten tanıştığı bir adama kaçmıştı.

Bunun dışında yardım kampanyalarının yerine ulaşmadığını düşünüyorum. Tamamını olmasa bile bir kısmını cebe atıyorlar bence. Sosyal medya ile bilgiye ve kişilere ulaşmak kolaylaştı. Ama bazen dalga geçmek için, bazen de manipüle etmek için sahte hesaplar açılıyor. Mesela "Akit Tv" diye bir "fake hesap" var. Adam montaj ile solcu bir adamı camiye bisikletle girmiş gösteriyor. Millet de ona inanıyor, ne diyeyim.

Yok papaz eriğini imam eriğine çeviren buluş ödül aldı, yok okunmuş fasulye, yok kadınlar 90 km hızla araba kullansın diyen hocanın eşi 93 km ile yakalandı gibi haberler yazıyor millet inanıyor. (K-35-K-19- E.F. -1. S.-Mersin-600 TL)

Dinin kötüye kullanıldığını, dinî değerlerin sömürüldüğünü, sosyal medya dindarlığının ortaya çıktığını; insanları tembelleştirdiğini ve insanların zihinlerini kullanamadıklarını, hatta dinden soğuttuğunu; hurafe din anlatılarak kaynağın Kur'an-ı Kerim'e dayanmadığını, herkesin kafasına göre fetva verip yorum yaptığını, dinde olmayan batıl inançların dinde varmış gibi gösterilerek yanlış bilgilerin yayıldığını belirtmektedirler. Ayrıca insanların birbirlerine güvenlerinin kalmadığını, klavye delikanlılığı ile ünlü olma/fazla beğeni alma çabasına girişildiğini, samimiyetin kaybolduğunu ve dinin itibarsızlaştığını düşünmektedirler.

Dinin alet edildiğini, yalan yanlış bilgiler, fetvalar verildiğini, eksik açıklama yaptıklarını, duyguları sömürdüklerini, insanı dinden soğutacak kadar ana kaynak Kur'an-ı Kerim'den uzaklaşmış olan yazıların bulunması sebebiyle olumsuz etkilediğini düşünen öğrenciler bulunmaktadır.

Yaşadığımız dijital çağda inançların korunması, inançlara yönelik saldırıların bertaraf edilmesi çok yönlü gayreti gerektirmektedir. Günümüzde Deizm'i bir dünya dini haline getirmek isteyen küresel güçler vardır. Ülkemizde Deistlerin bu küresel güçler tarafından desteklendiği bilinmektedir. Bunlar dinleri özelikle de İslam'ı kurmuş oldukları düzenin önünde en büyük engel olarak görmektedirler. Uluslararası Deist, Ateist ve Nihilist oluşumlar, kurdukları web siteleri ve diğer sosyal medya kanalları ile dünya çapında faaliyet yürütmektedirler. Deizmi gençler arasında yaygınlaştırmak, yalan yanlış bilgilerle, hâdis veya âyetleri tahrif ederek yapılan paylaşımlar ile gençlerin inanç dünyası zedelenmekte, inkârcı web sayfaları veya bloglar yüzünden inandığı gibi yaşamayan kişiler yaşadıklarına kılıf bulabilmek adına dinimize zarar vermektedir.

Gezginci ve Işıklı'nın çalışmasına göre de "Facebook'ta karşılaştığınız dini bilgiler hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusuna katılımcılar, %26 bilgi kirliliğine yol açıyor derken, %26'sı dini paylaşımlar, dini bilgi ve yaşantılarıma yeni bir şey katmıyor, %25'i dini duygu ve düşüncelerimi aktif ve canlı tutuyor, %20,5'i Facebook'tan hiçbir dini bilgi öğrenmedim, %2,5'i ise okuduğum Facebook paylaşımları sayesinde dini bilgilerim arttı cevabını vermiştir. Bu durum da sosyal medya üzerinden bilgilendirme yapma veya tebliğ, irşad vazifesini yerine getirme noktasında bu mecranın çok uygun olmadığını göstermektedir.

> *İnternet ve sosyal medyanın din üzerindeki olumsuz etkilerinin, olumlu etkilerinden fazla olduğunu düşünüyorum. Eskiden Spiderman izleyip çocuklar kendisini oradan oraya atıp öyle kahraman olduklarını sanırdı. Şimdi her çocuk Youtube'da videolar izleye izleye onlara özeniyor, fikirlerini benimsiyorlar. Genelde küfürle mizah yapmaya çalışan bir millet olduğumuz için, Youtube ve diğer sosyal medyalarda da insanlar özgürce atıp tutuyorlar ve kötü örnek olduklarını düşünüyorum. Aslında kimse iyi örnek olmak için iyi gibi paylaşım yapmak zorunda da değil. Herkes özgür ve istediği içeriği paylaşabilir. Sakıncalı olan, çocukların veya ergenlerin bunlara kendilerini kaptırması, araştırmaması. Müslüman olmayan biri İslamiyet'i lekelemek için bir şeyler yazıyor, araştırmayan*

insanlar da inanıyor. Her şeyin bizde bittiğini düşünüyorum. Doğruyu araştırırsak buluruz. Ama çocuklar için öyle değil, ister istemez özeniyorlar, inanıyorlar. (K-37-K-19-E.F. -1.S.- K. Maraş-500 TL)

Sosyal medyada insanların dini nasıl kötüye kullandığını görebiliyoruz. Dolayısıyla kendine doğru olarak bir güzergah seçme imkânı oluyor ama sorgulamadıkları sürece insanların paylaşımlarını gördüğün zaman o kadar saçma şeyler paylaştıklarını görüyorsun ki ben bunlardan asla olamam diye düşünüyorsun ve benim de deist olmamın en büyük sebebi sosyal medyadaki paylaşımlar. Örneğin Araplarla Türklerin birbiriyle kavgası terör deyince İslam coğrafyasının akla gelmesi. Barış dini olarak anlatılan İslamiyet'te kötü unsurların var gibi gösterilmesi, insanların içinde sürekli bir öfke bulundurulması. Ben askeri personel olduğum dönemde bile benden daha çok savaş yanlısı kişiler vardı Müslümanım diye dolaşan. Sosyal medyada miras için adam öldüren, tecavüz eden ya da annesine babasına şiddet uygulayan bazı kişiler olduğunu gördüm. Bunlar sosyal medyada çok dindar gibi görünüyor ama bence yaratıcının bunlarla uğraşacak müdahale edecek hali yok. Bence dua etmek bir meditasyon. Dua eden kişinin karşılık bekleyerek etmesi bana samimi gelmiyor. Eğer o dua etmek kişiye iyi geliyorsa bu ister yoga ister meditasyon olsun insanlar istedikleri gibi davranabilirler. Önemli olan kişilerin mutlu olmasıdır diye düşünüyorum. İnsanlar sosyal medyada daha dindarmış gibi davranıyor. Bir Müslüman 5 Hristiyan ile mutlu mesut geçinebilirken 5 Müslüman bir Hristiyan la yaşayamıyor! Mutlaka kendi tarafına çekmeye çalışıyor. Eski milletlerin belirli sömürgeleri vardı ama artık böyle bir dönem kalmadı bence. (K-06-E-24- FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Evet, dini değerlerin sömürüldüğünü düşünüyorum. (K-43-K-19-E.F.-1.S.-Rize-3.500 TL)

Evet, düşünüyorum. Çünkü dini bir konuyla ilgili konuşan kişi kim olduğunu belli olmayabilir kişi dini kendi menfaati için kullanıyor olabilir. (K-96-E-25-İ.F.- 4. S.-Kosova-650 TL)

Düşünüyorum. Çoğu değer yargılarımız sosyal medya ile birlikte yok olmakta. Sosyal medya dindarlığı ortaya çıkmakta ve hızla yayılmakta. (K-31-K-20-FEF.-1.S.-Artvin 1800 TL)

Olumsuz etkileri olduğunu düşünüyorum. Hiçbir konuda fikri olmayan cahil insanların altı boş paylaşımlarda bulunup insanları etkilemesi örneğini verebiliriz. Çünkü günümüz insanı düşünmeyi bile unutmuş hale gelmiş. Her şeye körü körüne inanabiliyor. Bunun en büyük sebebinin internet olduğunu düşünüyorum. Şimdi

aradığımız her şeyin cevabını internet aracılığıyla bulabiliyoruz. Bu da bizi tembelleştiriyor. İnsan zihnini kullanmıyor. Mesela bir ara yakmayan kefen çıkmıştı. Bu kefeni alanlar cehenneme gitmiyordu. Baya da alıcısı olmuştu. Onun dışında yalancı cenazeler düzenlenmiş. Katılım da baya yüksek olmuştu. Çin'de bazı insanlar Müslümanlara virüs bulaşmıyor haberleri yüzünden Müslüman olmuştur. Bazı haber kaynakları prim kazanmak için iktidarların borç ödemek için cami satışına başladıklarını duyurdu. (K-46-K-18-FEF.-1. S.- Bartın-500 TL)

Bir de dini kötü etkileyen bir konuya daha değinmek istiyorum. Sosyal medyada sınav kazandıran dua, sevgiliyi âşık etme duası gibi insanları dinden soğutan birçok yazıya rastladım. (K-33-E-19- E.F.-1. S.- İzmir-500 TL)

Kaynak Kur'an-ı Kerim'e dayandırmadan *hurafe din* anlatılmakta, bilgi kirliliği yaratılmakta, insanlar kafalarına göre fetva vermekte ve yorum yapmakta, alanın uzmanları anlatım yapmamakta, *batıl* ve yanlış inanışlar varmış gibi çarpıtılmaktadır. Bu şekilde de *yanlış bilgilerin* yayıldığını belirtmektedirler.

Hurafe dini anlatılıyor. Bu mümkün ama doğru kaynakları bulmak bunun en net çözümü, isteyen herkes yorum yapabiliyor. Bu oldukça olumsuz bir etki oluşturuyor.

Paylaşımların altına olumsuz yorumlar yazılıyor. Kimseyi susturamayız sosyal medyada bu konuda büyük bir kirlilik var. Bilgilerin çoğu ana kaynak Kur'an'a dayanmıyor. Bu mümkün ama internet zaten en doğru kaynaklık garantisini vermiyor. Kontrol edilmesi gerekir. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Evet kesinlikle düşünüyorum. İsteyen herkes yorum yapabiliyor. Hurafe olan din anlatılıyor. Paylaşımların altına yazılan olumsuz konulardan ziyade verilen bilgilerin doğru olup olmadığının üzerinde duruyorum. Bununla alakalı olarak mesela bir yazı yazılıyor ve altına (hâdis-i şerif) yazılıyor. Biz bulunduğumuz konum itibariyle de o hâdisin senedini incelediğimiz için, çok fazla itibar etmiyorum. Tartışmalara da girmem. Ama doğru bulmuyorum. Örneğin bizim esas alacağımız sünnetlerdir. Bir hâdis üzerinden bir açıklama da bulunuluyor. Geçen senelerde açık oturumlarda, halkın önünde konuşulmaması gereken konular konuşuldu. İnsanlar burada çıkarım yapılmaması gereken düzeyde çıkarımda bulundular. Bu konuşmalar sosyal medyayı da salladı. Her uzmanlık alanının bir âvamı olduğu için aslında dinin de âvamı var. Bizim halkımızda maalesef en iyi bildikleri de din gibi davranıyorlar. Fakat aslında öyle değil. Yani halkın önünde konuşulması gereken var. Konuşulmaması gereken var. Sosyal medyanın olumsuz

etkileri olarak bakarsak konuşulmaması gereken şeyler ekranda konuşulmamalı. Bunu kesinlikle doğru bulmuyorum. Halk bu durumu çok başka mecralara çekebiliyor. Bundan dolayı birtakım ayrışmalar da çıkabiliyor. Eğer bir açılama yapılacaksa, bu konuda yetkin kişilerin konuşmasını uygun buluyorum. Nasıl ki biz tıp alanında uzman olmadığımız için o konuda konuşmuyorsak ya da bir psikoloji uzmanının yanında ahkâm kesemiyorsak dini açıdan bilgisi olmayan bir kişi de sosyal medyada şurada burada ahkâm kesmemeli. Maalesef bu insanların sesi daha gür çıktığı için insanlar onlar doğruymuş gibi kabul ediyorlar. Bizim içinde bulunduğumuz ilahiyat camiasına tepkisel yaklaşıyorlar. Bu sebepten doğru bulmuyorum. Hurafe olan din anlatılıyor mesela. Hiçbir kaynak göstermeden kafasına göre din anlatan var. Bunları izlenebilecekler kategorisine dahi almıyorum. Bilgisini âyete dayandıranlara baktığımızda ise çoğunlukla meal üzerinden açıklama yapıyorlar. Bu durum da bizim tercih edebileceğimiz bir şey değil. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Evet, olumsuz etkisi elbette var. Herkes kendince bir şeyler biliyor ancak net bilgiye ulaşmak zor oluyor. Bazen batıl inançlar yayılıyor. Bazen din ile alakası olmayan şeyler dinmiş gibi lanse ediliyor. Kaynakları sağlam olmayan bilgiler ortalıkta dolaşıyor. Kur'an-ı Kerima dayanmıyor. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Bence sosyal medya dediğimiz şey dini olumsuz etkileyen bir unsur. İnsanlar kendilerine göre, kafalarına göre fetva veriyor. Dini bir kaynak, referans yok; duyduklarını orada anlatıyor. Dolayısıyla insanlar bu bilgileri yayıyor ama doğru olmayan bilgiler yayıldığı için de şu anda bu durumda oluyoruz. (K-04-K-21- FEF-1. S.-Bursa-2000 TL)

Mesela kadına şiddet konusunda da "Kur'an-ı Kerim'de eşine şiddet uygulayabilirsin" gibi beyinin akıl ve mantık bölümüne hiç uğramadan paylaşılan mesajlar insanları negatif etkiliyor dini yanlış anlamaya sebep oluyor. (K-33-E-19- E.F.-1.S.-İzmir-500 TL)

Çok büyük olumsuz etkisi var. Dinde olmayan hurafe ve batıl inançlar dinde var gibi gösteriliyor. Daha 1 ay öncesinde Kur'an-ı Kerim sayfaları içinde kıl olduğu ve bunun peygamberimize ait olduğu, bunu suya atıp içmekten bahsediliyordu. Ve gerçekten buna ilk andan mantıklı bir insan gülebilir ve hurafe olduğunu anlayabilirken dinimizde geçiyor diyerek insanları ikileme düşürebiliyorlar. (K-34-K-19-E.F.-1. S.- Zonguldak-450 TL)

Sosyal medyada her konuda özgür olunduğu gibi din konusunda da özürler demiştik. Yani bu demek oluyor ki bilgisi var ya da yok fark etmiyor. İnsanlar bir

şeyler yazıp söylüyor bu demek olmuyor ki her yazılan doğru ama işte cahil kalmış topluluk olarak hiç bir şeyi sorgulamadan kabul ediyoruz, inanıyoruz. Kendi kanmışlığımız yetmiyor gibi çevremize de inandığımız doğru ya da yanlış belli olmayan bilgileri benimsetmeye çalışıyoruz. Birbirimizden etkileşim halinde yanlış olan bilgileri de doğruymuş gibi yayıyoruz. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S.-Rize-3.500 TL)

Olumsuz etkiler arasında insanların birbirine olan güvenini etkilemekle birlikte klavye delikanlılığı ile ünlü olma ve fazla beğeni alma çabası ortaya çıkmaktadır.

Bence insanların birbirine güvenini etkiledi. Paylaşan kişiyle karşılaştığım kişi aynı değil. Herkes sürekli elinde kamera birbirini çekiyor. Rahatsız oluyorum. Bazen de gerçekten yardım etmek istiyorum. Korona virüs sebebiyle Bim talan haldeydi. Arabalar bir yerde. Çalışanlara acıdım. Arabaları bir yere toplayayım dedim. Sonra bunu da çekerler, saçma yorum yazarlar diye vazgeçtim. (K-30-K-24- FEF.- 1. S.- Türkmenistan- 500 TL)

Olumsuz etkiliyor. Herkes her istediğini yazıyor. Karşımda olsa o lafları asla yüzüme söyleyemez. İşte klavye delikanlılığı. Ünlü olmak adına genelde böyle davranışlar sergiliyorlar. Hiçbir iş güç sahibi olmayan insanların sergilediği boş davranış biçimleri bunlar. (K-17-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-1500 TL)

Örneğin, Emine Bulut cinâyetinde ünlü olmak, haber kanalına satmak niyetinde olmayıp da polise haber verselerdi o kadın ölmeyecekti belki de. (K-17-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-1500 TL)

Sosyal medyada din çok ikinci planda bence. İnsanlar belli bir popülariteye ulaşabilmek için din de dâhil olmak üzere birçok şeyi kullanabiliyor. (K-33-E-19-E.F.-1.S.- İzmir-500 TL)

Olumsuz. Edepsizliğe neden oluyor. Nerede ne yapacağını bilmiyor. Örneğin çok saygı duyduğum bir hocanın evdeki özel hallerini görmek zorunda mıyım ben? Mahremiyet ihlali işte bu. (K-29-K-21- İ. F.-1. S.- Bayburt-210 TL)

Sosyal medyada din ve değerler ile ilgili unsurların aykırı fikirlerin çok fazla paylaşılmasının olayları normalleştirdiği ve samimiyetsizleştirdiğini düşünmekteyim. Dini itibar sarsılıyor bir din oluşturuluyor gerçeğe aykırı olan unsurlar yayılıyor. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-Hatay-700 TL)

Bodur tarafından 2017 yılında yapılmış olan "İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi" adlı çalışmada İlahiyat öğrencilerinin sosyal medya kullanımı, demografik durumları, cinsiyet ve dindarlık dağılımları ve bunlar arasında ilişkilerin olup olmadığıdır. Literatüre bakıldığında sosyal medya kullanımı ile ilgili çeşitli çalışmalar farklı değişkenlerle ilişkilendirilerek yapılmaktadır. Bu çalışmanın temel yaklaşımı, dindarlığın sosyal medya kullanımı ile ilişkisini ele alınmaya çalışılmış, 176 ilahiyat fakültesi öğrencisi ile yapılan araştırmanın sonuçlarına göre "*dindarlık ile sosyal medya kullanım*ı arasında ilişki vardır" hipotezi doğrulanamamıştır.[481]

2.3.10. Bireyler Sosyal Medyada Niçin Dini İçerikli Paylaşımlarda Bulunurlar?

Katılımcılara göre bireylerin neden sosyal medyalarında dini içerikli paylaşımlarda bulundukları incelendiğinde katılımcıların cevaplarını *olumlu olmayan amaçlar* ve *olumlu amaçlar* temaları altında toplamak mümkündür.

Olumlu olmayan amaçlar;

Olumlu olmayan amaçlar, dini paylaşımının alışkanlık haline geldiği; kendilerine ortam yapmak, çevre edinmek, iş bulmak gibi maddi kazanç sağlamak için; gösteriş yapmak, popüler olmak için; dindar görünmek ve kendini dindar göstermek için; birbirlerini kutuplaştırmak için sosyal medyalarında dini içerikli paylaşımlarda bulundukları şeklindedir.

> *Sosyal medyada paylaşımlar gördüğümde araştırıyorum. Doğru mu değil mi diye? Çok güzel paylaşımlar da var, çok yanlışları da… Biz belli yaşa geldiğimiz için araştırabiliyoruz. Eleyebiliyoruz. Ama burada bir algı yönetimi yapılıyor. Din ve siyaset üzerinden. Bu yüzden çocuklar bence uzak tutulmalıdır. (K-16-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-400 TL)*
>
> *Pek çok insanın kaynağı geçim kaynağı ya da çıkış yolu bu anlamda bu yol tercih etmeleri de çok normal bence. (K-03-K-21- FEF.-1.S. Çorum-600 TL)*
>
> *Bir kısım da çevre edinmek iş bulmak için böyle paylaşımlar yapıyor. (K-08-E-22-Z.F.- 4. S. -Muğla-1000 TL)*
>
> *İnsanların sosyal medyadaki paylaşımları gösteriş için yaptıklarını kesinlikle katılıyorum. Tabii ki bazılarının bunu tebliğ amaçlı yapmaya çalıştığının da*

[481] Hüznü Ezber Bodur, "İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi*, (2017), ss.9-15.

farkındayım. Çünkü bir yerlerde olduğunu göstermek, saf tutmak ve birilerine yakın olduğunu göstermek pek çok insanın kaynağı, geçim kaynağı ya da çıkış yolu, bu anlamda bu yolu tercih etmeleri de çok normal bence. (K- 03- K-21- FEF-1.S.- Çorum- 600 TL)

Ben çok fazla paylaşmam. Ancak paylaşanları samimi bulmam diye kesin bir yargıda bulunmam. İnsanlar taraflarını belli etmek istiyor diye düşünüyorum. Ama bunu başka taraflara gidebilecek köprü olarak da kullananlar var. Mesela din üzerinden siyaset ve politika yapanlar da var. Ama ben yapmıyorum. Yapanların çeşitli sebepleri olabilir. (K-80-K-22- İ.F.- 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Kendilerine bu şekilde ortam yapmaya çalışıyorlar. Özellikle bir vasıfları olmayan insanlar bunu yapıyor. Birisinin kocası, birisinin kızı ya da bir marka, bir şeye sahip olma ile kendilerini konumlandırmaya çalışıyorlar. Bu kişilerin durumlarından storylerinden de anlaşılıyor. Bu tarz insanların çalıştıklarını da düşünmüyorum. Sanırım bu tarz paylaşımlar ile oyalanıyorlar. (K-26-K-18- FEF.- 1. S.-Antalya-400 TL)

Bazı insanlar için zorunluluk olmuş ayıp olmasın diye Google'dan yazı veya görsel bulup durum atıyorlar. Aklına geldi kutladı desinler. Din dışında şehitleri anma günü veya milli bayramlarda da ayıp olur, paylaşmadı derler diye paylaşıyorlar bence. Dini savunan insanlar da çok. Gerçek hayatta belki dinle alakası yok ama sosyal medyada herkes fikir sahibi. Yorumlarda saydırıyorlar. (K-37-K-19-E.F.- 1.S.- K. Maraş-500 TL)

Ayrıca katılımcılar, insanların sosyal medyada dini içerikli paylaşım yapmasının olumsuz amaçları arasında gösteriş yapmak, popüler olmak, takipçi sayısını arttırmak için dini amaçlarla sayfalar kurduklarını ve paylaşım yaptıklarını belirtmektedirler. Ayrıca çevre edinmekle birlikte gösteriş yapma da söz konusudur. Bu gösterişin kapsamında iyi, masum, dindar görünme çabası da vardır. Bunlarla birlikte sahip oldukları boşlukları doldurmak için de dini paylaşım yaptıklarını belirtmektedirler. Bu bağlamda katılımcılar, insanların "sosyal medya dindarlığı" gibi gerçek olmayan, samimiyetten uzak, yanıltıcı bir kavramın içine sürüklendiklerini belirtmektedirler.

Bu kişiye göre değişiklik gösterir. Kimisinin amacı gösteriş ve çevre edinmek olabilir. (K-35-K-19- E.F. -1. S.-Mersin-600 TL)

İnsanlar kendilerini iyi göstermek için sosyal medyaya fırsat olarak görmektedir burada sosyal medya bir araçtır. (K-01-E-18- Sosyal Bilimler Myo-Hatay-700 TL)

Evet görülüyor. Sanki o dini mesaj atınca hakkında "aman ne dindar" denildiğini zannediyordur. Beni çok etkilemiyor. Daha çok günlük hayattaki durumuna bakarım. Fakat "ya bu adam bunu paylaştı ama normalde de bunu yapıyor" gibi bir konuşma içine de girmem. Kimsenin günahını da almak istemem. Tabi şeytan da içten içe bunu bize söylemiyor değil. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Bunun kimlikle bir ilgisi olduğunu düşünmüyorum. İnsanlar boşluğunu doldurma ya da kendini farklı göstermek için yapabiliyorlar. Dindarlığın ölçülebileceğini psikologlar söylüyor. Bu konuda çok paylaşım yapanları belki de güven problemimdendir ama samimi bulmuyorum. Bir de gerçek hayatta başka sosyal medyada başka olunca kimlik sıkıntısı yaşadığını da düşünüyorum. Sosyal medya kullanmayıp çok dindar yaşayan insanlar da var. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

İnsanların bu hususlarda eksik olmaları bu eksiklikleri bazı doğrularla doldurma çabası olan insanlar, manevi olarak kendini boşlukta hisseden ve bunu riyâkâr bir tavırla gösteriş için yapıp kendini iyi hissetmeye çalışan bireyler ya da yalnızca klavye sevdalısı insanlar olarak üç grupta ele alıyor bu durumu zihnim. (K-44-K-19 E.F.-1. S.-1000 TL)

İnsanların bu tarz paylaşımları yapmasının sebebi de üzerinden yükümlülük atmak olduğunu düşünüyorum. Ben bunları okurken çok mutlu oluyorum. Bazen de sırf bazı şeyleri onlar da okudukları zaman mutlu olsunlar diye paylaştıklarını düşünüyorum. Çünkü başka türlü anlam veremiyorum bu tarz mesajları benimle ya da sayfada niçin paylaştıklarına. Ama ben şöyle düşünüyorum "camiye girmek parayla 5 TL olsun" o zaman gerçek Müslümanlığın ortaya çıkacağını düşünüyorum (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Dini gün ve gecelerde mesela Kadir Gecesi diyelim. Günü belli olmadığı halde insanların en çok paylaşımda bulunduğu bir gün. İnsanlar 364 gün çok normal yaşarken o gün çok dindar oluyorlar. İnşallah Allah tüm senemizi öyle geçirmeyi nasip etsin. Tabi bu paylaşımlar bilgilendirmek amaçlı nasslar üzerinden olursa rahatsız olduğumu söyleyemem. Çok gereksiz ya. (K-20-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Sosyal medyada bunu yansıtma insanların bu şekilde yansıtmasına kendini iyi ve masum göstermek için ve daha dindar olduğunu göstermeye çalışmak için yaptığını düşünüyorum, samimi olduklarına inanmıyorum, gerçekten samimi olan bir insan olsalardı bunları paylaşmazlardı çünkü. (K-05-K-22- FEF.-1.S.-Türkmenistan-750 TL)

Kimi insanlar bu paylaşımlar olduğunda dua ve isteklerinin gerçek olacağını düşenerek paylaşıyor. Kimileri ise sosyal medya dindarı. Çok rastladım perşembe günü eğlence mekânlarında paylaşım yapıp hayırlı cumalar mesajı atan insanlara. (K-31-K-20-FEF.-1.S.-Artvin-1800 TL)

Maalesef ki gerçek hayatta olmadıkları ve olmak istedikleri muhafazakâr kişiyi sahte bir şekilde insanlara sunmak olabilir. Tıpkı güzel olmadığını düşünen birinin filtre kullanması gibi. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Yani bunu yukarıda da söyledim. Olmadığı ve olmak istediği kişi gibi görünmek için yahut o şekilde olduğunda insanlardan olumlu tepkiler gördüğünden kişiler böyle bir çaba içerisine girebiliyorlar. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Bireyler neden dini içerikli paylaşım yaparlar? Bilmiyorum. Önemli olan yaşamak paylaşmak… Paylaşıp insanların gözüne sokmak değil. Zannederim ki vicdanlarını rahatlatmak için paylaşım yapıyorlar. Bu tarz paylaşımlar kişileri olduğundan farklı bir konuma getirebiliyor. Ve insanlar da bunu çok güzel kullanıyorlar. Normal hayatta ne olduğunu biliyoruz. Bir de sosyal medyada görüyoruz. Ben bazen aynı kişi olduğuna inanamıyorum. Bir de toplum nazarındaki kaygı var. Acaba şu ne der bu ne konuşur kaygısıyla insanlar türlü türlü şekillere giriyorlar. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Bence göz boyama, biraz "duyar kasma" gibi düşünüyorum. Her insan açısından bu böyle olmasa da geneli böyle. (K-43-K-19-E.F.-1.S.-Rize-3.500 TL)

İnsanlar boşluklarını doldurmak için ya da a partisi, b partisi mensubu olduğunu bu şekilde gösteriyorlar. Birbirlerini olmadık şekilde kutuplaştırabiliyorlar. İnanmadıkları şeyleri inanıyor gibi gösteriyorlar. (K-45-K-23-İ.F. 4. S.-Bursa-700 TL)

Olumlu amaçlar;

Katılımcılara göre, insanlar doğru olan ve yeni bir bilgiyi iletmek; çevreyi bilinçlendirmek, *tebliğ ve irşad*; insanlara faydalı olmak, *sevap kazanmak* ve manevi olarak iyi hissetmek gibi *olumlu* amaçlar ile dini içerikli paylaşım yapmaktadırlar.

Yanlış yolda olduğunu düşündüğü kişilere doğru bilgileri ilettiğini düşündükleri için yaparlar. (K-38-K-20-E.F.-1. S.- Trabzon-650 TL)

Belki yeni duydukları bir bilgiyi çevresiyle de paylaşma isteği için olabilir. (K-34-K-19-E.F.- -1. S.-ZO)

Ben genelde bir bilgi paylaşacaksam bunun dini veya farklı olması önemli değil bunu çevremi bilinçlendirmek için yaparım. (K-34-K-19-E.F.- 1. S.- Zonguldak-450 TL)

Tebliğ ve irşad olabilir. Kendi düşüncelerini paylaşmak olabilir. (K-41-K-21-İ.F.-3.S.-Trabzon- 400 TL)

İmânı herkese yaymak için olabilir. (K-13-K-21- Keles MYO-1.S.-Bursa-700 TL)

Kimisi de dini yaymak, dine karşı farkındalık yaratmak, doğru yolu göstermek için paylaşım yapabilir fakat bu kişilerin sayısı diğer kişilere göre daha azdır bence. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

İlahiyat öğrencisiyiz diye bazen bize soru soruyorlar. Dini bir şey soracakları zaman iyiyiz ama onun dışında ilahiyatı yaftalıyorlar. Siz şöylesiniz böylesiniz diyorlar? (K-25-K-25- İ.F.-4. S.-K. Maraş-1000 TL)

İnsanlara faydalı olmak için paylaşırlar. (K-95-E-25-İ.F.- 4. S.- Bosna)

Sürekli sevap noktasından Allah'a, peygamberimize karşı bu tavır hoş değil, materyalist buluyorum. (K-15-K-19-E.F. -1. S.- Bursa-900 TL)

Manevi olarak iyi hissetmek için. (K-14-E-24- Keles MYO -1. S.-Bursa-1000 TL)

Kişi kendi için faydalı gördüğü bir şeyi diğer insanlar için önerir. Sevap duygusu da mevcut olabilir. (K-96-E-25-İ.F.- 4. S.- Kosova-650 TL)

2.3.11. Dijital İbadet/Halkalar/Hac/Sadaka

Katılımcıların dijital ibadet, halka, hac ve sadaka hakkında olumlu ve olumsuz görüşlere sahiptirler. Olumsuz düşünceler kapsamında katılımcılar bu tür ibadetlerin ve bu tür sayfaların paylaşımlarını yanlış bulmakta ve karşı çıkmaktadırlar. Aşırı saçma bulmakla birlikte "prim kasmak", "takipçi kasmak" için yapıldığını belirtmektedirler. Ayrıca bu tür ibadetlere katılmadıklarını, samimi bulmamakla birlikte güvenmemektedirler. Çünkü bu gibi uygulamaların İslamiyet ile ilgili olmadığını düşünmektedirler.

Katılmıyorum, samimi bulmuyorum. (K-03-K-21- FEF-1.S.- Çorum-600 TL)

Sosyal medyadaki halka oluşturmaya, duaya, zincirlere ya da her beğeni 1 salavat gibi söylemleri samimi bulmuyorum, katılmıyorum. Rahatsızlık duymuyorum. Çünkü yapanların samimi olduğuna inanmıyorum. Bu kişilere kalk şunu yapalım desen yapmaz, ama yazar. Ben kalmam da yazmam da…(K-08-E-22- Z.F.- 4. S.-Muğla-1000 TL)

Zincir halkalara katılmıyorum. Ne amaçla yapıldığını bilmiyorum. Peygamberimiz için diyor ama inanmıyor, güvenmiyorum. (K-17-K-19- E.F. -1. S.- Bursa-1500 TL)

Zincir halka sayıyla yapılan işlere güvenim, inancım yoktur. Bir de sallanarak okumuyorlar mı? Öğrenilmiş bir davranış. Mürşitleri diyor, onlar da yapıyor bu böyle. (K-22-K-24- İ.F.-4. S.-Samsun-500 TL)

Sosyal medyadaki halka oluşturmaya duaya zincirlere ya da her beğeni 1 salavat gibi söylemleri samimi bulmuyorum, katılmıyorum. Oradaki amacın salavat getirmekten ziyade beğeni toplamak amacı ile yapıldığını düşünüyorum, rahatsızlık duymuyorum yine de kimsenin amacını bilemem ama bana samimi gelmiyor açıkçası. Bu kişilere kalk şunu yapalım desen yapmaz ama yazar. Annemin benim için ettiği duaların ve benim dualarımın çoğu zaman kabul olduğuna şahit olurum çok şükür. (K-35-K-19- E.F.-1. S.-Mersin-600 TL)

En çok eğlendiğim sayfalar Allah'ını seven beğensin. İşte her bir beğeni bir "suphanallah" "Ben yaptım, şunu şunu şu kadar kez okursanız işte yarın başlıyoruz, okuyoruz 41 kere şunu yap, yere tükür, bunları iç" gibi şeyler bana büyü gibi geliyor. Bence bunlar birer pagan anlayışı. Bunların İslamiyet ile ilgili olduğunu düşünmüyorum, dolayısıyla samimi bulmuyorum sorularıma. (K-07-K-21-FEF.-1.S.-Bursa-1500 TL)

Bir kere şunu yap bir sevap, on kere yaparsan on sevap. Buna katılmıyorum. İnsan sosyal bir varlıktır. İletişim kurulmalıdır. Dinimiz muhabbet dinidir. Cemaatle namaz kılmayı, toplu ibadeti teşvik etmiştir. Bana göre birine faydalı olmak şunu yapayım da göstereyim değil; arkadaşımın bana yaptığı gibi yarın üç ayların başlangıcı demek daha güzel bir ibadettir. (K-15-K-19- E.F.-1. S.- Bursa-900 TL)

Çekiliş yapıyorlar, telefon dağıtıyorlar, kimin kazandığı belli değil. Tüm bunların "takipçi kasmak" Aslı Bekaroğlu, Enes Batur bunların fake hesabı çalındı, Gratis'te orda burada reklam markası oldu. Kerimcan özellikle o videoyu paylaştı, tüm yaz konserleri doldu taştı. Sebepler belli. Atakan'a çok üzülüyorum mesela. Çocuk dahi diye neler geldi başına… (K-17-K-19- E.F.1. S.- Bursa-1500 TL)

Katılmıyorum. Böyle yetişmedim. Her dini tanıdım, büyüdüm. Müslüman İnstagram kullanınca Yahudi olur; şu şu sayıyla yapılmalı, bana göre değil. Ben de çocuğumu böyle yetiştireceğim. (K-28-K-25- İ. F.-4. S.- Mardin-1000 TL)

Aşırı saçma buluyorum. Dijital ibadet nedir ya? Asla katılmıyorum. Katılmadığım takdirde göreceğim baskı umurumda bile değil, Allah akıl versin. (K-42-K-22- İ. F.-3. S.- Hatay-500 TL)

Şahsen ilgimi çekmiyor. Katılmıyorum. Böyle şeyler sadece prim kasmak ve göz boyamak için yapılıyor bence. Rahatsızlık duymuyorum. Herkes istediğini paylaşabilir. Katılmazsam da baskı göreceğimi veya rahatsızlık duyacağımı düşünmüyorum. Kimse kimsenin görüşüne, katılımına, paylaşımına karışamaz. (K-46-K-18-FEF.-1. S.-Bartın-500 TL)

Ayrıca katılımcılar, bu gibi dijital ibadetin katılımcıları rahatsız etmediğini, herkesin özgür olduğunu, isteyenin istediğini yapabileceğini düşünmektedirler. Ayrıca dua ve halka talebinde bulunulmasının hoş olduğunu düşünen az sayıda da olsa katılımcı bulunmaktadır. Eğer gelen taleplerin doğruluğundan emin olunur ise bu gibi halkalara katılacaklarını da belirtmektedirler. Bu kapsamda devletten başka güvenilir topluluk, kurum ya da kuruluş göremediklerini belirtmişlerdir.

Açıkçası beni rahatsız etmiyor ama ben bu tür şeyleri çevremdeki insanlarla yapmayı tercih ederim. Tabi bazı durumlar geliyor. Örneğin şehitler için ülke çapında x sûresi veya y duası okunacak gibi şeyler olduğunda vicdanen ben de katılma isteği duyuyorum. Ya da kullandığım bazı uygulamalar var. Orada salavat zinciri, cüz vs gibi gruplar oluyor. Katılmak iyi olabilir düşüncesindeyim. (K-34-K-19-E.F.-1. S.- Zonguldak-450 TL)

Rahatsızlık duymuyorum, insanların ibadetleri beni ilgilendirmez, ben katılmam öyle şeylere ama yapan yapar. Bazı insanlar öyle kitle oluşturuyor. Belki gerçekten dini sevdirme çabası, ihtiyaç veya sahtelik. Bilemiyorum, gerçek hayat önemli. Sosyal medyada herkes istediği kimliğe bürünebiliyor. (K-37-K-19-E.F. -1. S.- K. Maraş-500 TL)

Katılıyorum. Herkes yapmak istediğinde özgür olabilir. (K-39-K -21- E.F. -1.S. - Bursa - 3500 TL)

Katılmıyorum çünkü İslam dini açısından zorlamayın doğru bulmuyorum. (K-40-K-19- E.F.- 1. S.- 1.S-Rize-3.500 TL)

Yani sayıyla dua, hatim v.b toplanmasına pek sıcak bakmıyorum fakat Kur'an halkalarının kurulması, dua istenmesi gâyet hoş. Günümüz dünyasında da birilerinin ihtiyaç sahiplerini tespit etmesi ve onlara ulaşmak için vesile olmasını takdir ediyorum. Bu makul olan taleplere karşı çıkıldığında kimsenin ona bir şey demesi hoş değil ama toplumsal bir kınama da gerekir. Fakat dinin gerekleri dışında olan yani şu kadar Yasin şu kadar zikir dağıtıyoruz dendiğinde bunun yanlış olduğunu sayıdan dolayı da olsa söylerseniz, hak etmediğiniz bir hor görülmeyle karşılaşabilirsiniz. (K-41-K-21-İ.F.-3. S.-Trabzon- 400 TL)

Rahatsızlık duymuyorum. Herkes istediğini yapabilir. Kendim katılmadığım için baskı göreceğimi de düşünmüyorum. Bazı şeyleri içinden geldiği için yapman gerekir. (K-43-K-19-E.F.-1.S.- Rize-3500 TL)

Aslında bu halkaları oluşturanlara ve bana bu mesajları atanlara, onların dini yaşantılarına bakıyorum ve o konudaki samimiyetlerini, niyetlerini ve doğru

kimseler olduklarını biliyorsam eğer ona göre o halkalara katılırım. Oluşturulması amaçtan sapmadığı sürece faydalı olabilir. Katılmazsam rahatsızlık duymuyorum. Zaten birkaç defa katılmışımdır. (K-80-K-22- İ.F. 3. S.-Bitlis-1000 TL)

Arkadaşlar bahsediyor. Ben hiç kullanmadım. Yani denkte gelmedim. Sadaka, para işleri çok hoşuma gitmeyen işler. Sadaka yapılacaksa daha resmi bir kurum üzerinden yapmalı. Örneğin İdlip için toplananlar ya da depremzedeler için toplananlar. Bunun gibi devletin mercilerine başvurulmalıdır. Devletten başka güvenilir topluluk, kurum, kuruluş göremiyorum. (K-45-K-23-İ.F.- 4. S.-Bursa-700 TL)

Medya günümüzde insanların bilgi, kanaat, tutum, duygu ve davranışları üzerinde önemli tesire sahiptir. Bu bağlamda sadece kişisel olarak bireyler değil toplumsal gruplar hatta kültürler bile medyanın bu etkileme gücünün tesiri altındadır. Klapper, medyanın mezkûr gücünü üç kategoride ele alarak bunları "*değiştirip dönüştürme gücü, önemsiz değişiklikler yapma gücü ve kuvvetlendirme gücü"* [482] şeklinde tespit ederek ortaya koymaktadır.

Toplumda olduğu gibi kültürün de asli unsuru insandır. Kültür insanın insanla, insanın eşyayla ve insanın doğayla olan ilişkilerinin ürünüdür. Kültürün yaratıcısı ya da oluşturucusu insandır. Yalnızca yaratmakla kalmayıp kültürü yaşatan, onu taşıyarak yeni kuşaklara aktaran da yine insandır. Kültür donuklaşmış, katı, statik bir karaktere değil, dinamik bir niteliğe sahiptir. Kuşaktan kuşağa aktarılarak varlığını sürdürür. Bu ise sosyalizasyon olarak nitelendirdiğimiz ve daha önce ayrıntılı olarak bahsettiğimiz süreç sayesinde gerçekleşir. Bazen sosyalizasyon, kimi zaman da eğitim şeklinde tanımlanan bu süreç, kültür temelinde ele alındığında, "kültürleme" süreci olarak da adlandırılabilir. Bu medyanın sosyalizasyon süreci üzerinde yadsınamaz bir etkisi vardır.

Bireylerin sosyalleşmeleri ve kültür üretiminin yaygınlaşması bağlamında medyanın ve kitle iletişim araçlarının her zaman olumlu katkılar sunduğunu söylemek imkansızdır. Bu konuda McQuail,[483] medyanın bazen farkında olarak ya da olmayarak insanların sosyalleşmesine engel teşkil ettiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda kimi

[482] Oliver Barrett, Peter Braham, *Media, Knowledge and Power*, London: Routledge, 1995, s. 84.
[483] Oliver Barrett, Peter Braham, a.g.e., s. 96.

araştırmacılar da bireylerin medyanın olumsuz tesirine maruz kalarak kişilik bozukluğu yaşadıklarını ortaya koymaktadırlar.[484]

Sosyal medya, kamuoyu oluşturmada, farkındalık yaratmada, herhangi bir konuda sesini duyurma noktasında çığ misali büyümesiyle çok büyük bir kolaylık sağlamaktadır. Bu husus pek çok noktada avantaja dönüşebilirken bazı devletler, bunu veri tabanı oluşturma, ülkelerdeki olayları manipüle etme veya bilerek, isteyerek yanlış bilginin dolaşmasına zemin hazırlama yolunda kullanmaktadır. Sosyal medya araçları kullanılarak atılan mesajlar, bir kartopu gibi büyüyerek insanları tetikleyip bir kelebek etkisi yaratmakta, ülke gündemini #hashtaglar belirlemektedir. Hatta kullanım kolaylığı ve etkili yayılımı nedeniyle bu ağlar, kullanıcılarına asimetrik bir güç kazandırmış da olmaktadır.

"Suskunluk Sarmalı" teorisine göre dışlanma kaygısı taşıyan kişiler veya kendi düşüncelerini söylerse toplumda kabul görmeyeceğini düşünen bireyler, gerçek hayatta asosyal iken burada e-sosyal bir kişilik kazandırarak zinciri kırmaktadır. Suskunluk sarmalı grup dinamiğini de tetiklemektedir. Bu da medyanın toplumu manipüle etme, yönlendirme, dini taraftar toplama, siyasi eğitimleri değiştirip dönüştürme, evrilme sürecinde çok büyük rol oynamasını sağlamaktadır.

Dinsel öğretiler bağlamında çeşitli değişimler de hayata geçmektedir. Örneğin kullanıcılar, dinsel bilgi ve mesajlarını, kutsal kitaplardan metin vs şeyleri sanal platformlara taşımaya başlamışlardır. Bu bağlamda Menekşe'nin de belirttiği:

"*Sosyal medya sayesinde dini konulara ilgi duyan kullanıcılar bir araya gelerek çeşitli paylaşımlarda bulunabilmekte, dini kurum ve cemaatler bu ortamda görünürlük kazanabilmektedir. Sosyal medya hesapları üzerinden dini gün ve gecelerde, bayramlar vesilesiyle kutlama içerikli paylaşımlarda bulunulabilmekte, dini külliyat dijital ortama aktarılarak dijitalleşmesi sağlanmaktadır. Sosyal medya sayesinde din algısı dönüşüme uğramakta, ibadet pratiklerinde dönüşümler görülmektedir*"[485]

[484] Ali Arslan, "Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, (2014), ss. 1-17.

[485] Ömer Menekşe, *Dinin Dijitalleşmesi ve Mobil Uygulamalar*, M. Çamdereli (Dü.) içinde, Dijitalleşen Din, İstanbul: Köprü Yayınları,2005, ss. 175-222.

Washington Üniversitesi araştırmacılarınca özellikle Tunus ve Mısır odaklı yapılan bir araştırmada; Facebook, Twitter ve Youtube'da eşsiz bir veri tabanı oluşturulduğu ve "Arap Baharı"nda sosyal medyanın kritik rol oynadığını belirtmişlerdir. Avusturalyalı University of Technology Öğretim Üyesi Prof. Timothy M. Devinney "*Artık, sosyal medyanın tüm dünyadaki milyonlarca insanı bir araya getirebilme, görüş oluşturma ve değişime yönelik geniş çaplı hareketler için gereken 'bilişsel tepkiyi' teşvik etme kapasitesi var*." şeklinde düşüncesini dile getirmiştir.[486] "Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya" adlı çalışmasında Çalışkan ve Mencik düşük maliyetli ve kullanım kolaylığı imkânı ile sosyal medyanın, "Arap Baharı" veya "Amerika'daki Wall Street'i İşgal Et" gibi eylemlerin en baş aktörünün olduğunu belirtmiştir. Sosyal medya aracılığı ile insanlar, zaman ve mekândan münezzeh hoşnut olmadığı durumlara, olaylara ya da belirli iktidar odaklarına daha kolay tepki gösterebilmekte ve aynı hissiyatı paylaşan kişilerle bir araya gelmesi daha kolay olabilmektedir.[487]

Sosyal medya sadece propaganda aracı olarak kullanılmakla kalmamış aynı zamanda taraftarları bir araya getirme, onları mobilize etme ve gerektiğinde onlardan maddi destek alma noktasında da yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Mesela ABD başkanlık seçimlerinde Obama için gerçek dünyada 156 milyonun üzerinde bağış toplanırken, sanal dünya aracılığı ile 500 milyon dolar toplanmıştır.[488]

Toplumsal değerler, insanların nerede nasıl davranmasını belirleyen, genel kabul gören ve görmeyen davranışlar konusunda bilgi veren inanç, eğilim ve beklentiler bütünüdür. Kişiler bu değerlerin ortasına doğar, bu iklimde büyür ve olgunlaşırlar. Ancak bu doğal iklimin akışını etkileyen bazı etmenler de bulunabilir ki teknoloji ve sosyal medya bunların başında gelmektedir. Bilgi toplumu teorisyenlerinden Masuda, endüstri toplumlarının merkeziyetçi özelliğine karşı, enformasyon toplumlarının çok-merkezli olduğunu söyler. Bu eksen farklılığı toplumsal yaşam, din algısı, güzellik, özgürlük gibi kavramlar üzerinde değişikliğe, çözülmeye, farklılaşmaya, evrilmeye yol açmakla birlikte; yaşamın genelinde "ben"i merkeze alan kişisel hak, haz ve özgürlük esasına dayalı bir bakışı hayatımıza yerleştirmiştir. Sanal bir dünya dediğimiz bu "dışı cilalı, içi

[486] http://www.bilisimdergisi.org/s156/, (02.06. 2015).
[487] Mustafa Çalışkan-Yunus Mencik, "Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya", *Akademik Bakış Dergisi*, (2015), ss. 254-277.
[488] Emre Tuncer, *Sosyal Medya İmparatorluğu-Patron*, İstanbul: Akis Yayınları, 2014, s. 176.

kalaylı" dünya tüm toplumu etkilediği gibi gençleri esir almıştır diyebiliriz. Dünyadan ülkesinden ve hatta mahallesinde olup bitenden bihaber bir nesil ile toplumsal hafızamızda yer etmiş depremleri, kalkışmaları, devlet adamlarını, bilim insanlarını bilmeyen ama sabun köpüğü misali kendisine rengi, dokusu, kokusu güzel görünen şeylerin peşinde koşmaktan haz alan bir nesil yetişmiştir. Başkaları için kendisini feda etmek, birinin derdiyle hemhal olmak bir yana, kendisi dışındaki her şeyi yakıp yıkan, yok sayan bir güruhla karşılaşmaktayız. İnternetin bu sınır tanımaz hali ve sonsuz özgürlük anlayışı zihinlere zarar vermekte; değer algılarını, dini yaşam biçimlerini, ailevi ilişkileri etkilemektedir. Üstelik eskiden yaşanan olumsuz durumlarda üzülür, şaşılırken; artık bu tip olayların hemen her gün karşımıza çıkmasıyla durum normal kabul edilmeye başlanır olmuştur. İnsanlar çirkinliklere zulümlere karşı tavır koymaz, tepki göstermez, kısacası bananeci toplum olmaya evrilir, dönüşür diyebiliriz.

Moda, sanat, yemek, müzik hayatta ne varsa sosyal medyada karşılığını nasıl bulduysa hayatı şekillendiren en büyük unsurlardan biri olan dinin bu mecrada olması kaçınılmazdır. Dini cemaatler, burada sanal gruplar, toplantılar, sohbetler yapmakta, dini bilgileri istişare etme imkânı tanımaktadır.

Daha önceleri dinler arasında çok katı bir ayrım yapılarak insanların kutuplaştırılmasına karşın sanal âlemde farklı fikirler öğrenerek yanlış tabularını yıkmaktadırlar. Buna benzer hayatın diğer alanlarında da farklı coğrafyada yaşayan insanlarla iletişime geçilerek farklı kültürler, inanışlar, yaşam biçimleri tanımaktadırlar. Hayatın tüm alanlarının gelişmesiyle günden güne sosyal medya araçlarına yenileri eklenerek dünyadaki küreselleşme de hız kazanmaktadır. Bu değişim evreleriyle küreselleşen dünya da farklı toplumların tek çatı altında toplanmaya başladığı söylenebilir. Birçok inanışların değişerek ortak kültür, ortak dil, ortak din gibi birçok alanda tek çatı altında toplanılabileceği söylenebilir. Gelenekselliği bozmak istemeyen toplumlar için zararlı olarak görülse de sosyal medya, insanların ortak payda da buluşma yeri olmaktadır.

Ancak ülkemizde konuyla ilgili daha çok çalışma yapılması gerekmektedir. Bu konunun önemini anlatan bir çalışma da Furat tarafından yapılmıştır. 2019 yılında yayımlanan "Din Eğitimi Ekseninde Türkiye'de Medya ve Din Araştırmaları" adlı çalışmada medyanın kullanımı ise, dinî ve dinî içerikli yayınların ürettikleri eğitim içeriği ve ortamı üzerine yoğunlaşıldığını, medya okuryazarlığı ile ilgili eğitimler yapıldığını,

tez ve makaleler yazıldığını, bununla beraber medya ekolojisi kavramıyla ilgili çalışma yürütülmediğini, bununla birlikte konunun yeni olması hasebiyle sistematik sorunlar yaşandığını, metolojinin geliştirilememesi noktasında problemler yaşandığını belirtmiştir. Çalışmaya göre medya ve din araştırmaları ile ilgili yapılan çalışmaların %24,49'sı bildirilerden, %22,45'i yüksek lisans tezlerinden, %20,41'i kitap bölümü ve %20,41'i makalelerden, %8,16'sı lisans tezlerinden %4,08'i doktora tezlerinden oluşmaktadır.[489]

Din hayatın tüm değerlerini oluşturan ve şekillendiren bir unsur iken aynı zamanında kişiliğin biçimlenmesini, toplumun giyim, kuşam, evlilik, tüketim alışkanlıklarını, ticari yaşamını, çocuk yetiştirme tarzını, yemek kültürünü, ev dekorasyonunu kısacası hayatın tümünü etkileyen bir unsurdur. Bu açıdan bakıldığında din ve değerler eğitiminin iç içe geçmiş bir kümeler şeması olduğunu görebiliriz.

Bu anlamda bir dini seçmek bir dine mensup olup onun gereklerini yapmak demek hayatını ona göre şekillendirmek, bir diğerinden vazgeçmektir. Din ve değerler hayatı anlamlandırır, şekillendirir, düzenler. Bu anlamda din ve değerler eğitiminin önemli olduğu aşikârdır. Aynı şekilde bu eğitimi verecek kişilerin, kurumların donanımı, yeterliliği, derinliği de büyük önem arz etmektedir. Din ve değerler eğitimi formal olarak verilebildiği gibi informal olarak da verilmektedir. Bu noktada okullarda verilecek olan eğitimlerdeki öğretmen yeterliklerinin önemi çok büyüktür. Keza ilahiyat fakültelerinden yetişecek olan din görevlileri, öğretmenler ve imam hatiplerin de konuya hâkim ve duyarlı oluşu bu anlamda yeterli kazanımlarla mezun olma durumu ve hayata boyu öğrenme süreçlerini her daim devam ettirme noktasında kurumlar tarafından destek görmesi de önem arz etmektedir. Bu bağlamda ilahiyat fakültesi öğrencilerinin yetiştirilmesi, mevzuatı, ders kazanımları, okul dışı faaliyetleri, sosyal sorumluluk projeleri okul ve sınıf içi faaliyetleri de önemlidir. Nitekim Esra Tunç tarafından 2013 yılında yapılmış olan "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar" adlı çalışmada konunun önemine değinilmiş ve öğrencilerin birey düzeyi değer grupları sıralamasında "Üst düzey" değer kategorisine sahip olan değerler sırasıyla "iyilikseverlik, evrenselcilik, güvenlik" değerleri olarak belirtilmiştir. "Orta düzey" değer kategorisinde ise sırasıyla "Özyönelim, geleneksellik, başarı, güç" değer grupları gelmektedir. "Uyma,

[489] Ayşe Zişan Furat, "Din Eğitimi Ekseninde Türkiye'de Medya ve Din Araştırmaları", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi,* (2019), ss 29-51.

uyarılım, hazcılık" değerleri ise öğrencilerin "Alt düzey" değer kategorilerinde yer alan değer grupları arasında belirtilmiştir. Bu sonuçlar, öğrencilerin evrenselci ve iyiliksever değer yönelimleri ile geleneksel muhafazacı değerleri arasında güçlü bir ilişki kurduklarını göstermektedir.[490]

Bu bağlamda dijital çağdaki birey/toplum ile din arasında kendine özgü bir ilişki ortaya çıkmış; dini anlayış, pratik ve örgütlenme biçimleri yeni bir form kazanmaya başlamıştır. Dijitalleşme sürecinin en önemli ayağı olan yeni medya ve mobil iletişim teknolojileri ise, dinin; inanç, ahlâk, ibadet, cemaat ve benzeri unsurları üzerindeki yerleşik dini kabul ve dindarlık anlayışlarının değişimine yol açmıştır. Dijitalleşme sürecini bu bağlamda ele alan bir diğer çalışma da Mehmet Haberli tarafından 2019 yılında "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü" adıyla Medya ve Din Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanmıştır. Çalışma, toplum hayatına eklemlenen dijital iletişim teknolojilerinin özellikle de dijital medyanın toplumdaki dini anlayış ve dindarlığı nasıl dönüştürdüğünü[491] nitel bir çalışma ile ortaya koymaya çalışmıştır. "Dijital Din" olarak nitelendirilen dijital kültür tabanlı din ve dindarlık biçimlerinin, bazı mütedeyyin kesimlerde dinin bir usul ve temayülüne zarar verebileceği endişesine yol açabileceği belirtilirken, din ve dindarlıktaki dijitalleşmenin, bazı kolaylıklar ile dini yaşamı uygulama noktasında destek olabileceği görüşünü belirtmişlerdir.[492]

Varlık, bilgi ve değer ekseninde doğru kurgulanmış; tüm girdileri, süreçleri ve çıktıları iyi hesaplanmış bir din eğitimi felsefesi ve modeli geliştirmek gerekmektedir. [493] Bu bakış açısıyla yetişmiş bir birey, bu hayatta başıboş bırakılmış bir mahlûk olmadığını, kâinattaki yerini, insanı yaşama bağlayan değerleri olduğunu, sosyal sorumluluklarını bilecek ve de ona göre yaşayacaktır.[494]

---

[490] Esra Tunç, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar", *Değerler Eğitimi Dergisi,* (2013), ss. 7-39.

[491] Mehmet Haberli, "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi,* (2019), ss. 307-315.

[492] http://sodev.org.tr/sodev-turkiyenin-gencligi-arastirmasi-raporu-aciklandi/,(10.01.2021).

[493] Mehmet Korkmaz-Cemil Osmanoğlu, "Küreselleşmenin Birey Ve Toplum Hayatına Etkileri Ve Din Eğitimi*", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2019), s. 966.

[494] Âdem Akıncı, "Hayata Anlam Vermede Dinî Değerlerin ve Din Öğretiminin Rolü", *Değerler Eğitimi Dergisi,* (2005), ss. 7-24.

Dinin sosyal medyada sunumu, kişilerin ruhsal yaşama doyumu, hayatta yakaladığı mutluluk skalasıyla yakından ilgili olabilmektedir. Kişinin gerçek yaşamda kötülerle ve kötülüklerle boğuşmaktan yıldığı veya kendisinin çok haksızlığa uğradığı duygu ve düşüncesine sahip olması, burada ayrı bir dünya araması, huzur bulması ile de doğru orantılı olabilmektedir. Bu "prime time" denilen altın saatlerde özellikle perşembeyi cumaya bağlayan geceleri TV programlarında kendisini göstermektedir. TV dizilerinde metafizik unsurlar ile zor durumda kalan kişilere yardım eden kişilerin ortaya çıkması veya olayların o yönde tezahür etmesi gibi. Sosyal medyada bununla birlikte ardından anlık mesajlar ile başlayan Cuma mesajları ile devam etmektedir. Kişiler, bazen bununla huzur bulmakta, bazen üzerinden yükümlülüğü attığına inanmakta, bazen de vesile aracı olduğunu düşünmektedir.

Geleneksel öğretilerle uyumlu olacak biçimde filmlerde hep kurtarıcıların ortaya çıkması, umudun nerdeyse tümüyle yittiği bir zamanda aksakallı bir dedenin aniden "zuhur etmesi" ve bir dokunuşla bütün sorunları çözümlemesi ile seyircide katharsis (iç çatışmalardan arınma) oluşturmaktadır.[495]

Burada belki de kişilere gönderilen şu mesaja da dikkat çekmek gerekebilir. Kişilere kurtarıcı gelecek fikri acaba kişilere kendi sorunlarını çözme, hayatla mücadele etme, aklını kullanmayı tercih etmek yerine kurtarıcı gelmesi fikrini mi benimsetmektedir. Bu noktada dini alet ederek insanları kandıran, sahte hacı hocalar ile insanların tertemiz duygularını kirleten, dolandıran insanların olduğu haberlerin olması kaçınılmaz görünmektedir.

Cashill; bireyin prensiplerinin, kitle iletişim araçlarından kendisine sunulan hayat tarzıyla değiştiğini belirtir.[496] Geçer tarafından 2018 yılında yazılan "Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time ya da Selfie Dindarlığı" adlı çalışmada dini sembol ve söylemin, politik arena ve medya (yeni ve geleneksel) mecralarında bir gösteri unsuru olarak kullanıldığını ve dinin popüler kültüre ait tüketilen bir ögeye dönüştüğüne işaret ettiği belirtilmektedir.[497]

---

[495] Richard A. Gilmore, *Doing Philosophy at the Movies,* New York: University of New York Press, 2005.
[496] Jack Cashill, "When Will Hollywood Get the Family Right", *The Cinematic Mirror for Psychology and Life Coaching,* ed. Mary B. Gregerson, New York: Springer, (2010), ss. 29-50.
[497] Ekmel Geçer, "Popüler Kültür, "Politika ve Din: Prime-Time ya da Selfie Dindarlığı", *İnsan ve İnsan Dergisi,* (2018), ss. 85-99.

Konuyla alakalı olarak yazılan bir tezde dinsel gayelerle ortaya konulmuş teknolojik araç ve gereçlerin ibadet bağlamında bir arada bulunma gereğini ortadan kaldıran şeyler olmayıp; yaşam döngüsünde yapılan ibadetleri sistemli hale getirmek için birer uyarıcı rolü taşıdığı belirtilmiştir. Yani teknoloji yoluyla, bireylerin yine hocalarını dinleyebildikleri ve bunu onların videolarına ulaşarak yapabildikleri gözlenmektedir.[498]

Milenyum adı verilen 2000'ler toplumsal anlamda birçok değişim ve dönüşümü beraberinde getirmiştir. Bu dinamik süreç döngüsünden gençler de nasiplerini almışlardır. Bu anlamda "gençliğin nereye gitmekte olduğu" ailelerden çok çeşitli sosyal gruplara kadar bir tartışma alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda tartışmaları ortaya koyacak, varsa sorunlara ilmi temelli çözüm önerileri sunacak bilimsel araştırmalara kuşkusuz ihtiyaç duyulmaktadır. Bu anlamda 1999 yılında yapılan bir çalışma dikkat çekmektedir. Üniversite gençliğinin değerleri, tutum düzeyleri ve değişkenlerinin analitik olarak sorgulandığı bu çalışmada konular belli ölçü araçları ekseninde ele alınmıştır. 927 katılımcının yer aldığı mezkûr araştırma konu ile ilgili önemli tespitlerde bulunmuştur.[499]

2000'li yıllar sonrasında toplumun her alanında yaşanan gelişmelerle birlikte toplumsal değişimin hızı artarken gençliğin bu durumdan etkilenen başlıca kategorilerden birisi olduğu açıktır. Öyle ki, "gençliğin nereye gitmekte olduğu" hem gündelik ilişkilerde hem de toplumsal düzeyde, toplumun başat kurumlarının; siyasetin, eğitimin, dinin ve ailenin özellikle dert edindiği önemli bir tartışma alanıdır. Bu noktada yorum ya da eleştiriye temel izlenimleri ve çıkarımları destekleyecek bilimsel çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmanın esin kaynağı ise 1999 yılında gerçekleştirilen "Üniversite Gençliğinin Değerleri"[500] isimli araştırmadır. Geçen 20 yılın ardından, bugün üniversite gençliğinin değer konusundaki tutum düzeyleri ve bunun farklı değişkenlerle ilişkisini anlamaya çalışan bu çalışmada kıyasa tabi tutulan ana unsurlar, değişim konusunda çıkarım yapılabilmesi adına, ismi geçen çalışmada kullanılan ölçme araçları çerçevesinde ele alınmıştır. Çalışmada devlet ve vakıf üniversitesinde öğrenim gören 927 katılımcıdan elde edilen veriler doğrultusunda bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

---

[498] Büşra Doğan, *Dindarların Dini Teknolojik Aletlerle Etkileşimi: Tekno- Dindar Pratikler Dindarların Dini Teknolojik Aletlerle Etkileşimi: Tekno- Dindar Pratikler,* (Yüksek Lisans Tezi), Mardin: Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018, s. 80.

[499] Abdullah Topçuoğlu-Gamze Aksan, "Üniversite Gençliğinin Değerleri: 20 Yıl Sonra Ne Değişti?", *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi,* (2019), s. 2219.

[500] Abdullah Topçuoğlu- Gamze Aksan, a.g.m., s. 2219.

20 yıldaki değişimi görebilmeye yardımcı en çarpıcı bulgulardan birisi ise, her iki araştırmada da kullanılan Schwartz'ın (1992) değer yönelimleri ölçeği üzerinden bu çalışmada ayrışan faktör gruplarından bireyci ve maddeci değerler ile manevi değerler arasındaki olumlu yöndeki korelasyon ilişkisidir. Bu durumda gençlik bir taraftan dünyevi sayılabilecek değerleri, imajı ve hırslı olmayı önemserken diğer taraftan manevi ve dini değer eğilimlidir. Oysa 20 yıl önce bu durum tam tersi olarak, olumsuz yönlü korelasyon ilişkisi ile anlamlılık kazanmıştı. Diğer bulguları ile birlikte üniversite gençliğinin değerleri anlamlandırılmaya çalışılırken bu çalışma, tekrar çalışmaların özellikle sosyolojik değişim ve dönüşümü görebilmeye yardımcı önemli yönlerinin olduğunu hatırlatmaktadır.

Son 10-15 yıl ile birlikte hayatımıza girmiş olan akıllı cep telefonları ve bunlara yüklenen android uygulamalar ile sanal alışveriş, sanal kitap, gazete okuma girdiği gibi tekno pratik dini uygulamalar da girmiştir. Kur'an-ı Kerim-ı okuyan kalem, namaz kılmayı öğreten seccade ile birlikte amellerimizi not alan bize iyi bir kul olma yolunda adımlar atmamıza vesile olan, amel defteri uygulamasıyla birlikte namaz kılmaya teşvik, "Bugün Allah için ne yaptım?" uyarısı, aylık ve yıllık bazda amel defteri (kılınan namazların, okunan Kur'an-ı Kerim'ın, evrad ve ezkarın istatistik görünümü), tanımlanan on iki amelin takibi gibi fonksiyonları gerçekleştirebilmektedir. Bunları Gregorian, Tayvan, Tayland, Julian, Farsça, İbranice, Etiyopya, Kıpti ve Maya takvimlerine göre yapabildiği gibi, Almanca, Arapça, Endonezyaca, Fransızca, Hollandaca, İngilizce, İspanyolca, Kazakça, Rusça, Türkçe on farklı dilde destek vermektedir. Bununla beraber Hıristiyanlık, Yahudilik, İslamiyet ve hatta Hinduizm, Budizm gibi inançlara dair çeşitli dini mobil uygulamalar mevcuttur. Sosyal medyanın hayatın tüm alanını etkilediği gibi dilimize olan etkisi de kaçınılmazdır.

Z kuşağı adı verilen ve 1995 sonrası doğan nesli tanıyabilmemiz için, dönemler arasındaki farklılığı anlamak gerekmektedir. Bu çerçevede; üniversite gençliğinin de içinde olduğu bu kuşak, bir kere fiziksel yönü olan her şeyin dijital bir karşılığı olduğu bir dünyada doğan ilk kuşaktır. Sanal dünya aslında onların gerçekliğinin bir parçasıdır. Bu nesil aynı zamanda kişiselleştirme yeteneğine sahip insanlar olarak, davranış ve isteklerini karşısındakilerinin anlamasını bekleyen bir nesil; oldukça gerçekçi olduğu gibi krizler ve terör olaylarını tecrübe ettiler, bu onların idealizmini etkiledi ve onları faydacı yaptı. Ciddi biçimde kaçırma korkusu yaşıyorlar; evet tüm yeni akımları ve rekabetleri

yakından takip edecekler ama bu onları kaygılı ve endişeli bir ruh haline büründürüyor. Aynı anda birçok şey yapmak istiyor, bir şeyleri kaçırmaktan korkuyorlar. Onlar videolarla büyüdüler, o yüzden biraz başına buruk ve "kendin yap"çılar. Ve her şeyin ötesinde hırslılar, ebeveynleri onlara katılımdan çok kazananlar ve kaybedenler üzerine düşünmeyi öğretti; ilerlemek için yoğun baskı hissettirildi ve sabırsız davranıldı. Değişim hızlı, ayak uydurmak zor, o yüzden hırslı ve rekabetçi olmalılar. Burada bahsedilen özellikleri ifade eden bulgular her ne kadar farklı bir coğrafyaya ait olsa da, bizdeki/ülkemizdeki gençlik için de benzer durumları gözlemleyebiliyoruz. Nitekim değer ifadeleri ortalama puanlarını değerlendirdiğimizde, kabullenme ve itaatkârlık, dindarlık, gelenek ve göreneklere saygı gibi değerlerle birlikte hırslı olmak, başarılı olmak, kendine saygı, kontrol gücü, refah içinde bir dünya, olaylar ve insanlar üzerinde etkili olmak "değer" kazanmış görünmektedir. Eski ile kıyaslandığında; manevi değerler de maddi değerler de artma eğilimindedir. Bu durumda, gençliğin dindarlık, hırslı olmak, etkili olmak, itaatkârlık, kontrol gücü gibi değerlere atfettikleri anlamı nitel olarak çözümlemek önemlidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç

Araştırmanın sonuçları çalışmanın kavramsal çerçevesine uygun olarak ana ve alt amaçlar bağlamında ortaya konulabilir. Bu anlamda çalışmanın ana amacı, değerler üzerinde etkisi yadsınamaz olan kitle iletişim araçlarından sosyal medyanın din ve değerler eğitimi açısından gençlere ne anlam ifade ettiğini incelemektir. Bu kapsamda araştırma, cevaplamak istediği kendi içinde dokuz ana soruya sahip olup, çalışma bu sorulara aranan cevaplar ekseninde derinleştirilmiştir. Bu sorular bağlamında varılan tespitleri sırası ile şöyle ele alabiliriz:

Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin din ve değer algısına etkisi konusunda öğrencilerin görüşlerinin neler olduğu incelendiğinde; öğrencilerin sosyal medya araçlarının din ve değer algısına yönelik değerlendirmeleri "olumsuz" yöndedir. Gençler, özellikle liyakat, mahremiyet, özgürlük, diğergamlık, gelenek ve göreneklere bağlılık, adalet, yardımseverlik-paylaşımcılık-işbirliği, hoşgörü ve farklı inançlara saygı, büyüklere sevgi ve saygı, misafirperverlik, kardeşlik, sabır, sorumluluk, duyarlılık odaklarında din ve değerlere ilişkin değerlendirmelerde bulunmuşlardır.

Sosyal medya kullanımının, öğrencilerin din, dindarlık, değerler, mahremiyet, israf, gösteriş vb. kavramlarını algılayışlarına etkileri açısından incelendiğinde; öğrenciler, sosyal medya araçlarının din ve dindarlık konularını yozlaştırdığını, özellikle mahremiyetin yok oluşunu, dini aidiyetlerin gösteriş ve kendini kanıtlama odağında kurgulandığını; sosyal medya araçlarının israfı arttırdığını, dindarlık üzerinden pazarlandığını belirtmektedirler.

Sosyal medya kullanımının, üniversite gençlerinin dini öğrenme konusundaki yönelimlerine etkileri açısından incelendiğinde; gençler, dini bilgilerin paylaşımını bu araçlar üzerinden yapmakla birlikte, bu araçlar dine yönelik inanışların gerçekliliğini sorgulamada etkili olmaktadır. Özellikle dinin öğrenilmesinde sosyal medya araçları çok arka sıralarda yer almaktadır. Gençler, dine yönelik bilgilenmelerini, kitaplardan, yetkin

gördükleri kişiler aracılığı ile gerçekleştirmektedirler. Sosyal medya araçları, dini öğrenme kapsamında önemli kişilerin takibinin yapılması konusunda öncülük etmektedir.

Sosyal medyanın, üniversite gençlerinin dini konular hakkındaki sorularına cevap vermesi yönündeki fonksiyonları açısından incelendiğinde; yukarıda da belirtildiği gibi sosyal medya araçları, gençlerin dini konular hakkındaki sorulara cevap bulmalarında arka sıralarda yer alsa da, öncü kişi ve grupların takibinin yapılmasında aracı bir rol üstlenmektedir.

Üniversite gençliğinin, özel gün ve bayramların kutlanması konusunda sosyal medyanın araç olarak kullanımı konusundaki düşünceleri incelendiğinde; gençler özel gün ve bayramların sosyal medya araçları ile kutlanması konusunda genelde bunları "samimiyetsizlik" olarak tanımlamaktadırlar. Özellikle mış gibi davranıldığını ve yapmış olmak için sosyal medya araçları ile bu günlerin kutlandığını belirtmektedirler. Gençler, esas olarak kendi hayatlarında etkin şekilde yapılması gerektiğini düşünmektedirler.

Üniversite gençliğinin, sosyal medyadaki dini konulardaki bilgi kirliliği hakkındaki düşünceleri incelendiğinde; öğrenciler, yetkin olsun ya da olmasın herkesin fikrini paylaştığını, insanları etiketlediğini ve ötekileştirdiğini ifade etmektedirler. Bu nedenle sosyal medyada oluşan bilgi kirliliğinin doğru bilgiye ulaşmayı zorlaştırdığını, öğrencilerin bir kısmının doğru bilgiyi sunmayı sağlamak amacı ile paylaşımlar yapmaya ve kişileri bilgilendirmeye çalıştıkları görülmüştür.

Üniversite gençliğinin, sosyal medyadaki dini paylaşımlar konusunda kendini özgür hissetme durumu incelendiğinde; gençler kendilerini her iki düşüncede konumlandırabilmektedirler. Özgür hissetmeyenler, çoğunlukta olmakla birlikte kendini özgür hissedenler de bulunmaktadır. Gençlerin kendilerini sosyal medyada dini paylaşımlar yapma konusunda özgür hissetmemelerinin nedenleri arasında özellikle "linçe uğrama" düşüncesi yer almaktadır. Gençler, toplumsal bir linçe ve baskıya uğrayacaklarını düşündükleri için sosyal medyalarında dini paylaşımlar yapmamaktadır. Bununla birlikte aslında sosyal medya araçlarının tüm görüşlerin paylaşılması konusunda baskıcı olmadığı, herkesin herşeyi rahatça paylaşabileceği düşüncesinin varlığı da söz konusudur.

Üniversite gençliğinin sosyal medya üzerinden yapılan yardım isteklerine, sadaka zincirlerine, dua halkalarına bakışı incelendiğinde; gençler, dijital ibadet, halka, hac ve sadaka hakkında olumlu ve olumsuz görüşlere sahiptirler. Gençler, bu durumu aşırı saçma bulmakla birlikte "prim kasmak", "takipçi kasmak" için yapıldığını belirtmektedirler. Bu tür ibadetlere güvenmedikleri için katılmamakta, samimi bulmamaktadırlar. Çünkü bu gibi uygulamaların İslamiyet ile ilgili olmadığını düşünmektedirler.

Üniversite gençliğinin sosyal medyanın daha etkili ve verimli kullanılması yönündeki görüş ve önerileri incelendiğinde; gençler birçok farklı öneriler geliştirmişlerdir. Bunlardan ilki öncelikli olarak bu konuda farkındalığın arttırılması gerektiğidir. Sonrasında belirli gruplara, demografik özelliklere göre kısıtlamaların getirilmesi gerektiğini düşünmektedirler Ayrıca cezalar ve bu bağlamda denetimler oluşturulmalıdır. Bunlarla birlikte her web sitesinin bir güvenirlik puanının olabileceği önerisini getirmişlerdir. Ayrıca doğru bilginin paylaşılmasının sağlanması gerektiği, sosyal politikaların geliştirilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Özellikle sosyal grupların gençleri kendilerine çekme çabası olduğu için özellikle din değiştirmeye kadar sürecin gidebileceği için bu alanların dikkatli izlenmesi gerektiğini belirtmektedirler.

Ana amaçlar ortaya konulduktan sonra, alt amaçlar bağlamında çalışmamızdan elde ettiğimiz karşılaştırmalı sonuçları ise şu şekilde toparlamak mümkündür: Üniversite gençliğinin yaş ve kişilik gelişimi itibarıyla kendini arama sürecinde olduğu ve bu arayışta herkesten farklı olma, genel eğilim yerine daha radikal olma yolunda olduğu görülmektedir. Bu, gençliğin dönem özelliklerinin getirdiği bir sonuç olmakla beraber, gençleri bu süreç içerisinde kendi alanlarına çekmek isteyen yapıların olduğu/ olacağı aşikârdır.

Araştırmada yine değer konusunda beklenildiği üzere ilahiyat fakültesi öğrencilerinin konuya hassasiyetle yaklaşmasıyla birlikte, üniversitenin diğer fakültelerindeki öğrencilerin de "yardımlaşma, dayanışma, hakkaniyet, adalet" gibi kavramlar üzerinde gâyet bilinçli olduğu, ellerinden gelen imkânlar doğrultusunda bu konuda çeşitli çalışmalar yürüttüğü görülmektedir.

Diğer taraftan öğrencilerin eğitim gördükleri alanla ilişkili olabileceği de göz önünde bulundurulmakla birlikte, bazı öğrencilerin farklı din ve mezheplerin öğretimine meslek bilgisi dışında bir merak veya hayranlık duyduğu görülmektedir. Bu noktada

üniversite öğrencilerine değerleri aktarım sürecinin bittiği düşünülmemelidir. Nasıl ki alan bilgisi için çeşitli din ve mitolojik kavramlar hakkında bilgi veriliyorsa Türk İslam kültüründen de örnekler verilerek bir denge sağlanması elzem görünmektedir. Öğrencilerin dini bilgileri edinmesi merdiven altı kişi veya kurumlara bırakılmamalı, sorularına muhatap olabilecek, sahih bilgi verebilecek ehil insanların yakınında yamacında olduğunu bilmesine yardımcı olabilecek yapılanmaya gidilmelidir. İlahiyat fakültesi öğrencilerinin din ve değerler sürecinde diğer fakültelere göre bir adım önde olması kaçınılmazdır. Çünkü bu öğrenciler, sorularını yöneltebileceği kişi ve kaynaklara yakın bulunmakta ve ortaokul, lisedeki eğitimlerini temelden bu bağlamda almaktadır. Aynı zamanda ilahiyat fakültesinde gençlerin soru ve sorunlarına danışmanlık yapılan bölgesel uygulamaların yürütüldüğü de görülmektedir. Bu lokal uygulamanın üniversitenin geneline yayılması, üniversite bünyesinde bir gençlik merkezi kurulması ve öğrencilerin burada kültür, spor, sanat faaliyetlerine katılmasıyla birlikte soru veya sorularını yöneltebileceği uzman kişilerin bulunması da ehemmiyet arz etmektedir. Çünkü çalışmamızda da öğrenci sorularını yönelteceği muhatap bulma konusunda sıkıntılar yaşadığını, en kolay olan sosyal medya mecralarına yöneldiğini belirtmiştir. Ancak çalışmamızda burada yer alan tüm bilgilerin de maalesef doğru olmadığı belirtilmiştir.

Sosyal medya ve sanal platformlarla ilgili olarak öğrencilerin sanılanın aksine her Cuma atılan mesajlardan, kandilde, bayramda gönderilen resimli mesajlardan hoşnut olmadıkları anlaşılmaktadır. Küçük bir kesim sevap kazanma, iyiliği duyurma, tebliğ gibi amaçla yapılmasından rahatsız olmadığını belirtmekle birlikte, ilahiyat fakültesi öğrencileri dâhil öğrencilerin büyük bir çoğunluğu bu mesajların samimi olmadığını, hoşlanmadığını, hatta daha öte giderek rahatsızlığını dile getirmiştir. Bunun yerine kişiye özel samimi iki kelimelik bir mesajın veya kısa bir telefon görüşmesinin çok daha samimi olduğunu belirten öğrenciler, dinsiz yaftası yememek, dışlanmamak gibi kaygı veya korkular sebebiyle kendilerinin de bu tarz paylaşımlar yaptığını veya gelen mesajlara mecburen cevap verdiklerini belirtmişlerdir.

Çalışmamızın bir diğer hususu olan sosyal medya üzerinden yardım konusunda, öğrenciler güven problemi yaşadıklarını belirtmiş; yardımın daha çok tanıdığı kişileri yönlendirme şeklinde olduğunu söylemişlerdir. Yine sosyal medya üzerinden yapılan dua talepleri hususunda da öğrenciler, bunu samimi bulmadıklarını, duanın ihtiyaç duyan

kişinin kendisi tarafından yapılması gerektiğini belirtmekle birlikte, "*Müslüman müslümanın duasına muhtaçtır"* anlayışı gereği duadan kaçınmayanlar da görülmekledir. İlaveten zincir halka konusunda tüm öğrenciler hemfikirdir. Sanal ortamların ilk çıktığı günlerde korkudan, çekinerek başkalarıyla paylaşılan, bilmem kaç kişiye göndermezsem olumsuzluklar yakamı bırakmaz anlayışı, yerini tebessüme bırakarak komik bir mesaj algısına bırakmıştır. Öğrencilerimiz bu tarz dua zincirlerini samimi bulmamakla birlikte, peygamberimizin doğumu, şehitlerimize mevlit gibi günlerdeki dualara katıldıklarını belirtmişlerdir. Çalışmamızdan çıkan bir diğer sonuç da öğrencilerin sanıldığının aksine mahremiyet, gösteriş, israf konusunda bilinçli olduğudur. Öğrenciler her anını, giydiğini, yediğini paylaşan kişilerden hoşlanmamakta, bazen sırf bakalım şimdi ne paylaşacak şeklinde meraktan takip ettiklerini belirtmişlerdir.

Çalışmamızdan çıkan bir diğer sonuç ise, öğrencilerin sanal ortamda dini paylaşımlar hakkındaki olumsuz düşüncelerini yansıtmaktadır. Öğrencilerin büyük bir kısmı kendilerinin gerçek hayatta daha dindar olduğu yönünde beyanda bulunmuşlardır. Sosyal medyadaki dini paylaşımların ise arkasında sevap kazanma, iyiye yönlendirme gibi iyi niyetlerin olması dışında daha çok çevre edinme, bir gruba ait olma hissi verme, taraftar toplama, o grubun imkânlarından faydalanma gibi nedenlerin olduğunu düşünmektedirler. Yine aynı konuda öğrencilerin dini paylaşımlar ile kişilerin kendilerine bir "*kimlik vitrini"* oluşturmaya çalıştığını, bununla birlikte pek çok kişinin paylaştığı hayat gibi yaşamak istediklerini görmekteyiz.

Öğrenciler arasındaki benzerlik ve farklılığa baktığımızda beklenen şekilde ilahiyat öğrencilerinin din ve değerler konusunda hassas oldukları, ibadetlerini yerine getirmeye gayret ettikleri, diğer fakülte ve yüksekokullardaki öğrencilerin de ibadetlerini tam olarak yerine getirememekle birlikte aile, evlilik, mahremiyet, fedakarlık, empati, özveri, dayanışma, yardımlaşma, israf gibi konularda bilinçli oldukları, ancak yüzdelik olarak çok küçük bir kesime tekabül etse de agnostisizm, paganizm, deizme inanan kişilerin olduğu da görülmektedir. İfadelere bakıldığında, bu tür inançlara yönelen öğrencilerin yönelme sebeplerinin sorularına cevap bulamamak olduğunu söylemek mümkündür. Bu sebeple diğer fakülte ve yüksekokullardaki öğrencilerin de bu anlamda sahipsiz bırakılmaması gerektiği çok mühimdir.

Öğrenciler, sosyal medyadaki özgürlük konusunda bir bütün görüş belirtmemektedir. Bir kısım öğrenciler özgür olduklarını belirtirken, diğer kısım dilediği her şeyi yazarsa linç edileceklerini, dışlanacaklarını, bu yüzden ifade etmekten kaçındıklarını belirtmişlerdir.

Öğrencilerin ifadelerinden çıkan bir diğer sonuç ise, adalet ve liyâkata inanmadıklarıdır. Bazı öğrenciler, başarının değil yakınlığın ve bir gruba ait olmanın başarı kapılarını açacak kilit anahtar olduğuna inanmaktadırlar. Bir kısmı da, bu nedenle bu tür görüşlerin paylaşıldığını veya kişilerin paylaşma sebebinin onlardan elde etmeyi umduğu bir çıkara dayandığını belirtmektedirler. Öğrenciler farklı görüşteki kişilere karşı, genel itibarıyla hoşgörülü olmakla birlikte, kendilerine yapılacak olumsuz tavırdan çekinmeleri sebebiyle dini konularda çok tartışmaya girmediklerini belirttiklerini görüyoruz.

Öğrenciler kişilerin paylaşımlarının demografik bazı bilgilerle birlikte, kişinin dünyaya bakışı hakkında genel bilgi verdiğini, ama bunun her daim doğru sonuca götürmediğini belirtmektedirler. Kişilerin bilerek, isteyerek, yazım, noktalama hatası yaparak yazdığını veya kendisini şiirden, sanattan hoşlanan bir kişi gibi göstermek için şiir, resim, kitap paylaşımı yapanların bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bu anlamda bu paylaşım ilişkisinin doğru orantılı olmadığını belirtmekle birlikte yine de âyet, hadis, özel gün, kandil, bayram paylaşımı yapan bireylerin daha "mütedeyyin" olduğu yönünde inancın yaygın olduğunu belirtmekte, ancak bu konudaki temkinli tavrını sürdürmektedirler.

Öğrenciler sosyal medya kullanımının daha verimli olması yönünde farklı görüşler belirtmişlerdir. Kimileri kısıtlanmanın özgürlük ile bağdaşmayacağını belirtirken, kimileri de belli aşamalar, bilgi güvenliği gibi kıstaslarla paylaşım yapılmasını belirtmektedir. Bu da, öğrencilerin önüne gelen herkesin at koşturamadığı, klavyeyi önüne alan, elinde akıllı telefonu olan her kişinin yapacağı manipülatif paylaşımlarına engel olunması gerektiğine olan inancını yansıtmaktadır.

Öğrenciler, toplumsal olaylara, doğal afetlere, hayvan haklarına, mültecilere vs karşı duyarlıdırlar. Bir kısmı çeşitli stk'larda görev almaktadır. Öğrenciler, dini sorularının cevabını bulabilmek için aile ve yakın arkadaş ve akrabaları tercih etmekte, bulamazsa sosyal medyaya yönelmektedirler. İlahiyat fakültesi öğrencileri çevresinde

pek çok hocanın ve kaynağın olması sebebiyle geniş imkânlara sahip olduklarını belirtirlerken veya kendilerinin esas kaynak Kur'an-ı Kerim'i okuyabildiklerini söylerken diğer fakültelerdeki öğrencilerin Diyanet'e, müftülüklere veya cami hocalarına gidip soru soramadıklarını veya sorduklarında da yeterli, verimli cevap alamadıklarını ve bazen hocaların kırıcı ifadeyle yaklaştığını, bu nedenle de dini duygularında zayıflama olduğunu dile getirmektedirler. Burada Diyanet'e, müftülüklere ve diğer din görevlilerine büyük görev düştüğünü, camide beş vakit namazı kıldırdıktan sonra bir daha göremediğimiz hocalar yerine mahallesindeki halkla hemhal olan, gençlerle söyleşen, yaşlılarla dertleşen, sorunlarını dinleyen, onlara yol gösteren, rehberlik eden din görevlilerine ihtiyaç olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu hususta din görevlilerinin halkla ilişkiler uygulamasına hâkim olması, iletişim becerisine sahip olması, sosyal medya platformunu etkin kullanabilmesi gibi hususlar önem arz etmektedir. Bazı illerimizde Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından kurulmuş olan gençlik merkezleri veya Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın bazı yapılanmalarının ülke geneline yayılması gençlerle sıcak temas kurma imkânı tanıyacaktır. Üniversiteler gençliğe değerlerin kazandırılması için geç kalınmış yerler değildir. Buradada da ceşitli dersler içerisinde veya münhasıran açılacak dersler, atölyeler ve seminerler ile gençlere ulaşmak mümkün olacaktır. Yine ders bazında bakıldığında her fakültede iletişim medya okuryazarlığı derslerinin olması sosyal medyada görülen, okunan şeylerin alt metnini anlayabilme nokasında öğrencilerimize katkı sunacaktır. Çalışmamızda sosyal medya üzerinden yapılan tüm paylaşımların olumsuz olmadığı, eğitim öğretimin kalitesinin artırılması noktasında kullanıldığı ve çıkan sonuçta öğrencilerin akademik başarısını artırdığı verisinden hareketle, öğretim elemanlarının da sosyal medya platformları üzerinden etkileşimli olarak atölye çalışmaları, ders dışı faaliyetler, hobi kurslarının verebileceği sunumlar ve grup çalışmaları ile öğrencilerin işbirliği içerisinde olmasına imkân tanınacağı ve böylece illegal yapılanmalara mahal vermeksizin öğrencilerin enerjisini kendisini gelişitirmeye dönük olarak faaliyetlerde bulunmasına zemin hazırlayacak platformlar oluşturmalıyız. Medyanın toplumu şekillendirmedeki etkisinin kaçınılmaz ve çok yüksek olduğu, kültür endüstrisinin toplum mühendisliğine soyunduğu, gençlerimizin de popüler kültürün esiri olduğu ortadadır. Gençlerimize tarihimizden, geçmişimizden, inanç dünyamızdan, ecdadımızın eserlerinden bahseden çalışmalar yapılmalı, tanıtılmalıdır. Bunchinkam Sarayını, Headwayleri gözü kapalı ezbere bilen bir nesil yetiştirmek marifet değildir.

Marifet, çağın gerektirdiği dil hangisi ise onu öğrenmekle birlikte geldiği yeri unutmayan gençler yetiştirmektir.

Öneriler

Araştırmada varılan sonuçlara bağlı olarak konuyla ilgili başlıca önerilerimizi şöyle dile getirmek mümkündür:

1- Değerler eğitimi konusunu eğitim sistemi içinde bazı derslerin içine iliştirilerek vermek yerine, tüm derslerde ve her fırsatta öğrencilerin yaparak, yaşayarak, benimseyerek, içselleştirerek öğrenmesine imkân tanıyan etkinlik temelli müfredat güncellenmesine gidilmelidir. Öğrencilerin bu değerleri tanıması, öğrenmesi ve hayatın tüm alanında hissedebilmesi için etkinlikler, faaliyetler düzenlenmelidir.

2- Değerler eğitimi konusu yükseköğretimde de devam eden bir süreçtir. Geç kalınmış sayılıp konu merdiven altı kurum veya kuruluşlara bırakılmamalıdır. Ergenlik dönemi ve hayatın anlamını arama sürecindeki soru ve sorunlara işin ehli olan kişilerin destek olması hususuna öncelik verilmelidir.

3- İlahiyat fakültesinde lokal olarak yapılmakta olan rehberlik hizmeti üniversitenin geneline yayılmalı, merkez kampüste yer alan gençlik merkezinin faaliyetleri genişletilmelidir. Bu uygulama diğer üniversiteler için de model teşkil edebilir.

4- Sosyal medya kullanımı, medya okuryazarlığı konusunda öğrencilerin ve ailelerin bilinçli olması amacıyla eğitimler düzenlenmelidir.

5- Dijital okuryazarlık, sosyal medya okuryazarlığı gibi dersler tüm bölümlerde ders olarak okutulmaldır.

6- Diyanet İşleri Başkanlığı personelinin gençlerle iletişimi konusunda, kurum içi çalışmalar yürütülmelidir.

7- Gençliğin rol model alması gereken bir dönem olduğu düşünülünce, Hz. Muhammed'in (s.a.v.) hayatı ile ilgili dersler, semimerler, hikâyeler, filmler hazırlanarak öğrencilerin Resulü daha iyi anlayıp, tanıyıp, örnek alabilmesi için imkânlar sağlanabilir.

8- Şehrin farklı noktalarında gençlik merkezleri kurularak gençlerin bir araya gelip sosyalleşebileceği, soru ve sorunlarına cevaplar bulabileceği, kaliteli ve verimli zaman geçirip bilgisini ve görgüsünü artırabileceği mekânlar oluşturulabilir; belediyeler bu konuda planlamalar yapma konusunda destek olabilir. Hali hazırda bulunan Millet Kıraathanesi, Belediye Gençlik hizmetleri, GSB Kitap Kahve, Dijital Kahve gibi güzel uygulamaların faaliyetleri artırılmalı, diğer şehirlerde de benzer uygulamalar teşvik edilmelidir.

9-Sosyal medya takip ve düzenlenmesi konusu kanunlarla da düzenlenmeli, kişisel verilerin kullanımıyla birlikte manipülatif paylaşımlar yapan, doğru olmayan bilgileri yayan kişilere cezai yaptırım uygulanabilmelidir.

10- Dini bilgilerin doğru kanallarla öğretimi konusunda araçlar geliştirilebilir. Bu tarz paylaşımlar yapmaya vesile olabilecek her türlü araç, gereç, proje veya etkinliğe gerekli devlet desteği sağlanmalı; çalışmalar teşvik edilmelidir.

11-Konuyu destekleyen nitel ve nicel farklı çalışmalar yapılmalı, konu diğer üniversitelerde ve farklı bölümlerde de araştırılmalıdır.

Çalışmamızın yararlı olması ve yeni çalışmalara katkı sağlaması temennisiyle...

KAYNAKÇA

AÇAR Rabia Sümeyye, Televizyonun Ergenin Din Algısı ve Ahlâki Tutumu Üzerindeki Etkisi (Muş İli Örneği), (Yüksek Lisans Tezi), Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

ADIGÜZEL Orhan, BATUR Zeynep, EKŞİLİ Nisa, "Kuşakların Değişen Yüzü Ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2014, ss.165-182.

AINSCOW Mel vd., "Why Network? Theoretical Perspectives on Networking," School Effectiveness and School Improvement, 2010.

AJJAN H., Harsthone R., "Investigating Faculty Decisions to Adopt Web 2.0 Technologies: Theory and Empirical Tests", Internet and Higher Education, 2008, ss. 71-80.

AK Beril, BAT Mikail, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma," Journal of Yaşar University, 2010, ss. 3348-3382.

AKARSU Âdem, "Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi", Toplum Bilimleri, Haziran 2016, ss. 347-366

AKARSU Bedia, Değişen Dünyada Bilim ve Değerler., Bilgi ve Değer Sempozyumu Bildirileri, Ed. Ş. Yalçın Ankara, 2002.

AKÇAY Habibe, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi Güz 2011, S. 33, ss.435-445.

AKGÜL Mehmet, 'Medya ve Din: Radyo İletişimi ve Gözyaşı FM Örneği', Türk İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi, 2008, ss.39-82.

AKGÜL Mehmet, "Dijitalleşme ve Din", Marife Dini Araştırmalar Dergisi, 2017, ss. 191-208.

AKGÜN Eda, Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi, Yeni Medya, 2018.

AKINCI Âdem, ‘’Hayata Anlam Vermede Dinî Değerlerin ve Din Öğretiminin Rolü’’, Değerler Eğitimi Dergisi, 2005, ss.7-24.

AKMAN Zahid, Ankara Gecekondu Gençliğinin Eğitimine ve Kentleşmesine Televizyon Yayınlarının Etkisi, (Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995.

AKPOLAT Sabri, Peygamberimiz ve Gençlik, Hz. Peygamber ve İnsan Sevgisi, I. Kutlu Doğum Sempozyumu, 21-22 Nisan 2007, Şanlıurfa.

AKSAN Gamze, TOPÇUOĞLU Abdullah, “Üniversite Gençliğinin Değerleri: 20 Yıl Sonra Ne Değişti?”, OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 2019, ss. 2241 – 2274.

AKSU A. Betül, Medya, Çocuk ve Din Eğitimi, (Doktora Tezi), Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004.

AKŞİT Füsun, DÖNMEZ Berna, “İlköğretim Öğrencilerinin Medyayı Kullanmaya Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi”, Erciyes İletişim Dergisi, 2011, ss. 32-46.

AKYÜREK Bülent, İçinizdeki Öküze Oha Deyin, İstanbul: Kent Yayınları, 2008.

ALBION Peter, “Web 2.0 in Teacher Education: Two Imperatives for Action,” Computers in the Schools, 2008.

ALİOĞLU Nazan, “Duygusal Tatmin Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması”, BUJSS, 2016, ss.1-27.

ALMALI Arda, “Bir Toplumun Ahlâksal Metaforu Olarak Sosyal Medya ve Modern Zamanda Ahlâkîn Evrimleşmesi”, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2019, ss.1-9.

ALTINTAŞ Muhammed Esat, Din Eğitimi Açısından Sihir ve Büyü İçerikli Filmlerin Etkilerine İlişkin Çocukların Algıları, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008.

ANAR Suat, “Değerlerin Sosyolojik Açıdan İncelenmesi”, Çağdaş Eğitim Dergisi, 1983, ss. 209 – 223.

ANTON C. Zijderveld, Soyut Toplum, çev., Cevdet Cerit, İstanbul: Pınar Yayınları, 1985.

ARIK Emel, Dijital Mahremiyet, İstanbul: LiteraTürk Academia, 2018.

ARISOY Cansu ve AKGÖL Oğuzcan, "Dünya Düğünden İbarettir: Reality Show Bağlamında 'Zuhal Topal'la Sofrada' Programı Örneği," T.C. İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, 2018, ss. 69-87.

ARSLAN Ali, "Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 2014, ss. 1-17.

ARSLAN Elif, "Sosyal Ağlar, İletişim Ahlâkî ve Din" Diyanet İlmi Dergi Kur'an Özel Sayısı, 2012, ss.20-22.

ARSLAN Mustafa, ''Medya ve Yeni Dinsel Kimlikler'', Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu, Ed. Mete Çamdereli, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2015, ss. 195-204.

ARSLAN Mustafa, TUNÇ Esra, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar", Değerler Eğitimi Dergisi,2013, ss. 7-39.

ATABEK Erdal, Tüketilen Değerler ve Gençlik, İstanbul: Cumhuriyet Kitapları, 2011.

ATALAY Yasemin Dönmez, Felsefi Açıdan Tolerans ve Hoşgörü, (Yüksek Lisans Tezi), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008.

ATAY Mesude, ÖNCÜ Elif, "Elektronik Bakıcı; Televizyon", Çocuk ve Medya, 1. Uluslararası Çocuk ve İletişim Konferansı "Milenyumda Çocuk ve İletişim", İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2005, ss. 435-443

ATTAR Ferîdüddîn, Evliya Tezkireleri, çev. Süleyman Uludağ, İstanbul: Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2007.

AVCI Nazmi, "Üniversite Gençliğinin Bireysel ve Toplumsal Değerlere İlgi ve Bakışı (Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği)", Değerler ve Eğitimi Uluslararası Sempozyumu, Değerler Eğitimi Merkezi, 2004.

AYAYDIN Yakup, AYAYDIN Hatice, "Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi", Değerler Eğitimi Dergisi, 2018, ss. 57-89.

AYBEY Salih, "Sadî Şirazî'nin "Bostan" Ve "Gülistan" Adlı Eserlerinin Din Eğitimindeki Yeri ve Önemi", Esosder, 2019, ss. 425-437.

AYDENİZ Hediyetullah, Din Hizmetlerinin Yürütülmesinde Bir İmkân ve Meydan Okuma Olarak Medya, İçinde M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. K. Şener (Ed.), Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2) İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.

AYDIN Hüseyin, "İnternetin Getirdiği Avantajlar ve Riskler (İtikad ve Ahlâk Açısından)", Küreselleşme ve Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı, 2013.

AYDIN Mustafa, "Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği", Değerler Eğitimi Dergisi, 1(3), 2003, ss. 121-144.

AYTAÇ Özge, Yeni Nesil Müşterinizle Tanışın: Z Jenerasyonu, "Meet Generation Z: Marketing's Next Big Audience" http://www.socialbusinesstr.com/2015/03/30/yeni-nesil-musteri-z-jenerasyonu/ (5.03.2020).

AYTAÇ Serpil, BAYRAM Nuran, "Üniversite Gençliğinin İş ve Eş Seçimindeki Etkin Kriterlerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ile Analizi", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2001, ss. 89-100.

AYTEN, Ali, "Din Psikolojisi: Dine ve Maneviyata Psikolojik Yaklaşımlar, İz Yay., İstanbul 2010.

BABACAN Mehmet Emin, "Toplumsal Derinlik, Sosyal Medya ve Gençlik", İnsan & Toplum Dergisi, 2016, ss. 23-46.

BABACAN Mehmet Emin, Sosyal Medya ve Gençlik, İstanbul: Bir Yayıncılık, 2017.

BAHAR Halil İbrahim, Sosyoloji, Usak Yayınları, Ankara 2005.

BAKIROĞLU Cemile, Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları, Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

BALAT Gülden, Değerler Eğitimi ve Değerler Eğitimi Programları. Okul Öncesi Eğitimde Güncel Konular, ed. A. Oktay ve Ö. Polat Unutkan), İstanbul: Morpa Kültür Yayınları, 2003.

BALTACI Ali "Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?", Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2019, s.368-388.

BARAN Aylin, HAZER Oya, ÖZTÜRK M., Serhat, Gençlik ve Dijital Çağ, Hacettepe Üniversitesi, 2020.

BARNLUND Dean, Transactional Model of Communication, Journal of Communication, 1962, ss.197-211. https://www.businesstopia.net/communication /barnlund-transactional-model-communication (0.04.2020).

BARRETT Oliver, BRAHAM Peter, Media, Knowledge and Power, London: Routledge, 1995.

BAŞARAN Fatma, "Üniversite Eğitim Süresi İçinde Öğrencilerin Değer Tercih Sıralamalarında Değişme", Yedinci Ulusal Psikoloji Kongresi, Ankara, 1993, ss. 22-25.

BATMAZ Veysel, AKSOY Asu, Türkiye'de Televizyon ve Aile (Elektronik Hane), T.C Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Ankara 1995.

BAUDRILLARD, Jean, Simülakrlar ve Simülasyon, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2016.

BAYDAR Mustafa Çetin, İslam ve Radyo Televizyon. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı, 1994.

BAYHAN Vehbi, "Türkiye'de Gençlik Sosyolojisi Çalışmaları", Sosyoloji Konferansları, No: 52, 2015, ss. 355-390.

BEKİRYAZICI Eyüp, DAĞ Mehmet "Toplumsal Birliğin Güçlendirilmesinde Ahlâkî Değerlerin Önemi", Toplumsal Birliğin Güçlendirilmesinde Dinî Söylemin Önemi Tartışmalı İlmi Toplantı, Gaziantep, 2018, ss. 335-351.

BERELSON Bernand, STEINER Gary A., Human Behavior. New York: Harcourt Brace and World Inc., 1964.

BERKOWİTZ Leonard, LUTTERMAN Kenneth, "The Traditional Socially Responsible Personality", Public Opinion Quarterly, 32 1968, ss.169-185.

BILSKY Wolfgang, KOCH Mareike, "On the Content and Structure of Values: Universals or Methodological Artefacts?", In J. Blasius, J. Hox, E. deLeeuw & P. Schmidt (Eds.), Social Science Methodology in the New Millennium Proceedings of the Fifth International Conference on Logic and Methodology, Cologne, 2000, ss. 3-20.

BİÇER İlhan, "Medyanın Kamuoyu Üzerinden Etkileri ve Etik", Fırat Üniversitesi Medya ve Etik Sempozyumu, 2009, ss. 305-321.

BİLGİN Nuri, Sosyal Psikoloji Sözlüğü, Kavramlar, Yaklaşımlar, İstanbul: Bağlam Yayınları, 2003.

BİLGİSEVEN Amiran Kurtkan, Eğitim Sosyolojisi, İstanbul, 1987.

BİLİS Ali Emre, 'Modern Yaşamda Dini Değerlerin Televizyonda Temsili: "Nihat Hatipoğlu ile İftar" Programı Örneği', Selçuk İletişim, 2017, ss. 189-210.

BİNARK Mutlu, YILDIRIM Ayşenur & TOPRAK Ali & AYGÜL Eser & BÖREKÇİ Senem & ÇOMU Tuğrul, Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım!, Kalkedon Yayınları, 2009.

BODUR Hüsnü Ezher, "Dini Organizasyon Tipleri ve Yeni Dini Hareketler", Toplum Bilimleri Dergisi, 2006, ss. 69-78.

BODUR Hüsnü, KORKMAZ, Sezai "İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi", KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2017, ss.329-351.

BOEHM, K.E., SCHONDEL, C.K., "Marlowe, A.L. And Manke-Mitchell, L. Teens' Concerns: A National Evaluation", Adolescence, (1999), ss. 523-529

BOGDAN Robert C. Bogdan, BİKLEN Sari Knopp, Qualitative Research in Education: An Introduction to Theory and Methods, Boston: Allyn ve Bacon, 1998.

BOYD Danah, ELLİSON Nicole, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, (17.03.2020).

BRIDGET C. O'Brien, ILENE B. Harris, THOMAS J. Beckman, DARCY A. Reed and DAVID A. Cook, Standards for Reporting Qualitative Research: A Synthesis of Recommendations, Academic Medicine, September 2014, ss. 1245-51.

BUHARÎ, Ebu Abdillah Muhammed b. İsmail, Sahihu'l-Buharî, I-VIII, Çağrı Yay., İstanbul 1992.

BULUK Buket, EŞİTTİ Bekir "The Effects of Social Media on Before and After Visiting A Destinatıon: A Research in Gallıpoli Peninsula", Journal of İnternational Social Research, 2015, ss. 1147-1157.

BULUNMAZ Barış, "Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: S.a.saşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak?", Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 2011, ss. 22-29.

BULUT Safiye Sarici, “Gazi Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimleri”, Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi, 2012, ss. 216-238.

BÜYÜKBAYKAL Güven, "Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2007, ss.31-44.

BÜYÜKGEBİZ Eda, “İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Yazın Taraması”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2019, ss. 33-53.

BÜYÜKGEBİZ Eda, TUNCA Mustafa, “Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2018, ss. 33-53.

BÜYÜKKARA Mehmet Ali, “İşlevsel Kelâm İçin Vazgeçilmez Bir Kaynak ve Araç Olarak İnternet”, Kelamın İşlevselliği ve Günümüz Kelam Problemleri Sempozyumu, 2000, ss. 205-216.

BÜYÜKÖZTÜRK Şener vd., Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: PegemA, 2014.

C.B. & J.R., Sosyolojinin Unsurları çev. K.N. Duru, İstanbul: Millî Eğitim Basımevi, 1975.

CAFOĞLU Zuhal, AKAR Ömer, Üniversitelerde Ahlâki Değerlerin Davranışa Yansımasının Oluşturduğu Örgüt İkliminin Algılanması, Değerler ve Eğitimi, İstanbul: Dem Yayınları, 2007.

CAFOĞLU Zuhal, OKÇU Veysel, “Gençlik Sorunları: Siirt İli Örneği”, Electronic Journal of Social, 2005, ss.265-276.

CAN Niyazi, “Gençlik Sorunlarında Medyanın Etkisi”, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 2008 Cuma 9/62., ss. 62 - 76.

CAN Niyazi, “Medya ve Gençlik Sorunları İlişkisi, Sosyal Bilimler Araştırmalar Dergisi, 2008, ss. 62-76.

CASHILL Jack, “When Will Hollywood Get the Family Right” The Cinematic Mirror for Psychology and Life Coaching, (ed. Mary B. Gregerson) New York: Springer, 2010, ss. 29-50.

CATHERINE Elizabeth, McLoughlin Mark, JW Lee, "Social Software And Participatory Learning: Pedagogical Choices With Technology Affordances İn The Web 2.0 Era," Paper Presented At The Ascilite, Singapore, Media Networks, 2007, ss. 664-675.

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

CEVHERLİ Kübra, ŞENTEPE Ayşe, İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları, İstanbul: Ensar Neşriyât, 2016.

CEVİZCİ Ahmet, Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Paradigma Yayınları, 1999.

CEYLAN Yılmaz, "Toplumsal Değerler Medya Etiği", Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2012, ss.1-14.

CHRISTOPHER Peterson, SELİGMAN Martin, "Character Strengths and Virtues: A Handbook A Classification", New York: Oxford University Press, 2004.

CLAIRE H. Badaracco, Quoting God: How Media Shape Ideas About Religion and Culture, Texas: Baylor University Press, 2005.

CLAUDIO Violato, HOLDEN William "A Confirmatory Factor Analysis of a Fourfactor Model of Adolescent Concerns", Journal Of Youth And Adolescence, 17, 1988, ss. 101-113.

COŞKUN Sena, SARAÇLI Sinan, Dini İçerikli Filmlere Karşı Tutum ve Davranışların Din Eğitimi Bağlamında İstatistiksel Tekniklerle İncelenmesi: AKÜ İslami İlimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, Bilal Yorulmaz ve diğerleri ed. Sinema ve Din içinde, İstanbul: DEM Yayınları, 2015, ss.109-129.

COŞTU Yakup, Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme, Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi, IX S.3, 2009, ss. 117-140.

CRESWELL J.W., Research Design: Quantitative, Qualitative and Mixed Methods Approaches. 3rd ed. Thousand Oaks, CA, 2009.

CRESWELL John W. Nitel Araştırma Yöntemleri, çev. Mesut Bütün- Selçuk Beşir Demir, 3.b., Ankara: Siyasal Kitabevi, 2013.

ÇAĞIRICI Mustafa, "Adalet", TDV İslam Ansiklopedisi, C.I, İstanbul: TDV Yayınları, 1988, ss.341-343.

ÇAĞRICI, Mustafa "Sabır", TDV İslam Ansiklopedisi, C. 35, İstanbul: TDV, 2008, ss.337-339.

ÇAĞRICI, Mustafa "Uhuvvet'', TDV İslam Ansiklopedisi, C. 24, İstanbul: TDV Yayınları, 2001, ss. 485-486.

ÇAKMAK Veysel, İletişim Kaygısı ve Sosyal Medya, Konya: Eğitim Yayınevi, 2018.

ÇALIŞIR Gülsüm, "Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma" Humanities Sciences, 2015, ss. 115-144.

ÇALIŞIR Gülsüm, "Sosyal Medyada Benlik İnşası, Sunumu ve Tüketimi", Dijital İletişim Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi "Dijital İletişim Etkisi" konulu Uluslararası Akademik Konferans, İstanbul: İskenderiye Yayınları, 2014, ss:176-185.

ÇALIŞKAN Mustafa, MENCİK Yunus, "Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya", Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, 2015, ss.254-277.

ÇAMBAY Sinem, "Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme", Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.5, 2015, ss.237-247.

ÇELİK Abbas, Radyo ve Televizyonlarda Yayınlanan Dini Programları Eğitim Açısından Değerlendirme (Erzurum Örneği), İstanbul: Aktif Yayınevi, 2004.

ÇELİK Ahmet, Diyanet Faaliyetlerinde Dinî Söylemin Toplumsal Bütünlük Açısından Tahlili, Toplumsal Birliğin Güçlendirilmesinde Dinî Söylemin Önemi, Gaziantep, 2015.

ÇELİK Taha Yasin, Sosyal Medya ve Gençlik, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2016,

ÇELİK Tuba, Sağlık Alanında Bilgiye Ulaşma Aracı Olarak İnternetin Rolü (İnönü Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

ÇELİK Vehbi, Sınıf Yönetimi, Ankara: Nobel Yayınevi, 2003.

ÇELİKKAYA Tekin, SEYHAN Osman, "Değerlerin Kazanılmasındaki Etkili Faktörler Öğrenci Görüşleri", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2016, ss. 167-192.

ÇENGELCİ Tuba vd., "Okul Ortamında Değerler Eğitimi Konusunda Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri", Değerler Eğitimi Dergisi, 2013, ss. 33-56.

ÇEREZCİOĞLU Aykut, "Popüler Müzik ve Gençlik Kültürü", Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2014, s.11-26.

ÇETİN Murat Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, S.32, 2011, ss. 151 – 175.

ÇİFTÇİ Hasan, "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, C. 7, 2018, ss.417-434.

ÇÖMLEKÇİ Mehmet Fatih, BAŞOL Oğuz, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2019, ss. 173-188.

ÇUHADAR Mustafa, Dijitalleşen Din ve Diyanet (Medya ve Din 2), 2015, ss.175-222.

ÇÜÇEN Abdülkadir, Felsefeye Giriş, Bursa: Asa Kitabevi, 2001.

DAĞ İhsan, Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri, RTÜK Raporu, Ankara: RTÜK Yayını, 2004, No:12.

DANZİGER Kurt, Socialization, Penguin Books Ltd., Middlesex, 1971; Thoms Rhys Williams, Socialization, Prentince-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1983.

DARWİN Nelson vd., "Personal Responsibility Map (PRM)". Oakwood Solutions, LLC, 2004.

DAVUDOĞLU Ahmet, Sahîh-i Müslîm Tercümesi ve Şerhi, İstanbul: Rihle, 2017.

DEBATS Dominique Louis Henri Maria Debats, "The Structure of Human Values: A Principal Components Analysis of The Rokeach Value Survey", British Journal of Social Psychology, 1995, ss. 77-86.

DEMİL Emine "Hadisler Çerçevesinde Hz. Peygamber'in Eğitim Metodu", Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi, 2019, ss. 216-234.

DEMİR İsmail, İletişim, Sosyal Medya ve Din Eğitimi, Babil Kitabevi, 2019.

DEMİR İsmail, İletişim, Sosyal Medya ve Din Eğitimi, Paradigma Akademi Yayınları, 2019.

DEMİR Nilüfer, Bireylerin Tüketimin Nesnesine Dönüşmesinde, Sosyal Medya Etkisi, Sosyoloji Konferansları No: 55, 2017, ss.277-288.

DEMİR Recep, CEBECİ Suat, "4-6 Yaş Grubu Çocukların Çizgi Filmlerden Etkilenme Durumları", The Journal of Academic Social Science Studies, 2018, ss. 291-306.

DEMİR Recep, Türkiye'de Çocuk Kanallarında Yayınlanan Çizgi Filmlerde Dini ve Kültürel Değerler Eğitimi, (Doktora Tezi), Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

DEMİR Ümit, "Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2016, ss. 27-50.

DEMİRKOL Melih, "Dinî Bir Tutum Olarak Yardımseverlik", Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2019, ss. 211-232.

DEMİRUTKU Kürşat, Değerlerin Edinilmesinde Ailenin Rolü, T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile Eğitim Programı, 2017.

DENİZ Levent, ÜNAL Aylin, "Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması", Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 2017, ss. 984-1016.

DİKER Ersin, TAŞDELEN Birgül, "Sosyal Medya Olmasaydı Ne Olurdu? Sosyal Medya Bağımlısı Gençlerin Görüşlerine İlişkin Nitel Bir Araştırma", Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, Güz Dönemi S. 17, 2017, ss. 189-206.

DİLMAÇ Bülent, İlköğretim Öğrencilerine İnsani Değerler Eğitimi Verilmesi ve Ahlâki Olgunluk Ölçeği ile Eğitimin Sınanması, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999.

DİLMAÇ Bülent, Yaşam Denizinde Bir Rüzgâra İhtiyacım Var (Ergenlerde Değer Gelişimi Ankara: Pegem Akademi, 2015.

DİYANET Aylık Dergi, "Cami ve Gençlik", S.286, 2014, ss. 28-29.

Diyanet İlmi Dergi Kur'an Özel Sayısı, "Sosyal Ağlar, İletişim Ahlâkî ve Din", 2012, s.3.

DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI, Türkiye'de Dini Hayat Araştırması, Ankara: DİB Yayınları, 2014.

DOĞAN Betül, ŞENER Nihal, Medya ve Din, , Köprü Yayınları, İstanbul 2014.

DOĞAN Büşra, Dindarların Dini Teknolojik Aletlerle Etkileşimi: Tekno- Dindar Pratikler, (Yüksek Lisans Tezi), Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

DOĞAN KARACOŞKUN, Mustafa, Mutluluktan Öte Bir Sırra Ermek -Yunus'un Şiirleri Bağlamında İşlevsel Boyutuyla Sevgi ve Mutluluk Çözümlemeleri, Hikmet Yurdu, 2013, ss. 91-103.

DOĞAN Mebrure, "Karakter Gücü Olarak Sabır ve Psikolojik İyi Oluş İlişkisi", The Journal of Happiness & Well-Being, 2017, ss.134-153. https://dergi.diyanet.gov.tr/makaledetay.php?ID=9115

DOĞANAY Ahmet, Değerler Eğitimi. (Ed. C. Öztürk). Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi "Yapılandırmacı Bir Yaklaşım., Ankara: Pegem-A Yayıncılık, 2006.

DÖKMEN Üstün, İletişim Çatışmaları ve Empati, Ankara: SistemYayıncılık, 2005.

DURAN Ragip, "Medya", Özgür Üniversite Kavram Sözlüğü Söylem ve Gerçek, Ankara: Maki Basın Yayı, 2005, ss. 327-330.

EBÛ DÂVUD, Süleyman b. Eş'as, Sünen-ü Ebî Dâvud, Çağrı Yay., İstanbul 1992.

EKEN Metin, Modern Görsel Kültür Bağlamında Medyatik Din Olgusu, Dijitalleşen Din. Medya ve Din 2, Köprü Kitapları, İstanbul, 2015.

EKİNCİ Hurşit, Okulda ve Ailede Değerler Eğitimi, Kayıhan Yayınları, İstanbul 2018.

EKİZ Durmuş, Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metodlarına Giriş, Ankara: Anı Yayıncılık, 2003.

EKP Hui, "Personel Concerns and Their Causes: Perceptions of Hong-Kong Chinese Adolescent Students", Journal of Adolescence, C.23, 2000, ss.189-203.

EKŞİ Aysel, "Gözden Geçirme: Beş Kıtada Genç Sorunları", Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi, 2003, ss. 78-87.

EKŞİ Halil, KATILMIŞ Ahmet, Karakter ve Değerler Eğitimi, Ankara: Nobel Yayınevi, 2020.

ELDEMİR Funda, "Teknoloji Kullanmanın Dindar Kadınların Hayat Tarzına Etkisi", Turkish Studies, 2020, ss.1127-1147.

EL-KİNDÎ YA'KŪB B. İSHAK, Üzüntüden Kurtulma Yolları: El-Hîle Li-Def'İ'l-Ahzân, nşr. ve trc. Mustafa Çağrıcı, İstanbul: Marmara Üniversitesi yayınları, 1998.

EL-MÜNÂVÎ, Muhammed Abdürraûf, Feyzu'l-Kadîr, 2012, I-VI

EN-NESAİ, Ebû Abdurrahman Ahmed b. Şuayb, Sünenü'n-Nesâî, I-IX, 1986.

ERARSLAN Reyhan, "Sosyal Medya Her An ve Her Yerde Görünür Olmak". The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2013, ss. 29- 37.

ERCİNS Gülay, "Türkiye'de Popüler Kültür Görünümleri ve Gençliğe Yansımaları" VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, 2009, ss.490-511.

ERDEM Mehmet Zekeriyâ, İslam Özgürlük Düşüncesinin Temeli, Konya: Selçuk Üniversitesi (Yüksek Lisans Tezi), 2009.

ERDEMOĞLU Mehmet, Görsel Medyadaki Şiddetin Ortaöğrenim Gençliği Üzerindeki Etkisi, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011.

ERDOĞAN Emre, Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Saha Araştırması Bulguları, Habitat Derneği, 2017.

ERDOĞAN İrfan, KORKMAZ Alemdar, Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Erk Yayınları, 2002.

EREN Hasan vd. (haz.), Türkçe Sözlük, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1988.

ERJEM Yaşar, ÇAĞLAYANDERELİ Mustafa, "Televizyon ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi", C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 2006, ss.15-30.

ERKAL Mustafa, Sosyoloji, İstanbul: Der Yayınları, 2000.

ERKEN Betül, Online İslami Eğitim: Qibla.Com Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2016.

ERSOY Ersan, “Sosyal Ağların Gençlerin Sosyalleşmesine ve Pedagojik Gelişimine Etkisi”, Uluslararası Aile Çocuk ve Eğitim Dergisi, 2017, ss.45-65.

ERTEN, Murat, Mevlânâ'da Kavram ve Bir Yöntem Olarak Adâlet, III.Uluslararası Mevlana Sempozyumu, Muğla, 2014, s. 1-20.

ERTİT Volkan, “Teoriler Işığında Avrupa Sekülerleşmesi”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2014, ss.378-387.

EŞ-ŞERBASÎ, Ahmed, Mevsüatü Ahlâki’l-Kur’ân, Dâru’r-Râidi’lArabî, Beyrut 1985.

EV Hacer, İbn Haldun’un Eğitim Görüşü, (Doktora Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.

EVYAPAR Mehmet Ertuğrul, Sanal Cemaatler ve Postmodern Kabilecilik: İmam Hatipler Kapatılsın Facebook Grubu Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

FICHTER Joseph, Sosyoloji Nedir? çev. N. Çelebi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Yayını, 1990.

FLOROS Georgios, “Konstantinos Siomos The Relationship Between Optimal Parenting, Internet Addiction and Motives for Social Networking in Adolescence”, Psychiatry Research, 209(3), 2013, ss. 529-534.

FREDERICK Elkin, HANDEL, Geranld, The Child and Society: The Process of Socialization, Random House, New York, 1978.

FRIEDMAN Lawrence, Yatay Toplum, çev.A. Fethi, İstanbul: İş Bankası, 2002.

FROLOV Ivan, Felsefe Sözlüğü, Türkçesi: Aziz Çalışlar, İstanbul: Cem Yayınları, 1997.

FULLER John L., “Genetic Influences on Socialization”, Early Experiences and The Processes of Socialization, ed. R. A. Hoppe, G. A. Milton, E. C. Simmel, Academic Pres, New York, 1970.

FURAT Ayşe Zişan, ‘’DKAB Derslerinde Görsel Medyanın Kullanımı/ Kullanılabilirliği’’, İçinde R. Kaymakcan, M. Zengin ve Z. Ş. Arslan (Ed.), Türkiye’de Okullarda Din Öğretimi, İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi, 2011, ss.573-587.

FURAT Ayşe Zişan, “Din Eğitimi Ekseninde Türkiye’de Medya ve Din Araştırmaları” Medya ve Din Araştırmaları Dergisi, 2019, ss. 5-26.

FURAT Ayşe Zişan, “Kitle İletişim Araçları ve Yaygın Din Eğitimi”, Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2013, ss.147-162.

FURAT Ayşe Zişan, “Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişimi Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği”, İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2009, ss.38-61.

FURAT Ayşe Zişan, Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından Yeni Bir İmkân Alanı Mı Tehdit Mi? İçinde M. Çamdereli, B. O. Doğan ve N. K. Şener (Ed.), Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2] İstanbul: Köprü Kitapları, 2015, ss.325-364.

FURAT Ayşe Zişan, Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri ve Fonksiyonları (İstanbul Örneği) - Sır Dizileri ve Dini Programlar, (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008.

GEÇER Ekmel, “Medya ve Popüler Kültür: Diziler”, Televizyon ve Toplum, Okur Kitaplığı, 2015.

GEÇER Ekmel, “Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time1 ya da Selfie2 Dindarlığı”, İnsan ve İnsan Dergisi, 2018, ss.85-99.

GEÇER Ekmel, Sosyal Medya ve İletişim Psikolojisi, Ankara: DİB Yayınları, 2020.

GEÇER Saffet, KARTOPU Harun, HACIKELEŞOĞLU Hızır, “Sorumluluk Duygusu ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma,” Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2018, ss. 1-24.

GENÇ Ernur, ÇOŞKUN Tuba, “Muhafazakârlık ve Türkiye Muhafazakârlıklarının Bazı Halleri”, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2015, ss.27-40.

GENTLES Stephen, Charles, Caty Ploeg, Jenny Mckibbon Ann, Sampling in Qualitative Research: Insights From 9 An Overview of The Methods Literature, The Qualitative Report, 20(11), 2015, ss. 1772-1789.

GEORGE Gerbner, Mass Media and Human Communication Theory Frank E X Dance (eds), Human CommunicationTheory Original Essays, Holt, Rinehart Winston, Canada, 1967.

GEZGİNCİ Gamze, IŞIKLI Şevki, “Facebook Etkisi Dindar, Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz”, Medya ve Din Araştırmaları Dergisi, 2018, ss.11-133.

GIDDINGS Franklin Henry, The Theory of Socialization, 1897.

GILMORE Richard A., Doing Philosophy at the Movies, New York: University of New York Press, 2005.

GOFFMAN Erving, Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, Metis Yayınları, 2016.

GÖKÇE Orhan, “Türk Gençliğin Sosyal ve Ahlâki Değerleri”, Ata Dergisi, 1994, ss. 25-30.

GÖKÇE Orhan, İletişim Bilimine Giriş, Ankara: Turhan Kitabevi, Eylül 1993.

GÖRMEZ Mehmet, Diyanet İlmi Dergi Kur’an Özel Sayısı, “Sosyal Ağlar, İletişim Ahlâkî ve Din”, 2012, s.3.

GÖZEL Özkan, Medyatizm Çağında İletişimin Özünü Yeniden Düşünmek, Medya ve Din Tartışmaları, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2016.

GRAHAM Upton Graham vd., “Expressed Concerns of Yemeni Adolescents”, Adolescence, 33 (129), 1988, ss.193-208.

GRAHAM White, Socialization, London: Logman Group Limited, 1977.

GÜL Bekir, DALMIŞ İbrahim vd., Türkiye’nin Gençlik Profili, Ankara: Seta Vakfı Yayınları, 2012.

GÜL Recep Emin, GÜZEL Berrin, “Justice From The Ummah to the Organization: The Analysis of The,” Bilimname, C.3, 2020, ss. 95-128.

GÜLBAHAR Yasemin, KALELİOĞLU Filiz, MADRAN Orçun, Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı, XV. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul: İnternet Teknolojileri Derneği, 2010.

GÜLEÇ Vusala, “Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü,” Yeni Medya Elektronik Dergi, 2018, ss. 105-120.

GÜLER İlhami, Sosyal Medyada Din, Yeni Medya ve Din Tartışmaları, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2016.

GÜLTEPEATAÇ Ayalp, Sosyal Sermaye ve Değer İlişkisi: Bir Lise Örneği (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi, 2010.

GÜNAY Erol, AZİZE Hassan "Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercilerine Etkisi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2014, ss. 47-62.

GÜNDÜZ Mevlüt, "Kur'an-ı Kerim Fihristinin Değer Odaklı Analizi," Değerler Eğitimi Dergisi C. 16, No. 35, 2018, ss. 141-158.

GÜNER Berrin, "Türk Gençliğinin Serbest Zamanlarını Değerlendirme Biçimleri: Bir Literatür Taraması", Uluslararası Multidisipliner Akademik Araştırmalar Dergisi, 2015, ss.12-19.

GÜNEŞ Abdurrahman, "Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi", Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2018, ss. 203 - 216.

GÜNEY Neslihan vd., "Ergenlerin Medya Kullanımı", Popüler Kültür ve Çocu, ed. Nihal Ahioğlu- Neslihan Güney), Ankara: Mattek Matbaacılık, 2007

GÜNGÖR Abdullah vd., "Yükseköğretime Başlayan Gençlerin Beklentileri ve Değer Yaklaşımları: Oltu Örneği", Umbet International Congress on Vocationaland Technical Sciences Batumi-Georgia Congress Book of Full Texts, 2017, ss. 205-225.

GÜNGÖR Erol, Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar, İstanbul: Ötüken Yayınları, 2010.

GÜVEN Sami, Toplumbilim, Bursa: Ezgi Kitabevi, 1999.

HABERLİ Mehmet, "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü", Medya ve Din Araştırmaları Dergisi, 2019, ss. 307-315.

HABERLİ Mehmet, "Sanal Din; Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din", İstanbul: Açılım Kitap, 2019, ss. 45-49.

HABERLİ Mehmet, "Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlâki Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme", Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi, 2018, ss. 640-648.

HÂKİM, II, 15; Heysemî, VIII, 167; Buhârî, *el-Edebü'l-Müfred,* no: 112.

HEFFNER Tara, The Effects Of Social Media Use İn Undergraduate Students, (Thesis), Rowan University, 2016.

HIGINBOTTOM Gina, “Sampling Issues in Qualitative Research”, Nurse Researcher, 2004, ss. 7-19.

HOBBS Renee, “Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma”, Çev: Melike Türkân Bağlı, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 2004, ss. 122-140.

HORTAÇSU Nuran, En Güzel Psikoloji Sosyal Psikoloji, İstanbul: İmge Kitabevi, 2012.

HÖKELEKLİ Hayati, Din Psikolojisi, 3.b., İstanbul: DEM Yayınları, 2013, ss. 270-273.

HSUAN-TİNG Chen Yonghwan Kim, Problematic Use Of Social Network Sites: The İnteractive Relationship Between Gratifications Sought And Privacy Concerns. Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking, 16, 2013, ss.806-812.

ICEK Ajzen, FISHBEIN Martin, Understanding Attitudes And Predicting Behavior, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc, 1980.

IŞIK Metin, ‘’Çocuk, Televizyon ve Eğitim, Medya ve Çocuk Rehberi’’, Ed: Yasemin Giritli İnceoğlu, Nurdan Akıner) Medya ve Çocuk Rehberi, Konya: Eğitim Kitabevi, 2008, ss. 9-26.

İBN KESÎR, Ebu’l-Fida İsmail b. Ömer, el-Bidaye ve’n-Nihaye, I-XIV, 1984.

İBNİ HANBEL, Ahmet Muhammed, *Müsned-ü Ahmed b. Hanbel*, I-VI, Çağrı Yay., İstanbul 1992.

İÇİRGİN Ömer, Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları, (Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

İLHAN Vahit, Medya Çalışmalarında İzleyici- Popüler Bir Tür Olarak Televizyon Dizileri ve İzlerkitle Olarak Gençler, Ankara: Gece Kitaplığı, 2016, s.240.

İLHAN Vahit, Medya ve Gençlik: 15-24 Yaş Arası Gençlerin Televizyon Dizilerini İzleme Pratiklerindeki Dönüşüm, (Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

İLİ Kenan, Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrenci Davranışlarına Etkisi (Gaziçiftliği Anadolu Lisesi Örneği), (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.

İMAM BUHARİ, Sahihi Buhari, çev., Beşir Eryarsoy, Halil Aldemir ve Mehmet Odabaşı, İstanbul: Polen, 2010, s.36.

İMAM MÂLİK, el-Muvaṭṭaʾ (nşr. Takıyyüddin en-Nedvî), Beyrut 1991, I-III.

İMAMOĞLU Olcay, AYGÜN Zahide, "1970'lerden 1990'lara Değerler: Üniversite Düzeyinde Gözlenen Zaman, Kuşak ve Cinsiyet Farklılıkları", Türk Psikoloji Dergisi, C.14, S.44, 1999, ss.1-18.

İNAL. Z. F., İşe Alım Süreçlerinde Başvurulan Bir Kaynak Olarak Sosyal Medya. Kaymakcan, R. Kenan, S. Hökelekli, H. Arslan, Ş., & Zengin. M., Ed. Değerler ve Eğitim, Değerler İstanbul: Eğitimi Merkezi Yayınları, 2013.

İNAN Mesut, "Lise Öğrencilerinin Medya - Din İlişkileri Algıları", Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2008, ss. 121-146.

İNANIR Samet, "Bildiğimiz Gençliğin Sonu Halleriyle İmajlarıyla Gençlik", Birikim Dergisi, 2005, ss. 37-51.

İSLAMOĞLU Güler, YURTKORU Serra, SİPAHİ Beril, ÇALIŞKAN Kutlu, ERGUN Sinem, Üniversite Gençliği Değerleri: Korkular ve Umutlar, İstanbul: TESEV Yayınları, 2005.

JOACHIM Wach, Din Sosyolojisine Giriş, çev. B. İnandı, Ankara: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, 1987.

KAFADAR Osman, "Türkiye'de Gençliğin Eğitimi Sorunu ve Kaynaklarına Sosyo-Kültürel Bir Yaklaşım," Eğitim Bilimleri ve Uygulama 2, C.3, 2003, ss.105-115.

KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, İnsan ve İnsanlar, İstanbul: Evrim Yayınevi,1988.

KAHYA Yalçın, "Medyanın Gençler Üzerinde Sosyal Sapma ve Şiddet Bağlamında Etkileri", Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2008, ss.43-57

KAMİLOĞLU Fatma, YURTTAŞ Özge, "Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması", İletişim Dergisi, 2014, ss.129-150.

KANBUROĞLU Ü. Betül, Popüler Kültür-Din Eğitimi İlişkisi: İmam Hatip Liseleri Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler, 2011.

KANDEMİR, M. Yaşar, “Muâz b. Cebel”, TDV İslam Ansiklopedisi, C. 30, İstanbul: TDV Yayınları, 2005, s.338.

KAPLAN Nida, "Tüketim Toplumunda Toplum, Medya ve Etik Üçgeni", II. Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ: Karınca Ajans Yayıncılık, 2011, ss. 103- 112

KARA Taylan, Görsel Medyanın Aile Bireyleri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma, TÜİK Uzmanlık Tezi, Manisa: T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, 2011.

KARAALP Cahit, “Kur’an’da Örnek Genç Modeli”, Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi, 2019, ss. 180 - 195

KARABIYIK Sema, Türk'ün Dizi ile İmtihanı Ekranın Kısa Tarihi:1, İstanbul: Profil Kitap, 2011.

KARABOĞA Tahir, Medya ve Toplum İlişkileri- Televizyon Haberlerinde Şiddetin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, İstanbul: Karınca Yayınları, 2010.

KARABULUT Burak “Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 21, 2015, s.11-23

KARACA Faruk, “Din Psikolojisinde Metot Sorunu ve Bir Dindarlık Ölçeğinin Türk Toplumuna Standardizasyonu”, Ekev Akademi Dergisi, C. 3, S.1, 2001, ss.187-201.

KARACA Yusuf vd., "Ebeveynlerin Televizyon Reklam İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkilerini Etik Açıdan Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma", Sosyal Bilimler Dergisi, 2007, ss. 233-249.

KARACOŞKUN Doğan, “Bireysel ve Toplumsal Çözülmede Televizyon Faktörü Üzerine Düşünceler”, Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C. 6. S.1, 2002, ss.221-233.

KARADUMAN Nedim, “Popüler Kültürün Oluşmasında ve Aktarılmasında Sosyal Medyanın Rolü”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.2, 2017, ss. 7-27.

KARASAR, Niyazi, Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler, 15. b. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2005.

KARATAŞ Mustafa, “Medya Vaizliği Analitik Bir Yaklaşım”, Vaaz ve Vaizlik Sempozyumu, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2013, ss.297-312.

KARDAŞ Selami, Sanal Kimlik ve Spiritüel İyi Oluşun Üniversite Öğrencilerinin Narsistik Eğilimlerini Yordayıcılığı, (Doktora Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

KARSLI Bahset, AYCAN Sezen, "İnstagram ve Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Paylaşımları Örneği", Türk Akademik Araştırmalar Dergisi, 2020, ss. 245-266.

KARTOPU Saffet, GEÇER Harun, HACIKELEŞOĞLU Hızır, "Sorumluluk Duygusu ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma," Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2018, ss. 465-488.

KAYA Mahir, Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

KELEŞ Esra, DEMİREL Pınar, Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook'un Formal Eğitimde Kullanımı, P.5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September 2011, Elazığ: Fırat University, 2011, ss. 156-163.

KELLI Fuery, New Media: Culture and Image, New York: Palgrave, 2009.

KENAR İsmet, "Gençlik ve Psikolojisi", Adalet Dergisi Özel Sayısı, C.42. 1995, ss. 41-51.

KER Müjde, YILMAZKOL Özgür, Televizyon: Çocuklara "Gerçek Hayat"ı Şiddetle Öğreten "Çağdaş Masal Anlatıcısı", Çocuk ve Medya, ed. Selda İçin Akçalı, 2. b. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2009, ss. 189- 210.

KESKİN Mustafa "Din ve Toplum İlişkileri Üzerine Bir Genelleme", Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi, 2004, s.7-21

KHURANA J. Mass, "The Impact of Social Networking Sites on The Youth. J. Mass Commun", Journal, C. 5, S.12, 2015, ss. 1-5.

KINALIZÂDE ALİ EFENDİ, Ahlâk-ı Alâî, İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser, 1974.

KIR Yavuz, "Medya Terörü Kamuoyu Oluşturma veya Oluşturama-ma", Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı I, 1996, ss. 184-195.

KIRIK Ali Murat, "Kişisel Bir Dünya Modeli: İnteraktif Televizyon Yayıncılığı", Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, C.2, S.3, 2013, s. 66-75.

KIRIK Ali Murat, “Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2017, ss.230-261.

KIRIK Ali Murat, KÖYÜSTÜ Sevda, “Z Kuşağı Konusunda Yapılmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2018, ss.1497-1518.

KIZILARSLAN Asu, Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkilerine Eleştirel Bir Yaklaşım, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012.

KIZILDAĞ Şaban, Medya Çocukları: Pop Müzikten Popüler Kültüre, İstanbul: İşaret Yayınları, 2001.

KIZILDAĞ Şaban, Pop Müzikten Pop Kültüre Medya Çocukları, İstanbul: Şehir Yayınları, 2001.

KLUCKHOHN, C. K. ve Others (1951). Values and value orientations in the theory of action. T. Parsons ve E. A. Shils, Ed., Toward ageneral theory of action içinde Cambridge, MA: Harvard University Press, ss. 388-49.

KOCAMAN, Ayşe Çiğdem, “Kuçuradi Felsefesinde İnsanlaşma Sorunu Olarak Eğitim”, Tabula Rasa Felsefe & Teoloji Dergisi, 2020, ss.1-28.

KONOR Barış, ‘’Çocuklara Yönelik Televizyon Reklamlarının Etik Açıdan İncelenmesi’’, Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ: Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2011, ss. 303-311.

KONOR Barış, Facebook Aracılığıyla Teşhir Edilen ve Dikizlenen Gündelik Hayat, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005.

KORKMAZ Mehmet, OSMANOĞLU Cemil, “Küreselleşmenin Birey ve Toplum Hayatına Etkileri ve Din Eğitimi”, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi,2019, ss. 951 - 967.

KORUKÇU Âdem, CENGİL Muammer, ARDAHANLI Özkan, “Sosyal Medya ve Din: Facebook Örnekleminde Dini İçerikli Paylaşımlar Üzerine Bir Değerlendirme”, ed. A. Ünal, Geçmişten Geleceğe Ahlâk, Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları, 2015, ss.509-531.

KORUKÇU Âdem, Medya Yoluyla Din Hizmetleri, İçinde R. Doğan & R. Ege (Ed.), Din Hizmetlerinde Rehberlik ve İletişim El Kitabı, Ankara: Grafiker Yayınları, 2016, ss.155-188.

KUNDURACI Nevzat Fırat, İslam Medeniyetinde Birlikte Yaşama Kültürü, Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 2015, ss. 61-68.

KUR'AN-I KERİM VE TÜRKÇE MEALİ, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2011.

KURAN Evrim, Telgraftan Tablete Türkiyenin Beş Kuşağına Bakış, İstanbul: Destek Yayınları 2018.

KUŞDİL Ersin, KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, "Türk Öğretmenlerinin Değer Yönelimleri ve Scwartz Değer Kuramı", Türk Psikolojisi Dergisi, C.45, 2000, ss. 59-76.

Kutsal Kitap, 2001: 92.

KUZUDİŞLİ Ali, ''Din Eğitimi ve Sanal Âlem'', İçinde H. Aydın ve M. Polat (Ed.), Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı, Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, 2013, ss. 28-36.

KÜÇÜKCAN Talip, "Dinî Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dinî İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler)", II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi Tebliğler-Müzakereler, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2005, ss. 211-220.

KÜÇÜKKURT Mehmet, "Televizyon ve Çocuk" Aile Yazıları 3 -Birey, Kişilik ve Toplum Derleyenler: Beylü Dikeçligil, Ahmet Çiğdem, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Bilim Serisi 5/3, Ankara 1991, ss. 399-404.

KÜRKÇÜ Duygu, Yeni Medya ve Gençlik, İstanbul: Kriter Yayınları, 2016.

LAWRENCE Palinkas, Sarah, Carla Green, Jennifer Wisdom, Naihua Duan, Kimberly Hoagwood K. Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research, 42(5), 2015, ss. 533–544.

LIVINGSTONE, Sonia-Bovill, Moira, Young People, New Media: Final Report of The Project, "Children, Young People and The Changing Media Environment", An LSE Report, London: London School of Economics and Political Science,1999.

Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile, Ankara: DİB Yayınları, 2018.

MARIETTE Bengtsson, How to Plan and Perform A Qualitative Study Using Content Analysis. Nursingplus Open, C.2, 2016, ss. 8-14.

MASLOW Abraham, Dinler Değerler, Doruk Deneyimler, İstanbul: Kuraldışı Yayınları, 1996.

MASLOW Abraham, Dinler, Değerler, Doruk Deneyimler, çev. H.K. Sönmez, İstanbul: Kuraldışı Yayınevi, 1996.

MASTERSON John Steven Beebe, NORMAN Watson, Speech Communication, 1983.

MATTHEW Miles, HUBERMAN Michael, Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. New York: Sage Publications, Inc.1994.

MAXWELL Joseph, "Understanding and Validity İn Qualitative Research", Harvard Educational Review, 1992, ss. 979-1000.

MAZİDAH Siti, HAJİ Mohamad, The Performance of Religiosity on Social Media: Three Future Research Directions, Darussalam: Universiti Brunei, 2018.

MCCOOL Lynn Beth, Pedagogical Use of Twitter in The University Classroom, (Unpublished Master's Thesis), Iowa State University, Ames, Iowa, 2011.

MCLOUGHLIN Catherine, JW Lee Mark, "Social Software and Participatory Learning: Pedagogical Choices with Technology Affordances in the Web 2.0 Era," Paper Presented at the Ascilite, Singapore, Media Networks, 2007, ss. 375-664.

MCLUHAN Marshall, POWERS Bruce, (2001). Global Köy. Bahar Öcal Düzgören (Translated by). İstanbul: Scala Yayıncılık. (Original Book Published in 1989).

MCLUHAN, The Medium is The Message: An Inventory of Effects, California: Gingko Press, 2001.

MEHMEDOĞLU Ali Ulvi, "İlâhiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimleri ve Dindarlık-Değer İlişkisi (M.Ü. İlâhiyat Fakültesi Örneği)", Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C.30, 2006, ss.133-167.

MEL Ainscow vd., "Why Network? Theoretical Perspectives on Networking," School Effectiveness and School Improvement, 2010, ss. 3-26.

MENCİK Yunus, ÇALIŞKAN Mustafa "Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya", Akademik Bakış Dergisi, Kırgızistan, 2015, ss. 254-277.

MENEKŞE Ömer, "Türk Sinemasında Din ve Din Adamı İmajı," 2. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2005, ss. 45-68.

MENEKŞE Ömer, Dinin Dijitalleşmesi ve Mobil Uygulamalar, M. Çamdereli (Dü.) içinde, Dijitalleşen Dini İstanbul: Köprü Yayınları, 2015, ss.175-222.

MENTEŞE Mehmet, Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Görüşleri, (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.

MERRIAM Sharan, Qualitative Research and Case Study Applications in Education: Revised and Expanded from Case Study Research in Education, USA: Jossey-Bass, 2013.

MERT Senem, Magazin ve Yarışma Programlarının Gecekondulu Kadınların Kente Uyum Sürecindeki Etkileri, Ankara, (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004.

MERTER Mustafa, Nefs Psikolojisi, İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2014.

METE Mehmet, Televizyon Yayınlarının Türk Toplumu Üzerindeki Etkisi, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, 1999.

MEVLÂNÂ, Meşnevî, (trc. Veled İzbudak), İstanbul 1990, I-VI; a.e. nşr. Muhammed İsti'lâmî, Tahran 1370-71/1990-91, neşredenin önsözü, I, 93-94.

MILTON Rokeach, Nature of Human Values, New York: The Free Press, 1973.

MİLLER Dana L., L. One Strategy For Assessing The Trustworthiness Of Qualitative Research: Operationality The External Audi, (Higher Education), Chicago: 1 Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association 1997.

MOLLA İbrahimoğlu Süleyman, "Kur'ân'da Hak Kavramı", Diyanet Dergisi, C.32, S.1, 1996. ss. 24-40.

MORRIS Charles, Varieties of Human Value, Chigago: University of Chigago Press, 1956.

MORSÜMBÜL Şebnem, Değerlerin Kuşaklar Arası Değişimi: Ankara Örneği, (Doktora Tezi) Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014.

MUIJS, D., WEST, M., & AINSCOW, M., Why network? Theoretical Perspectives On Networking, School Effectiveness and School Improvement, 2012, ss. 5-26.

MUKÂTİL b. Süleyman, Tefsîru Muḳātil b. Süleymân (nşr. Abdullah Mahmûd Şehhâte), I-V, İstanbul 1993.

MUSAYEV İslam, "Ortaokul Öğrencilerinin Olumlu ve Olumsuz Davranışlarına İlişkin Görüşleri", Akademik Bakış Dergisi, 2014, ss. 1 – 12.

MUTLU Erol, Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005.

MUTLU Erol, İletişim Sözlüğü, 4. b. İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004.

MUTLU Erol, Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'de Basın Yayın Eğitimi, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı, 1991-1992, ss. 165–180.

MUTLUEL Osman, "İslam Düşüncesinde Meta Kavramı ve Tüketim Ahlâkî", Turkish Studies - 2014, ss. 683-696.

MÜSLİM, Ebu'l-Hasen, Sahih-u Müslim, I-III, Çağrı Yay., İstanbul 1992.

NARMANLIOĞLU Haldun, Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet, ed.M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. K. Şener Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2], İstanbul: Köprü Kitapları, 2018, ss.289-324.

NAZIROĞLU Bayramali, "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı", Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi, 2015, ss.191-220.

NİRUN Nihat vd., Sosyoloji, İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, 1986.

OĞUZ Cihan, "Selfie: "Narsisizm" Mi, "Görsel İtiraz" Mı?", Akademik Bakış Dergisi, 2018, ss.214-235.

OKUMUŞ Ejder, Gösterişçi Dindarlık, İstanbul: Ark Kitapları, 2005, ss.18-19.

OKUMUŞ Veysel, PARLAR Hanifi, "Çocukların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Ebeveyn Tutumları", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Bahar 2018, ss.357-368.

ORHAN Eftal, Televizyonda Yayınlanan Şiddet, Cinsel ve Dini İçerikli Filmlerin Ve Çizgi Filmlerin Çocukların Dini Duyguları Üzerine Etkisi, (Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi, 1997.

ORTAŞ İbrahim, "Gençlik Nereye Koşuyor?", 13 Temmuz 2018 tarihinde https:// www.mahalligundem.com/yazarlar/prof-dr-ibrahim-ortas/genclik-nereyekosuyor (20.05.2021).

ÖNDER Mustafa ve BULUT Hüseyin, "Temel Dinî Değerler ve Değerler Eğitimi", Eüsbed, 2013, ss. 15 – 32.

ÖNDER Mustafa, "Medya Kıskacındaki Çocuklar", Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi, 2008, ss. 183 - 190.

ÖNGEN Orgun, "Sosyal Medya Kullanıcılarının Gerçeklik Yanılgısı", Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2017, ss.1-14.

ÖVÜR Ayten, Facebook ve Simülasyon Evreni, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.

ÖZBAY Haluk, ÖZTÜRK Emine, Gençlik, İstanbul: İletişim Yayınları, 1992.

ÖZDEMİR Halil Özcan, Sosyal Medya ve Etkileri, Ankara: Gece Akademi, 2019.

ÖZDEMİR Şuayip, KAVAK Rahime, "Kur'an ve Hâdislerde Gençlik Dönemi ve Özellikleri", Turkish Studies, 2018, ss. 1215-1227.

ÖZGÜVEN Ethem, "Üniversite Öğrencilerinin Sorunları ve Başetme Yolları", Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1992, ss. 5-13.

ÖZKAN, B., MCKENZİE, B. Social Networking Tools for Teacher Education. In K. Mcferrin Et Al. (Eds.), Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference, 2008, ss. 2772-2776.

ÖZMETE Emine, ALGAN Taner, "Sosyal Hizmet Uygulamalarında Bireysel ve Toplumsal Değerlerin İşlevselliğine Kavramsal Bakış", Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi, 2020, ss.357 – 382.

ÖZMETE Emine, BAYOĞLU A. Sezen, "Geleceği Yapılandırmak: Gençlerin Toplumsal Refah ile İlgili Konularda Geleceğe Bakışları", http://www.sdergi. hacettepe.edu.tr/makaleler/gelecegi_yapilandirmak.pdf, (11.05.2021).

ÖZONUR Defne, Televizyon Mesih Mi Şeytan Mı?, İstanbul: Ütopya Yayınevi, 2010.

PAPACHARİSSİ Zizi, RUBİN Alan, "Predictors Of Internet Use", Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44, 2000, ss. 175-196.

PATTON Michael Quinn, Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri, çev. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir, Ankara: Pegem Yayınevi, 2014.

PELİN Sedef, Sosyal Medya Kullanımının Mutlu Olma Durumuna Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

PERŞEMBE Erkan, "Genç-Aile İlişkilerinde Uyumun Sağlanmasında Dinin Fonksiyonel Rolü Üzerine", Gençlik Dönemi ve Eğitimi - Tartışmalı İlmi Toplantı, Ensar Neşriyât, İstanbul, 2000, ss. 7-19.

POLAT Mizrap, EREN Esra, "İlköğretim Din Kültürü ve Ahlâk Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığının Değerler Eğitimi Bağlamında Analizi", ed. H. Aydın ve M. Polat Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, 2013, ss. 7-27.

POOLE M.F., COONEY G.H., "Orientation to the Future: A Comparison of Adolescents in Australia and Singapore", Journal of Youth and Adolescence, C.16, S. 2, 1987, ss.129-151.

PUNYANUNT CARTER Narissra vd., "Investigating The Relationships Among College Students' Satisfaction, Addiction, Needs, Communication Apprehension, Motives and Uses & Gratifications With Snapchat", Computers in Human Behavior, 2017, ss. 870-875.

ROGERS Everett, LAWRENCE Kincaid, Communication Networks, New York: Free Press, 1981.

ROKEACH Milton, Nature of Human Values, New York: The Free Press.1973.

ROSEN Larry D., "Poke Me: How Social Networks Can Both Help and Harm Our Kids", American Psychological Association National Convention, Washington, DC, 2011 erişim tarihi: https://www.apa.org/news/press/releases/2011/08/social-kids (11.05.2021).

RTÜK, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması, 2012.

SADİ Esra, "Ergenlerin Kimlik Oluşturma Sürecine Televizyon Programlarının Etkileri (Denizli İli Tavas İlçesi Örneği)", Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.

SAĞNAK Mesut, "Kişi-Örgüt Değer Uyumunu Ölçme Çalışmaları ve Kullanılan Yöntemlerin Karşılaştırılması", Değerler Eğitimi Dergisi, İstanbul, 2004, ss. 101-124.

SANCAK Yunus, Çizgi Filmlerin Din Eğitimindeki Rolü Hakkında Din Kültürü ve Ahlâk Bilgisi Öğretmenlerinin Görüşleri: Sivas ve Kars İli Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

SANYER Zehra Güngör, Diplomaside İletişim Yönetiminin Uygulanması, (Doktora Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.

SARI Enver, Öğretmen Adaylarının Değer Tercihleri: Giresun Eğitim Fakültesi Örneği. Değerler Eğitimi Dergisi, C.3, S.10, 2005, s.73-88.

SARIOĞLU Elif, "Sosyal Medyada Adalet Kavramı: Kadına ve Çocuğa Yönelik Şiddetin Sosyal Medyadaki Yansımaları", Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 2020, ss. 101-124.

SARIOĞLU Elif, TURAN Erkan, "Sosyal Medyada Prime Time: Bireylerin Paylaşımları Üzerine", İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi, 2020, ss. 3207-3228.

SCHNITKER Sarah, An Examination of Patience and Well-Being. (Dissertation Doctor of Philosophy inPsychology) California: University of California: Davis, 2010.

SCHNİTKER Sarah, EMMONS Robert, "Patience as A Virtue: Religious and Psychological Perspectives", Research in The Social Scientific Study of Religion, 2007, ss.177-207.

SCHWARTZ Shalom, Universals İn The Content And Structure Of Values: Theoretical Advances And Empirical Tests İn 20 Countries, ed. M. P. Zanna, In Advances ın Experimental Social Psycholog, 25,165), San Diego: Academic Press, 1992.

SEFEROĞLU Sadi, YILDIZ Hatice, "Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma", İletişim ve Diplomasi / Çocuk ve Medya, 2013, ss.31-48.

SEKAM, Türkiye Gençlik Raporu, Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri ve Beklentileri, 2016, ss.166. http://tgsp.org.tr/uploads/document/SEKAM_Turkiye_Genclik_Raporu.pdf

SELWYN Neil, "The Use of Computer Technology in University Teaching and Learning: A Critical Perspective", Journal of Computer Assisted Learning, 2007, ss.83-94.

SEYMEN Ahmet Ferda, "Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörüleri ile İlişkilendirilmesi", Kent Akademisi | Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergi | Cilt: 10 Sayı: 4, Kış 2017, ss. 467 - 489.

SILVER, D., Nitel Verilerin Yorumlanması (3 Ed.). Londra: Bilge, 2006.

SILVERMAN, D., Interpreting Qualitative Data: Methods For Analysing Talk, Text And İnteractio, London, 2001.

SIMMEL Edward C. Simmel, "Biological Aspect of Socialization and Implications of animal Studies", Early Experiences and The Processes of Socialization, ed. R. A. Hoppe, G. A., ss.3-5.

SİRMEN Kâzım Sedat," Eş Cinsel Birliktelikler Ve Bunların Kanunlar İhtilâfı Hukukunda Düzenlenişi", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2009, 825-879.

SOLMAZ Aysun, Toplumsallaşma Sürecinde Din Eğitiminin Medya Algılaması ve Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerindeki Rolü, (Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

SÖYLEMEZOĞLU Ünsal, Iskalanan Gençlik, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2013.

SÖZERİ Ceren, GÜNEY Zeynep, Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politiği: Sektör Analizi, İstanbul: TESEV Yayınları, 2011.

SUNAR Lütfi, KIZILKAYA Nurhayat, "Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı", Editör: Ahmet Rasim Kalaycı, Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2008, ss.92-282.

SÜTLÜOĞLU Tuba, “Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği”, Folklor/Edebiyat, 2015, ss. 125 – 147.

ŞANVER Mehmet, ERAKKUŞ Özgür, “Montessori Okullarında Temel Eğitimde Din ve Değerler Eğitimiyle İlgili Dersler”, Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2016, 29(2), ss. 431-444.

ŞENTÜRK Murat, TURĞUT, Mustafa, “Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı”, Aile ve Toplum, 2011, ss. 51 – 82.

ŞİMŞEK Ali, İletişim Araştırmalarının Tarihi. İletişim Araştırmaları, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012.

ŞİMŞEK Turan, “Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası “İnstagram Örneği”, Sosyolojik Düşün, 2019, ss.10-24.

ŞİMŞEK Turan, “Televizyon Yarışma Programlarının Liseli Gençlerin Kimlik Gelişimi ve Sosyalleşme Sürecine Etkilerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: “Survivor Örneği”, Sosyolojik Düşün, 2018, ss. 14-28.

ŞİMŞEK Turan, “Televizyon Yarışma Programlarının Liseli Gençlerin Kimlik Gelişimi ve Sosyalleşme Sürecine Etkilerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: “Survivor Örneği”, Sosyolojik Düşün, 2018, ss. 14-28.

ŞİRİN Mustafa Ruhi, Televizyon, Çocuk Ve Aile- Yeni Çocukluğun Televizyon Sarmalı, İstanbul: İz Yayıncılık, 2006.

TABBÂRA Afif Abdülfettah, Kur’an’da Peygamberler ve Peygamberimiz, trc. Ali Rıza Temel vd., İstanbul: Gonca Yayınları, 1992.

TANYILDIZI Nural, “Türk Kültürünün Gençlere Tanıtımında Medyanın Rolü: Hacı Bektaşi Veli, Mevlana ve Yunus Emre Üzerine Bir Araştırma”, Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, 2011, ss.101-118.

TAPLAMACIOĞLU Mehmet, “Yaşlara Göre Dini Yaşayışın Şiddet ve Kesafeti Üzerinde Bir Anket Denemesi”, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,1962, ss. 141-151.

TATCI Mustafa, Yunus Emre Divanı, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 2016.

TDV, İstanbul Müftülüğü, Din ve Hayat Dergisi, S. 25, 2015.

TEKİNDAL Melike, Nitel Araştırmalarda Yazılım Kullanımı Adım Adım Rehber, Ankara: Nika Yayınevi, 2018.

TEKİNDAL, Melike, UĞUZ Arsu, "Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı ve Sürecine Yönelik Bir Derleme", Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 2020, ss. 153- 182.

TEMİZ Ebru, Toplumsal Aidiyet ve Duyarlılık İlişkisi Bağlamında Gençlik: İstanbul'daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

THEODORSON George A., ACHILLES G. Theodorson Methuen, A Modern Dictionary of Sociology, Co. Ltd., London, 1970.

TİMURTAŞ, Faruk K., Yunus Emre Divanı, nşr. İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser 1, (yıl yok).

TONG Allison, SAINSBURYAND Peter Craig Jonathan, Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Research (COREQ): A 32-İtem Checklist for İnterviews and Focus Groups, International Journal for Quality in Health Care, 2007, ss. 349-357.

TOPALOĞLU Bekir, "Adl", TDV İslam Ansiklopedisi, C.I, TDV İslam Ansiklopedisi, İstanbul: TDV Yayınları, 1988, ss.387.

TOPBAŞ Hasan, "Demokratik Bir Tehdit ya da Katılım Aracı Olarak İnternet ve Sosyal Medya", Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 2016, ss.129-151.

TOPÇUOĞLU Abdullah, AKSAN Gamze, "Üniversite Gençliğinin Değerleri: 20 Yıl Sonra Ne Değişti?", Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 2019, ss. 356-366.

TORUN Şeyma, Sihir İçerikli Dizi Filmlerin Çocuklara Olan Etkisinin Din Eğitimi Açısından İncelenmesi: Selena Dizi Filmi Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

TÖREL Adnan, Uzaktan Kumandalı Çocuklar, İstanbul: Hayy Kitap, 2007.

TUĞRAL Süleyman Kur'an'da Değerler Sistemi (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005.

TUNCER Emre, Sosyal Medya İmparatorluğu-Patron, İstanbul: Akis Yayınları, 2014.

TUNÇ Esra, İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimlerindeki Farklılaşmalar, Değerler Eğitimi Dergisi, 2013, ss. 7-39.

TURAN İbrahim Televizyonun Birey ve Toplum Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri, Diyanet İlmi Dergisi, 2005, ss. 119-144.

TURAN İbrahim, "Dinî İçerikli Televizyon Programlarının Yetişkinler Üzerine Etkisi", Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2005, ss. 223-245.

TURAN Saliha, İnternet Ağında Çocuğum, İzmir: Gülyurdu Yayınları, 2008.

TURAN Zeynep, YÜKSEL Göktaş, "Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor?" 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Elazığ: Fırat Üniversitesi, 2011, ss.1-6.

TURANALP Muhammed Fatih, İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım, Marife Dergisi, 2016, ss. 111-131.

TÜRK Muhammed, KARAAZİZ Meryem, "Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımının Bağlanma Stilleri, Akran İlişkileri ve Kişilik Bozuklukları ile İlişkisinin İncelenmesi", Türkiye Bütüncül Psikoterapi Dergisi, 2019, ss. 97-112.

TÜRKDOĞAN Rüya, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

TÜRKOĞLU Hülya Semiz, "Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Istanbul University Journal of Communication Sciences, 2018, ss. 163-189

TWENGE Jean, Ben Nesli, çev. Esra Öztürk, 3.b. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2009.

UÇAR Ramazan, SELMAN Adnan, "Din-Rasyonel Seçim-Dini Pazar", Toplum Bilimleri Dergisi, 2012, ss.41-56.

UGAN Zakir Kadirî, Mukaddime, C. I, Ankara: M.E.B. Yayınları, 2004,

UĞURLU Özge, "Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: Kusursuzlaştırma", Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015, ss. 231 – 248.

ULU Mustafa, İKİS Mehmet, “Lise Öğrencilerinde Saldırganlık ve Din İlişkisi”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2016, ss.75-96.

ULUSOY Kadir, DİLMAÇ Bülent, Değerler Eğitimi, Pegem Akademi, 2016.

ULUSOY Kadir, Lise Tarih Programında Yer Alan Geleneksel ve Demokratik Değerlere Yönelik Öğrenci Tutumlarının ve Görüşlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi, (Doktora Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.

USLUATA Ayseli, İletişim, 1.b. İstanbul: İletişim Yayınları, Mart 1994.

UTMA Seçil, “Dindarlığın Değişen Yüzü: Dinin Popülerleşmesi ve Sosyal Medya Dindarliği”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2019, ss.894-902.

UYGUN Hamdi, Halktaki Din Adamı İmajı ve Din Görevlilerinden Beklentileri, Samsun: (Yüksek Lisans Tezi), Samsun: 19 Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1992.

UYSAL Enver, “Değerler Üzerine Bazı Düşünceler ve Bir Erdem Tasnifi Denemesi: İnsanî Erdemler–İslâmî Erdemler”, Bursa: Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C. 12, S. 1, 2003, ss.51-69.

ÜNAL Cavit, “Genel Tutumların veya Değerlerin Psikolojisi Üzerine Bir Araştırma”, Ankara: AÜDTCF Yayınları, 1981.

ÜNÜR Ece, DUMAN Didem, “Sosyal Kimlik Olarak İslam’ın Sosyal Medyaya Yansıması: #Gerçekislam”, Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi, C.16, S.3, 2016, ss. 37-61.

ÜZÜM Burcu, SİVRİKAYA Serpil, “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Etik Değerlere Yatkınlık Düzeyleri (Kocaeli MYO Örneği)”, Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, 2018, ss.230-240.

VARDİ Recep, “Sanal Mahremiyet”, Toplum Bilimleri Dergisi, 2015, ss. 53-73.

VAROL Bahaüddin, “Dijital Ortamda Siyer Anlatım ve Öğretimi: (Tespitler-Problemler-Teklifler)”, Siret Sempozyumu I: Türkiye’de Siret Yazıcılığı, 2012, ss.523-543.

VAROL M. Bahaüddin, Dijital Ortamda Siyer Anlatım ve Öğretimi: (Tespitler-Problemler-Teklifler) Siret Sempozyumu I: Türkiye'de Siret Yazıcılığı, 2012.

VATANDAŞ Saniye, “Sanal Cemaat (Tarihsel ve Sosyolojik Gerçeklikten, Dijital Çağın Sanallığına: Cemaatin Sanallaşması)”, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 2020, ss.19-46.

VATANDAŞ Saniye, “Sosyal Medyanın Anlam ve Öneminin Cinsiyetler Bağlamında İncelenmesi”, Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2017, ss. 12-24.

WACH Joachim, Din Sosyolojisine Giriş, çev. B. İnandı, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 1987.

WELLS, Calvin Sosyal Antropoloji Açısından: İnsan ve Dünyası, Türkçesi Erzen Onur, Istanbul: Remzi Kitabevi, B.F.K. Dizisi, 1972.

WHITE Graham, Socialization, London: Logman Group Limited, 1977.

YALIN Bahar, ‘Sosyal Medyada(N) Psikolojik Şiddet: Baskı, Sömürü, Tehdit Olarak "Paylaşma!" Kültürü’, International Journal of Social Science, 2018, ss. 281-297.

YALOM Irwin, Varoluşu Psikoterapi, İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 2001.

YAMAN Ömer, “Türkiye’de Gençlik Sosyolojisi Çalışmalarına Dair Bibliyografik Bir Değerlendirme”, Alternatif Politika, 2013, ss.114-138.

YAPICI Asım, YÜRÜK Tuğrul, “Yüksek Din Öğretimi Öğrencilerinin Değer Tercih Sıralamaları: Çukurova Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Örneği”, Çukurova Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi, 2015, ss. 1-18.

YAZICI Kubilay, “Medya ve Değerler”, ed. R. Turan- K. Ulusoy, Farklı Yönleriyle Değerler Eğitimi, Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 2014, ss. 144-189.

YENEN İbrahim, “Televizyonlarda Yayınlanan Dini Programların İzlerkitlenin Dini Tutum ve Davranışları Üzerine Etkileri”, (Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005.

YILDIRIM Ali, ŞİMŞEK Hasan, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2016.

YILDIRIM Sevda Gülşah, Değerler Eğitimine Yönelik Bir Model Önerisi: Değer İçselleştirme, (Doktora Tezi), Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

YILDIZ İlhan, “Küreselleşme Bağlamında Sanal Din Eğitimi”, Avrupa Birliği’ne Giriş Sürecinde Türkiye’de Din Eğitimi ve Sorunları Sempozyumu, Adapazarı, 2002, ss.286-305.

YILDIZ İlhan, Küreselleşme Bağlamında Sanal Din Eğitimi, Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'de Din Eğitimi ve Sorunları Sempozyumu, Sakarya: Değişim Yyaınları, 2002, ss. 286-305.

YILMAZ Ceylan, “Toplumsal Değerler Medya Etiği”, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2012, ss. 45-58.

YILMAZ Kürşat, Hasibe ERSOYOL, “Medyanin Değişen Çocukluğa Etkisi Konusunda Veli, Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Görüşleri”, Jass Studies, 2013, ss.759-777.

YİTİK Ali İhsan, Dinler Tarihi El Kitabı, Ankara: Grafiker Yayınları, 2015.

YORULMAZ Bilal, ‘Din Eğitiminde Yardımcı Bir Araç Olarak “Tebliğ Filmleri”: “Horton Hears A Who” Örneği’, Marmara Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi, 2013, ss.20-35.

YORULMAZ Bilal, “Din ve Değerler Eğitimi Açısından Caillou Çizgi Filminin Değerlendirilmesi”, Diyanet İlmi Dergi, 2013, ss. 127-143.

YORULMAZ Bilal, Dijital Oyunlardaki Din ve Din Eğitiminde Dijital Oyunların Kullanılma İmkânı, Dijitalleşen Din Medya ve Din 2, ed. Mete Çamdereli, Köprü Kitaplar, İstanbul, 2015, ss.365-410.

YORULMAZ Bilal, Sinema ve Din Eğitimi, İstanbul: DEM Yayınları, 2015.

YORULMAZ Bilal, TANRIVERDİ Mukaddes, Din ve Değerler Eğitimi Açısından Keloğlan Çizgi Filminin Değerlendirilmesi, Sinema ve Din, İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi, 2015, ss.29-51.

YORULMAZ Bilal, Türkiye’de Din Eğitimi ve Sorunları, ed. Mustafa Köylü, İstanbul: Dem Yayınları, 2018, ss.445-481.

YÜCEL Halime, Çocuk ve Reklam: Televizyon Reklamlarının Çocuk Üzerine Etkileri, Medya ve Çocuk Rehberi, ed. Yasemin Giritli İnceoğlu, Nurdan Akıner, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 2008.

YÜKSEL Atila, MİL Burak, BİLİM Yasin, Nitel Araştırma: Neden, Nasıl, Niçin?, Ankara: Detay Yayıncılık, 2007.

ZAFER Cem, VARDARLIER Pelin, "Medya ve Toplum", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 2019, ss. 355 - 361.

ZENGİN Ferhat, Dizilerde Dinin Temsili, Medya ve Din, ed. Mete Çamdereli- Betül Önay Doğan Nihal Kocabay Şener, İstanbul: Köprü Yayınları, Nisan 2014.

İNTERNET KAYNAKLARI

"3 Lira İçin Adam Öldürdü", https://www.hurriyet.com.tr/video/3-lira-icin-adam-oldurdu-36108934 (19.04.2020).

"3 Lira İçin Adam Öldürdü", https://www.hurriyet.com.tr/video/3-lira-icin-adam-oldurdu-36108934 (19.04.2020).

"40 Dakikada Bir İntihar Ediyorlar", http://www.gazetevatan.com/40-dakikada-bir-intihar-ediyorlar--1146571-dunya/ (19.04.2020).

"Değerlerin Genel Özellikleri", www.e-nedir.com

"Digital 2019 Turkey", https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey (12.03.2020).

"Eduard Spranger", https://tr.wikipedia.org/wiki/Eduard_Spranger erişim (05.03.2020).

"Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Amaçları", https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Girisimlerde-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2019-30573

"Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2019", https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Girisimlerde-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2019-30573 (29.11.2020).

"Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2020", http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13569 (24.02.2020).

"Halkın Ne Kadarı Muhafazakâr?", http://www.agarastirma.com.tr/arastirmalar/halkin-ne-kadari-muhafazakâr/ (17.01.2021).

"Haneler ve Bireyler Tarafından BİT Erişimi ve Kullanımı", https://stats.oecd.org/ OECD, 2017 (07.02.2021).

"İnternet Bağımlısı G. Koreli Çiftin Bebeği Açlıktan Öldü", https://www.bbc.com/turkce/haberler/2010/04/100402_southkorea(19.04.2020).

"İnternet Bağımlısı G. Koreli Çiftin Bebeği Açlıktan Öldü", https://www.bbc.com/turkce/haberler/2010/04/100402_southkorea (19.04.2020).

"İnternet Bağımlısı G. Koreli Çiftin Bebeği Açlıktan Öldü", https://www.bbc.com/turkce/haberler/2010/04/100402_southkorea(19.04.2020).

"İstatistiklerle Yaşlılar", https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yaslilar-2020-37227(29.07.2021)

"Kore'de Kişilerin Kendileri İçin Düzenlediği Sahte Cenaze Töreni Akımı Giderek Yayılıyor" https://onedio.com/haber/kore-de-kisilerin-kendileri-icin-duzenledigi-sahte-cenaze-toreni-akimi-giderek-yayiliyor-890844 (19.04.2020).

"Kore'de Kişilerin Kendileri İçin Düzenlediği Sahte Cenaze Töreni Akımı Giderek Yayılıyor" https://onedio.com/haber/kore-de-kisilerin-kendileri-icin-duzenledigi-sahte-cenaze-toreni-akimi-giderek-yayiliyor-890844 (19.04.2020).

"K-Pop En Çok Bu Gençleri Etkiliyor!", https://www.hurriyet.com.tr/sosyal/cocuk-aile/k-pop-en-cok-bu-gencleri-etkiliyor-41671870 erişim (30.11.2020).

"Mahremiyet nedir?", https://sozluk.gov.tr/ (10.05.2021).

"Mahremiyet nedir?", https://www.diyanet.gov.tr/tr-TR (10.05.2021).

"Modern Çağda Gençliğin Anlam Arayışı? Modern Çağda Gençliğin Anlam Arayışı", http://www.bingol.edu.tr/documents/Modern%20%C3%87a%C4%9Fda%20Gen%C3%A7li%C4%9Fin%20Anlam%20Aray%C4%B1%C5%9F%C4%B1.pdf

"Modern Çağda Gençliğin Anlam Arayışı", http://www.bingol.edu.tr/documents/Modernpdf, (22.02.2021).

"Nesiller Ayrılıyor: X, Y ve Z Nesilleri", http://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html (25.03.2020).

"Profesör Annesini Öldüren Kızın Davasında Şok Gelişme", https://www.milliyet.com.tr/gundem/profesor-annesini-olduren-kizin-davasinda-sok-gelisme-759882 (19.04.2020).

"Profesör Annesini Öldüren Kızın Davasında Şok Gelişme", https://www.milliyet.com.tr/gundem/profesor-annesini-olduren-kizin-davasinda-sok-gelisme-759882 (19.04.2020).

"Social Learning Theory, Bandura Albert, Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective". Asian Journal of Social Psychology, 2, ss. 21-41. http://www.asecib.ase.ro/mps/bandura_sociallearningtheory.pdf (14.03.2020).

"Social Media, Social Life: How Teens View Their Digital Lives", https://www.commonsensemedia.org/research/social-media-social-life-how-teens-view-their-digital-lives. erişim (19.04.2020).

"Social-Media-Tools", http://www.gilgiardelli.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/11/70-social-media-tools.pdf erişim (24.02.2020).

"Sosyal Medya ve Narsizm I, Narcissist - Vanity, Social Media, and The Human Condition", https://www.theguardian.com/world/2016/mar/17/i-narcissist-vanity-social-media-and-the-human-condition (25.03.2020).

"Sosyolojide Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemleri", http://www.bingol.edu.tr/media/204988/sayt-bolum8-sosyolojide-nicel-ve-nitel-arastirma-yontemleri.pdf (08.02.2021).

"Türkiye'de Deizm Neden Yukseliste Ateizm Deizm Agnostizm Panteizm Ne Demek?" https://tr.euronews.com/2019/03/19/turkiye-de-deizm-neden-yukseliste-ateizm-deizm-agnostizm-panteizm-ne-demek (19.04.2020).

"Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Raporu", https://habitatdernegi.org/wp-content/uploads/turkiye-de-genclerin-iyi-olma-hali-raporu-2-ozet.pdf erişi(29.10.2020).

"Türkiyenin-Gençligi-Arastirmasi-Raporu", http://sodev.org.tr/sodev-turkiyenin-gencligi-arastirmasi-raporu-aciklandi/ (10.01.2021).

"Vatan Gazetesi, 40 Dakikada Bir İntihar Ediyorlar!", http://www.gazetevatan.com/40-dakikada-bir-intihar-ediyorlar--1146571-dunya/ (19.04.2020).

"What İs Social Media?", https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/what%20is%20social%20media_icrossing_ebook.pdf e(24.02.2020).

"Y Kuşağı ve Özellikleri, The List of Millennial Characteristics", 2017, (25.03.2020). https://luckyattitude.co.uk/millennial-characteristics/

"Z kuşağı Çocuklarını Tanıyor Muyuz?", http://www.egitimcaddesi.com/z-kusagi-cocuklarini-taniyor-muyuz/ (26.03.2020).

40 Dakikada Bir İntihar Ediyorlar http://www.gazetevatan.com/40-dakikada-bir-intihar-ediyorlar--1146571-dunya/ (19.04.2020).

8 Milyar Salavat Kampanyası https://twitter.com/8milyarsalavat (10.05.2021).

Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları 2020, https://data.tuik.gov.tr/bulten/ındex?p=adrese-dayali-nufus-kayit-sistemi-sonuclari-2020-37210&dil=1

AKTAN Sertaç, "Türkiye'de Deizm Neden Artıyor, Dindarlık Neden Azalıyor?", https://tr.euronews.com/2019/03/19/turkiye-de-deizm-neden-yukseliste-ateizm-deizm-agnostizm-panteizm-ne-demek (19.04.2020).

BAKIROĞLU Cemile, Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları, Akademik Bilişim Konferansı. 23-25 Ocak 2013-Antalya. https://ab.org.tr/ab13/bildiri/228.pdf (18.04.2020).

BARBAROSOĞLU Fatma, "Cadılar Bayramını Dahi Kanıksayanlar Bu Yazıdan Ne Anlasın!" https://www.yenisafak.com/yazarlar/fatmabarbarosoglu/cadilar-bayramini-dahi-kaniksayanlar-bu-yazidan-ne-anlasin-56789 (19.04.2020).

"Değerlerin Genel Özellikleri" www.e-nedir.com

Dijital 2019: Türkiye https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey (12.03.2020).

"Eduard Spranger" https://tr.wikipedia.org/wiki/Eduard_Spranger erişim (05.03.2020).

"Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Amaçları" https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Girisimlerde-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2019-30573

"Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2019", https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Girisimlerde-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2019-30573 (29.11.2020).

"Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2020" http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13569 (24.02.2020).

"Halkın Ne Kadarı Muhafazakâr?" http://www.agarastirma.com.tr/arastirmalar/halkin-ne-kadari-muhafazakâr/ (17.01.2021).

"Haneler ve Bireyler Tarafından BİT Erişimi ve Kullanımı", https://stats.oecd.org/ OECD, 2017 (07.02.2021).

https://islamansiklopedisi.org.tr/musamaha erişim tarihi: 10.05.2021.

https://www.hurriyet.com.tr/kampus/telgraftan-tablete-kusaklar-arasi-iletisim-evrim-Kur'an-ı Kerim-40866281 (25.03.2020).

https://www.viacharacter.org erişim tarihi: 10.05.2021.

https://www.yenisafak.com/gundem/hac-bu-yil-da-kurbana-rastladi!-417537, (12.08.2021).

"İnternet Bağımlısı G. Koreli Çiftin Bebeği Açlıktan Öldü" https://www.bbc.com/turkce/ haberler/2010/04/100402_southkorea (19.04.2020).

"İstatistiklerle Yaşlılar" https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yaslilar-2020-37227(29.07.2021)

"K-Pop En Çok Bu Gençleri Etkiliyor!" https://www.hurriyet.com.tr/sosyal/cocuk-aile/k-pop-en-cok-bu-gencleri-etkiliyor-41671870 erişim (30.11.2020).

"Mahremiyet nedir?" https://www.diyanet.gov.tr/tr-TR (10.05.2021).

"Modern Çağda Gençliğin Anlam Arayışı? Modern Çağda Gençliğin Anlam Arayışı" http://www.bingol.edu.tr/documents/Modern%20%C3%87a%C4%9Fda%20Gen%C3%A7li%C4%9Fin%20Anlam%20Aray%C4%B1%C5%9F%C4%B1.pdf

"Nesiller Ayrılıyor: X, Y ve Z Nesilleri" http://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/ nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html (25.03.2020).

Social Learning Theory, Bandura Albert, Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. Asian Journal of Social Psychology, 2, ss. 21-41. http://www.asecib.ase.ro/mps/bandura_sociallearningtheory.pdf (14.03.2020).

Social Media, Social Life: How Teens View Their Digital Lives https://www.commonsensemedia.org/research/social-media-social-life-how-teens-view-their-digital-lives. erişim (19.04.2020).

"Social-Media-Tools" http://www.gilgiardelli.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/11/70-social-media-tools.pdf, erişim (24.02.2020).

"Sosyal Medya ve Narsizm I, Narcissist - Vanity, Social Media, And The Human Condition" https://www.theguardian.com/world/2016/mar/17/i-narcissist-vanity-social-media-and-the-human-condition (25.03.2020).

"Sosyolojide Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemleri" http://www.bingol.edu.tr/media/204988/sayt-bolum8-sosyolojide-nicel-ve-nitel-arastirma-yontemleri.pdf (08.02.2021).

"Türkiye'de Deizm Neden Yukseliste Ateizm Deizm Agnostizm Panteizm Ne Demek?" https://tr.euronews.com/2019/03/19/turkiye-de-deizm-neden-yukseliste-ateizm-deizm-agnostizm-panteizm-ne-demek (19.04.2020).

"Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Raporu", https://habitatdernegi.org/wp-content/uploads/turkiye-de-genclerin-iyi-olma-hali-raporu-2-ozet.pdf, erişim (29.10.2020).

"Türkiyenin-Gençligi-Arastirmasi-Raporu" http://sodev.org.tr/sodev-turkiyenin-gencligi-arastirmasi-raporu-aciklandi/ (10.01.2021).

"Vatan Gazetesi**,** 40 Dakikada Bir İntihar Ediyorlar!" http://www.gazetevatan.com/40-dakikada-bir-intihar-ediyorlar--1146571-dunya/ (19.04.2020).

"What Is Social Media?", https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/what%20is%20social%20media_icrossing_ebook.pdf, erişim (24.02.2020).

WOLFGANG Bilsk, Mareike Koch, "On the Content and Structure of Values: Universals or Methodological Artefacts?" https://www.researchgate.net/publication/27658311 (14.05.2021).

WOLFGANG, Bilsk, Mareike Koch, "On the Content and Structure of Values: Universals or Methodological Artefacts?" https://www.researchgate.net/publication/27658311 (14.05.2021).

"Y Kuşağı ve Özellikleri, The List of Millennial Characteristics", 2017, (25.03.2020). https://luckyattitude.co.uk/millennial-characteristics/

Yeni Nesil Müşteri Z Jenerasyonu “Meet Generation Z: Marketing’s Next Big Audience” http://www.socialbusinesstr.com/2015/03/30/yeni-nesil-musteri-z-jenerasyonu/ erişim (25.03.2020).

“Z kuşağı Çocuklarını Tanıyor Muyuz?” http://www.egitimcaddesi.com/z-kusagi-cocuklarini-taniyor-muyuz/ (26.03.2020).

EKLER

EK 1: TEZ GÖRÜŞME FORMU

A. ARAŞTIRMAYA KATILANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELİKLERİ

Cinsiyetiniz :

Yaşınız :

Eğitim Durumunuz :

Gelir Durumunuz :

B. SOSYAL MEDYA KULLANIMI

1. Katılımcıların Kullandığı Sosyal Medya Hesapları

Facebook :

Twitter :

WhatsApp :

İnstagram :

Youtube :

Msn :

Diğer :

2. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi

3. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları

Dini paylaşımları okurum :

Mesajlarıma bakarım :

Haberleri takip ederim :

Oyun oynarım :

C. SOSYAL MEDYANIN DİN VE DEĞERLER AÇISINDAN KULLANIMI

1. Kendinizi dini açıdan hangi seviyede görüyorsunuz?

- Sadece inançlıyım

- İnanıyorum ibadetlerimi yerine getiriyorum
- İbadetlerimi ara sıra yerine getiriyorum
- Herhangi bir dine inanmıyorum
- Sosyal medya üzerinde yapılan dini tartışmalara katılıyor musunuz?
- Dini bir sorunun cevabını bulmak için sosyal medyayı hangi sıklıkta kullanırsınız?
- Sosyal medya üzerinde insanlara hiç yardım ettiniz mi?
- Belli sayıda kişiye gönderince dileğinizin kabul olacağını söyleyen yazıları paylaşır mısınız?
- Yapmadığınız bir ibadetin önemine dair paylaşımlarda bulunur musunuz?
- Kullandığınız sosyal ağların herhangi birinde ya da hepsinde profil fotoğrafınızda dini bir simge kullanıyor musunuz?
- Sosyal medya üzerinden dua talebinde bulunan birine dua eder misiniz?
- Dini konularda internet medyasıyla ilgili kendinizi özgür hissediyor musunuz?
- Gelen dini içerikli mesajlardan bir huzur buluyor musunuz?
- Özel günler veya dini zamanlarda kutlama ve tebriklerin yapıldığı sosyal medya ağları hakkında ne düşünüyorsunuz?

2. **İnternet ve sosyal medyanın din üzerindeki olumsuz etkileri İnternet ve sosyal medya ağların din üzerinde olumsuz etkilerinin olduğunu düşünüyor musunuz? Neden**

- Hurafe Dini anlatılıyor
- İsteyen herkes yorum yapabiliyor
- Paylaşımların altına olumsuz yorumlar yazılıyor
- Bilgilerin çoğu ana kaynak Kur'an-a dayanmıyor

3. **Dini bir sorununuz olduğu zaman hangi referansları kullanırsınız?**

- İmamlar Müftülük İnternet Kitaplar Sosyal medya

4. **İnsanların kendini dindar hissettikleri ortamlar/Objektif olarak bakarsanız kendinizi sosyal medyada mı gerçek hayatta mı daha "dindar" olarak tanımlarsınız?**

- Gerçek hayatta
- Sosyal medyada

- İkisinde de aynı
- Kararsızım
- Bireyler sosyal medyada niçin dini içerikli paylaşımda bulunurlar? Dini içerikli paylaşımda bulunmaya iten nedenler/gerekçeler nelerdir?
- Sosyal medyada dini unsurlardan hangileri, ne sıklıkta paylaşılıyor?
- Dini içerikleri paylaşımların kimlikle ilgisi var mı? (Kendini dini ve politik açıdan konumlandırma sorunu)
- Dini içerikli paylaşımlar, "daha dindar görünme" veya "daha muhafazakâr görünme" fırsatı olarak görülüyor mu? (Toplumsal görünürlük sorunu)
- Kişilerin demografik özelliklerinden hareketle paylaşımda bulunacakları durumları ve içerik türlerini tahmin etmek mümkün olabilir mi? Başka bir ifadeyle içerik türlerinin ve paylaşım sıklığının kişilerin demografik özellikleriyle ilgisi var mı?
- Dijital ibadet adı da verilen sosyal medyada açılan hesaplar aracılığıyla kutsal metin ve duaların okunması, dua talebi, hac ve sadaka gibi ibadetler için halkalar oluşturulmasına bakışınız nedir? Katılıyor musunuz? Katılmazsanız rahatsızlık duyuyor veya baskı göreceğinizi düşünüyor musunuz?

5. Dini paylaşımlarda bulunmak size hangi sosyo-psikolojik durumu sağlıyor?

- Aynı duygu ve düşüncedeki insanların iletişim halinde olması
- Dini inançları açıklama hakkı ve özgürlüğü yaşama
- İrşad ve tebliğde bulunma (dini yayınlaştırma) duygusu
- İyi bir şey yaparak sevap kazanma
- Manevi olarak iyi hissetme

D. SOSYAL MEDYANIN DİN VE DEĞERLERE ETKİSİ

- Sosyal medyanın mahremiyet-aile-vatan-iyilik-adalet v.b kavramları etkilediğini düşünüyor musunuz?
- Sosyal medyanın olumlu yanları hakkında neler düşünüyorsunuz?

E. SOSYAL MEDYANIN FAYDALI KULLANIMI KONUSUNDA ÖNERİLER

- Gençlerin sosyal medyayı daha olumlu kullanması için sizce ne yapılabilir**?**

EK 2: ETİK KURUL ONAYI

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULLARI
(Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu)
TOPLANTI TUTANAĞI

OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI
25 Şubat 2020	2020-02

KARAR NO 7: Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğünden alınan Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı doktora öğrencisi Berrin SARITUNÇ'un "Üniversite Gençliğinin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Sosyal Medya Deneyimi" konulu tez çalışması kapsamında uygulanacak görüşme sorularının değerlendirilmesine geçildi.

Yapılan görüşmeler sonunda; Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı doktora öğrencisi Berrin SARITUNÇ'un "Üniversite Gençliğinin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Sosyal Medya Deneyimi" konulu tez çalışması kapsamında uygulanacak görüşme sorularının, fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğu başvurucuya ait olmak üzere uygun olduğuna oybirliği ile karar verildi.

Prof. Dr. Feridun YILMAZ
Kurul Başkanı

Prof. Dr. Abamüslim AKDEMİR
Üye

Prof. Dr. Doğan ŞENYÜZ
Üye

Prof. Dr. Ayşe OĞUZLAR
Üye

Prof. Dr. Abdurrahman KURT
Üye

Katılmadı
Prof. Gülay GÖĞÜŞ
Üye

Prof. Dr. Alev SINAR UĞURLU
Üye

EK 3: SOSYAL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ BAĞLAMINDA ÇOCUKLARLA İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Yazarlar	**Çalışmanın Adı**
Aksu, A.B. (2004).	Medya, Çocuk ve Din Eğitimi (Yayınlanmamış Doktora Tezi)
Akşit, F. (2011)	İlköğretim Öğrencilerinin Medyayı Kullanmaya Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi (Makale)
Altıntaş, M.E. (2008).	Din Eğitimi Açısından Sihir ve Büyü İçerikli Filmlerin Etkilerine İlişkin Çocukların Algıları (Yüksek Lisans Tezi)
Atay, M. ve Öncü, E. (2009)	"Elektronik Bakıcı; Televizyon", Çocuk ve Medya (Bildiri)
Büyükbaykal, G. (2007)	"Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri" (Makale)
Demir, R. (2019)	Türkiye'de Çocuk Kanallarında Yayınlanan Çizgi Filmlerde Dini ve Kültürel Değerler Eğitimi (Doktora Tezi)
Demir, R. ve Cebeci, S. (2018).	4-6 Yaş Grubu Çocukların Çizgi Filmlerden Etkilenme Durumları (Makale)
Işık, M. (2008),	Çocuk, Televizyon ve Eğitim, Medya ve Çocuk Rehberi (Kitap)
Ker, M. vd. (2009)	Televizyon: Çocuklara "Gerçek Hayat"ı Şiddetle Öğreten "Çağdaş Masal Anlatıcısı", Çocuk ve Medya (Kitap Bölümü)
Konor, B. (2011),	"Çocuklara Yönelik Televizyon Reklamlarının Etik Açıdan İncelenmesi (Makale)
Küçükkurt, M. (1991)	"Televizyon ve Çocuk", Aile Yazıları (Makale)
Okumuş, V. (2018)	Çocuklarin Sosyal Medya Kullanim Amaçlari ve Ebeveyn Tutumları (Makale)
Orhan, E. (1997).	Televizyonda Yayınlanan Şiddet, Cinsel ve Dini İçerikli Filmlerin ve Çizgi Filmlerin Çocukların Dini Duyguları Üzerine Etkisi (Yüksek Lisans Tezi).
Önder, M. (2008).	Medya Kıskacındaki Çocuklar (Makale)
Sancak, Y. (2018).	Çizgi Filmlerin Din Eğitimindeki Rolü Hakkında Din Kültürü ve Ahlâk Bilgisi Öğretmenlerinin Görüşleri: Sivas ve Kars İli Örneği (Yüksek Lisans Tezi).
Şirin, M.R. (2006)	Televizyon, Çocuk ve Aile- Yeni Çocukluğun Televizyon Sarmalı (Kitap)
Torun, Ş. (2010)	Sihir İçerikli Dizi Filmlerin Çocuklara Olan Etkisinin Din Eğitimi Açısından İncelenmesi: Selena Dizi Filmi Örneği (Yüksek Lisans Tezi).
Yılmaz, K. vd. (2013)	Medyanin Değişen Çocukluğa Etkisi Konusunda Veli, Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Görüşleri (Makale)
Yorulmaz, B. (2013c).	Din ve Değerler Eğitimi Açısından Caillou Çizgi Filminin Değerlendirilmesi (Makale)

Yorulmaz, B. (2013d).	Pepee Çizgi Filminin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi (Makale)
Yorulmaz, B. (2015a)	Dijital Oyunlardaki Din ve Din Eğitiminde Dijital Oyunların Kullanılma İmkânı (Makale)
Yorulmaz, B. ve Tanrıverdi, M. Z. (2015).	Din ve Değerler Eğitimi Açısından Keloğlan Çizgi Filminin Değerlendirilmesi (Makale)
Yücel, H. (2008)	"Çocuk ve Reklam: Televizyon Reklamlarının Çocuk Üzerine Etkileri", Medya ve Çocuk Rehberi (Makale)

EK 4: SOSYAL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ BAĞLAMINDA GENÇLERLE İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Yazarlar	**Çalışmanın Adı**
Açar, R.S. (2016).	Televizyonun Ergenin Din Algısı ve Ahlâki Tutumu Üzerindeki Etkisi (Muş İli Örneği) (Yüksek Lisans Tezi).
Ak, Beril vd. (2010)	Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma (Makale)
Akgün, E. (2018)	Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi (Makale)
Akman, Z. (1995)	Ankara Gecekondu Gençliğinin Eğitimine ve Kentleşmesine Televizyon Yayınlarının Etkisi (Doktora Tezi)
Arslan, A. (2014)	Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri (Makale)
Avcı, N. (2007)	Toplumsal Değerler ve Gençlik (Kitap)
Ayaydın, Y. vd. (2018)	Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi (Makale)
Aydın, İ. (2016)	Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği (Makale)
Babacan, M. (2016)	Toplumsal Derinlik, Sosyal Medya ve Gençlik (Makale)
Bakıroğlu, C. (2013)	Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları (Bildiri)
Büyükgebiz, E. vd. (2018)	Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Araştırma (Makale)
Can, N.	Medya ve Gençlik Sorunları İlişkisi (Makale)
Cerrah, L. (2015)	Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği) (Makale)
Cevherli, K. ve Şentepe, A. (2016).	İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları (Kitap Bölümü)
Coşkun, S. ve Saraçlı, S. (2015)	Dini İçerikli Filmlere Karşı Tutum ve Davranışların Din Eğitimi Bağlamında İstatistiksel Tekniklerle İncelenmesi: AKÜ İslami İlimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. (Makale)
Çalışır, G. (2015).	Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma (Makale)
Çelik, T. (2016)	Sosyal Medya ve Gençlik (Makale)
Ercins, Gülay, (2009)	Türkiye'de Popüler Kültür Görünümleri ve Gençliğe Yansımaları (Makale)
Erdemoğlu, M. (2011)	Görsel Medyadaki Şiddetin Ortaöğrenim Gençliği Üzerindeki Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)
Evyapar, M. (2018)	Sanal Cemaatler ve Postmodern Kabilecilik: İmam Hatipler Kapatılsın Facebook Grubu Örneği (Yüksek Lisans Tezi)

Furat, A.Z. (2011)	DKAB Derslerinde Görsel Medyanın Kullanımı/ Kullanılabilirliği (Makale)
Geçer, E. (2015)	Medya ve Popüler Kültür: Diziler", Televizyon ve Toplum (Makale)
Güneş, A. (2018)	Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi (Makale)
Güney, N. vd. (2007)	Ergenlerin Medya Kullanımı", Popüler Kültür ve Çocuk (Makale)
Haberli, M. (2019)	Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü (Makale)
Haberli, M. (2018)	Sosyal Medyada Dini İnanç Ve Ahlâki Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme (Makale)
Işıklı, Ş. ve Gezginci, G. (2018)	Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz (Makale)
İlhan, V. (2010)	Medya ve Gençlik: 15-24 Yaş Arası Gençlerin Televizyon Dizilerini İzleme Pratiklerindeki Dönüşüm (Doktora Tezi)
İli, K. (2013)	Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrenci Davranışlarına Etkisi (Gaziçiftliği Anadolu Lisesi Örneği) (Yüksek Lisans Tezi)
İnan, M. (2008)	Lise Öğrencilerinin Medya - Din İlişkileri Algıları (Makale)
Kâhya, Y. (2018)	Medyanın Gençler Üzerinde Sosyal Sapma ve Şiddet Bağlamında Etkileri (Makale)
Kanburoğlu, Ü.B. (2011).	Popüler Kültür-Din Eğitimi İlişkisi: İmam Hatip Liseleri Örneği (Makale)
Karaca, Y. vd. (2007)	Ebeveynlerin Televizyon Reklam İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkilerini Etik Açıdan Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi)
Kaya, M. (2019)	Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)
Kır, Y. (1996)	Medya Terörü Kamuoyu Oluşturma veya Oluşturama-Ma (Makale)
Kırık, A.M. (2017)	Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu (Makale)
Kızıldağ, Ş. (2001)	Medya Çocukları: Pop Müzikten Popüler Kültüre (Kitap)
Konor, Barış (2016)	Facebook Aracılığıyla Teşhir Edilen Ve Dikizlenen Gündelik Hayat (Yüksek Lisans Tezi)
Korkmaz, M. (2015)	Din Dersi Öğretmenlerinin Bir Öğretim Materyali Olarak Filmlerden Yararlanma Durumu (Makale)
Korukçu, A. (2016)	Medya Yoluyla Din Hizmetleri (Makale)
Korukçu, A., Cengil, M. ve Ardahanlı, Ö. (2015)	Sosyal Medya ve Din: Facebook Örnekleminde Dini İçerikli Paylaşımlar Üzerine Bir Değerlendirme (Makale)
Kuzudişli, A. (2013)	Din Eğitimi ve Sanal Âlem (Bildiri)
Küçükcan, T. (2005)	Dinî Yayıncılıkta İnternet (Makale)
Menekşe, Ö. (2015)	Dinin Dijitalleşmesi ve Mobil Uygulamalar. (Kitap Bölümü)

Menteşe, M. (2013)	Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Görüşleri (Yüksek Lisans Tezi)
Oyman, N. (2016)	Sosyal Medya Dindarlığı (Makale)
Özcan, A. (2013)	Dijital Medya Okuryazarlığı: Sorunlar, Uygulamalar ve Beklentiler (Makale)
Özgan, H. vd. (2014)	Popüler Kültürün Öğrenci Davranışları Üzerinde Algılanan Etkileri (Makale)
Öztürk, N. (2006)	Görsel Medya ve Şiddet Kültürünün Orta Öğretim Öğrencileri Üzerine Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)
Pelin, S. (2017)	Sosyal Medya Kullanımının Mutlu Olma Durumuna Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi)
Polat, M. ve Eren, E. (2013)	İlköğretim Din Kültürü Ve Ahlâk Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığının Değerler Eğitimi Bağlamında Analizi. (Makale)
Sadi, E. (2007)	Ergenlerin Kimlik Oluşturma Sürecine Televizyon Programlarının Etkileri (Denizli İli Tavas İlçesi Örneği)" (Yüksek Lisans Tezi)
Sarıoğlu, E. ve Turan, E. (2020)	Sosyal Medyada Prime Time: Bireylerin Paylaşımları Üzerine (Makale)
Seferoğlu, S. (2013)	Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma (Makale)
Solmaz, A. (2017)	Toplumsallaşma Sürecinde Din Eğitiminin Medya Algılaması ve Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerindeki Rolü (Yüksek Lisans Tezi)
Sütlüoğlu, T. (2015)	Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği (Makale)
Tanyıldızı, N. (2011)	Türk Kültürünün Gençlere Tanıtımında Medyanın Rolü: Hacı Bektaşi Velî, Mevlana ve Yunus Emre Üzerine Bir Araştırma (Makale)
Taşdelen, V. (Tarihi Yok)	İçtenlik Değeri Bağlamında Din ve Medya İlişkisi (Makale)
Toruk, İ. (2008)	Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz (Makale)
Turanalp, M.F. (2016)	İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım (Makale)
Türk, M.E. (2019)	Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımının Bağlanma Stilleri, Akran İlişkileri ve Kişilik Bozuklukları ile İlişkisinin İncelenmesi (Makale)
Türkdoğan, Rüya (2019)	Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği (Yüksek Lisans Tezi)
Utma, S. (2019)	Dindarliğin Değişen Yüzü: Dinin Popülerleşmesi ve Sosyal Medya Dindarlığı (Makale)
Yalçın, K. (2018)	Medyanın Gençler Üzerinde Sosyal Sapma ve Şiddet Bağlamında Etkileri (Makale)

Yaşar, E. ve Çağlayandereli, M. (2006)	Televizyon ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi (Makale)
Yılmaz, C. (2012)	Toplumsal Değerler Medya Etiği (Makale)
Yılmaz, M. (2002)	Eğitimde İnternet ve Bir Din Eğitimi Vortalı Denemesi (Yüksek Lisans Tezi)
Yorulmaz, B. (2013a)	Bir Yaygın Din Eğitimi Aracı Olarak Sinema (Makale)
Yorulmaz, B. (2013b)	Din Eğitiminde Yardımcı Bir Araç Olarak "Tebliğ Filmleri": "Horton Hears A Who" Örneği. (Makale)
Yorulmaz, B. (2015b)	Sinema ve Din Eğitimi (Kitap)

EK 5: SOSYAL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ BAĞLAMINDA YETİŞKİNLERLE İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Yazarlar	Çalışmanın Adı
Akkutay, Ü. (1989)	TRT'nin Din Kültürü ve Ahlâk Programları. Diyanet İlmi Dergi (Makale)
Akpınar, M.R. (2017)	İslam Hukuku Açısından Sosyal Medya (Yüksek Lisans Tezi)
Akşit, V. (2008)	Medyada Din Hizmetleri ve Dini Danışmanlık (Bildiri)
Almali, A. (2019)	Bir Toplumun Ahlâksal Metaforu Olarak Sosyal Medya Ve Modern Zamanda Ahlâkîn Evrimleşmesi (Makale)
Arık, E. (2018)	Dijital Mahremiyet (Kitap)
Arslan, A. (tarih yok).	Medyanın Birey ve Toplum Üzerine Etkileri (Makale)
Arslan, M. (2009)	Dindarlık Algısını Şekillendirmede Kitle İletişim Araçları (Bildiri)
Arslan, M. (2016)	Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine (Makale)
Aydeniz, H. (2015)	Din Hizmetlerinin Yürütülmesinde Bir İmkân ve Meydan Okuma Olarak Medya (Makale)
Batmaz, V. ve Aksoy A. (1995)	Türkiye'de Televizyon ve Aile (Elektronik Hane) (Kitap)
Baydar, M.Ç. (1994)	İslam ve RadyoTelevizyon. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı (Kitap)
Biçer, İ. (2009)	Medyanın Kamuoyu Üzerinden Etkileri ve Etik (Makale)
Bilis, A.E. (2017)	Modern Yaşamda Dini Değerlerin Televizyonda Temsili: "Nihat Hatipoğlu ile İftar" Programı Örneği (Makale)
Bulunmaz, B. (2011)	Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: S.a.saşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? (Makale)
Büyükkara, M.A. (2000)	İşlevsel Kelâm İçin Vazgeçilmez Bir Kaynak ve Araç Olarak İnternet (Bildiri)
Çalışır, G. (2014)	Sosyal Medyada Benlik İnşası, Sunumu ve Tüketimi", Dijital İletişim Etkisi (Bildiri)
Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015)	Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya (Makale)
Çelik, A. (2004)	Radyo ve Televizyonlarda Yayınlanan Dini Programları Eğitim Açısından Değerlendirme. İstanbul: Aktif Yayınevi (Kitap)
Çuhadar, M. (2015)	Dijitalleşen Din ve Diyanet (Kitap Bölümü)
Dağ, İ. (2005)	Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri (Makale)

Demir, İ. (2019)	İletişim, Sosyal Medya ve Din Eğitimi (Kitap)
Doğan, B. (2018)	Dindarların Dini Teknolojik Aletlerle Etkileşimi: Tekno-Dindar Pratikler (Yüksek Lisans Tezi)
Doğan, B. ve Şener, N. (2014)	Medya ve Din (Kitap)
Doğan, D.M, (1996)	Türkiye'de Kadın ve Aile Anlayışı Konusunda Kitle İletişim Vasıtalarının Tahrif (Veya Tahrib) Edici Tesirleri (Makale)
Duran, R. (2005)	"Medya", Özgür Üniversite Kavram Sözlüğü Söylem ve Gerçek (Kitap)
Eken, M. (2015)	Modern Görsel Kültür Bağlamında Medyatik Din Olgusu" Dijitalleşen Din (Kitap Bölümü)
Eldemir, F. (2020)	Teknoloji Kullanmanın Dindar Kadınların Hayat Tarzına Etkisi (Makale)
Erken, B. (2016)	Online İslami Eğitim: Qibla.Com Örneği (Makale)
Furat, A.Z. (2008)	Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri Ve Fonksiyonları (İstanbul Örneği) - Sır Dizileri Ve Dini Programlar (Makale)
Furat, A.Z. (2009)	Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişimi Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği (Makale)
Furat, A.Z. (2013)	Kitle İletişim Araçları ve Yaygın Din Eğitimi (Makale)
Furat, A.Z. (2015).	Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından Yeni Bir İmkân Alanı Mı Tehdit Mi? (Makale)
Furat, A.Z. (2019)	Din Eğitimi Ekseninde Türkiye'de Medya Ve Din Araştırmaları (Makale)
Geçer, E. (2018)	Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time1 ya da Selfie2 Dindarlığı (Makale)
Gelici, Z. (2007)	Sırlara Vurgu Yapan Mistik Televizyon Programlarının Din Eğitimi Açısından Tahlili (Makale)
Gülerarslan, A. (2010)	Sosyalleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçları Ve Din İlişkisi; Televizyon Örneği (Makale)
Güneş, A. (2018)	Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi (Makale)
İlhan, V. (2008)	Medya Çalışmalarında İzleyici- Popüler Bir Tür Olarak Televizyon Dizileri Ve İzlerkitle Olarak Gençler (Kitap)
Kalaycı, A.R. (2008)	Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı (Kitap Bölümü)
Kaplan, N. (2011)	Tüketim Toplumunda Toplum, Medya ve Etik Üçgeni (Makale)
Kara, T. (2011)	Görsel Medyanın Aile Bireyleri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma (Uzmanlık Tezi)
Karabıyık, S. (2011)	Türk'ün Dizi ile İmtihanı Ekranın Kısa Tarihi:1 (Kitap)
Karaboğa, T. (2010)	Medya ve Toplum İlişkileri- Televizyon Haberlerinde Şiddetin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma (Kitap)
Karataş, M. (2013)	Medya Vaizliği (Analitik Bir Yaklaşım) (Bildiri)

Karslı, B. ve Sezen, A. (2020)	İnstagram ve Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Paylaşımları Örneği (Makale)
Mert, S. (2004)	Magazin ve Yarışma Programlarının Gecekondulu Kadınların Kente Uyum Sürecindeki Etkileri (Yüksek Lisans Tezi)
Mete, M. (1999)	Televizyon Yayınlarının Türk Toplumu Üzerindeki Etkisi (Kitap)
Mutlu, Erol (2005)	Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya (Kitap)
Narmanlıoğlu, H. (2018)	Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet (Makale)
Nazıroğlu, B. (2015)	Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı (Makale)
Özdemir, H.Ö. (2019)	Sosyal Medya ve Etkileri (Makale)
Özonur, Ç. (2010)	Televizyon Mesih Mi Şeytan Mı? (Kitap)
Şimşek, T. (2019)	Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası "İnstagram Örneği'' (Makale)
Turan, İ. (2005a)	Dinî İçerikli Televizyon Programlarının Yetişkinler Üzerine Etkisi (Makale)
Turan, İ. (2005b)	Televizyonun Birey ve Toplum Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri (Makale)
Vardi, R. (2015)	Sanal Mahremiyet (Makale)
Varol, M.B. (2012)	Dijital Ortamda Siyer Anlatım ve Öğretimi: (Tespitler-Problemler-Teklifler) (Bildiri)
Yenen, İ. (2005)	Televizyonlarda Yayınlanan Dini Programların İzlerkitlenin Dini Tutum Ve Davranışları Üzerine Etkileri (Yüksek Lisans Tezi)
Yıldız, İ. (2002)	Küreselleşme Bağlamında Sanal Din Eğitimi (Bildiri)
Yorulmaz, B. (2018)	Medyadaki Dini Faaliyetler ve Sorunlar (Kitap Bölümü)
Zafer, C. ve Vardarlıer, P. (2019)	Medya ve Toplum (Makale)
Zengin, F. (2003)	Dizilerde Dinin Temsili", Medya ve Din (Kitap Bölümü)

ÖZGEÇMİŞ



BERRİN SARITUNÇ
ÖĞRETİM GÖREVLİSİ

E-Posta Adresi
Telefon (İş)
Telefon (Cep)
Adres

Öğrenim Bilgisi

Doktora 2017	ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ (DR) Tez adı: BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN DİN VE DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA DENEYİMİ Tez Danışmanı:(MEHMET ŞANVER,HACER AŞIK EV)
Yüksek Lisans 2003 21/Mart/2005	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM (YL) (TEZSİZ) (İÖ)
Yüksek Lisans 2000 8/Mart/2012	BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI (YL) (TEZLİ) Tez adı: Safranbolu ilçesi halk edebiyatı ve halkbilimi ürünleri üzerinde bir araştırma (2012) Tez Danışmanı:(mehmet açа)
Lisans 1995 8/Temmuz/1999	BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ NECATİBEY EĞİTİM FAKÜLTESİ/TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ BÖLÜMÜ/TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI ÖĞRETMENLİĞİ PR. (İÖ)

Akademik Görevler

ÖĞRETİM GÖREVLİSİ 2006	BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ/REKTÖRLÜK)
OKUTMAN 2006-2012	ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ/REKTÖRLÜK/TÜRK DİLİ BÖLÜMÜ (Türk Dili)

Projelerde Yaptığı Görevler:

1. Atatürk Dönemi (1932-1938) Halkevleri Sosyal Yardım Şubelerinin Faaliyetlerinin Yoksulluk Kavramı Çerçevesinde Değerlendirilmesi, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü:AKKUŞ TURGAY,Araştırmacı:KUMAŞ NURSAL,Araştırmacı:SARITUNÇ BERRİN, , 06/08/2018 - 19/06/2020 (ULUSAL)
2. TÜRK MASAL KÜLLİYATI-1, Diğer (Ulusal), Yürütücü:SARITUNÇ BERRİN, ATATÜRK KÜLTÜR MERKEZİ, , 01/01/2019 (Devam Ediyor) (ULUSAL)

3. "Kosova'da Okul Öncesi Eğitim Kurumlarında Beşeri Değerlerin Eğitimi ve Öğretimi". Proje Tabanlı Uluslararası Değişim Programı kapsamında MEV-2018-751 no'lu proje., Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü:ŞANVER MEHMET,Araştırmacı:SARITUNÇ BERRİN,Bursiyer:Ünsal Asude, , 01/08/2018 (Devam Ediyor) (ULUSAL)

4. Türk Kültüründeki Eğitim Anlayışlarıyla Farklı Eğitim Anlayışlarında Din veAhlâk Eğitiminin Karşılaştırılması, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü:ŞANVER MEHMET,Araştırmacı:SARITUNÇ BERRİN,Araştırmacı:ERAKKUŞ ÖZGÜR,Araştırmacı:MUSTAFAYEVA LAMİYA, , 18/11/2015 - 06/12/2017 (ULUSAL)

İdari Görevler

Bölüm Başkan Yardımcısı 2015-2019	BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ/REKTÖRLÜK/TÜRK DİLİ BÖLÜMÜ
null 2016-2017	ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ/ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ TÜRK DEVLETLERİ VE AKRABA TOPLULUKLARI ARAŞTIRMA VE UYGULAMA MERKEZİ

Dersler *

	Öğrenim Dili	Ders Saati
2019-2020		
Lisans		
ŞİİR ANALİZİ	Türkçe	1
EDEBİ METİNLERİ OKUMA	Türkçe	1
EDEBİ METİNLERİ OKUMAK	Türkçe	2
TÜRK DİLİ	Türkçe	1
ŞİİR ANALİZİ	Türkçe	2
GÜZEL KONUŞMA VE YAZMA	Türkçe	1

Eserler

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. ŞANVER MEHMET,SARITUNÇ BERRİN (2020). Sosyal Hizmet Ve Dezavantajlı Bireylerle Etkileşim Konusunda Din Görevlisi Veya Din Eğitimcisi Adayı Öğrencilerin Görüşleri. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 24(2), 373-384. (Yayın No: 6431249)
2. YAKICI ALİ,SARITUNÇ BERRİN (2019). Sözlü Türk Kültürünün Yaşaması ve Aktarımında Hataylı Ozanların Rolü. Folklor Edebiyat, 25(100), 1011-1022., Doi: http://dx.doi.org/10.22559/folklor.1065 (Yayın No: 5839067)
3. SARITUNÇ BERRİN (2018). Popüler Kültürün Gençlerdeki Değer Algısına Etkisi ile İlgili Bir Durum Tespiti. Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi, 6(2) (Yayın No: 4630520)
4. SARITUNÇ BERRİN (2018). Gençlerin İbadethane Ve Din Görevlileri Hakkındaki Genel Görüşlerine Ait Bir Durum Tespiti (Bursa İli Örneği). Shsr Journal, 5(30), 4511-4520. (Yayın No: 4630813)
5. ŞANVER MEHMET,SARITUNÇ BERRİN,ERAKKUŞ ÖZGÜR (2018). Erken Çocukluk Eğitiminde Kültür Edinimi Ve Bir Uygulama. SSSJOURNAL (SOCIAL SCIENCESSTUDIES JOURNAL), 4(22), 4066-4073., Doi: http://dx.doi.org/10.26449/sssj.853 (Yayın No: 4504116)
6. ERAKKUŞ ÖZGÜR,SARITUNÇ BERRİN (2018). İlahiyat Fakültesine Başlayan Uluslararası Öğrencilerin Sosyal Kurumlarda Din Eğitimine İlişkin Farkındalığı. Bakı İslam Universiteti Elmi M?cmu?si, 13, 191-200. (Yayın No: 4304679)
7. ŞANVER MEHMET,SARITUNÇ BERRİN,ERAKKUŞ ÖZGÜR,MUSTAFAYEVA LAMİYA (2017). Din, Ahlâk Ve Değerler Eğitimi Açısından Türk Kültüründeki Eğitim Anlayışlarıyla Farklı/Alternatif Eğitim Anlayışları Arasında Bir Mukayese. Social Sciences Studies Journal (SSSJournal), 3(6), 884-893., Doi: http://dx.doi.org/10.26449/sssj.126 (Yayın No: 3666953)
8. ABİMBOLA OLAULOWA,SARITUNÇ BERRİN (2016). Orta Asya Ortadoğu Ön Asya Hattında Siyaset Ve Felsefe. Ress Journal, 3(5), 572-592. (Yayın No: 2989050)

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

9. SARITUNÇ BERRİN (2016). Yükseköğretimde Türk Dili Derslerinin Öğrencilerin Duyuşsal Gelişimine Katkısı. Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi, 4(1) (Yayın No: 2849960)
10. SARITUNÇ BERRİN (1900). Vaazlar Hakkında Cinsiyetlere Göre Görüşler. Gümüşhane Sosyal Bilimler Dergisi (Yayın No: 2934572)

B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :

1. SARITUNÇ BERRİN (2021). kültürel aktarımın zamansal evreni: sosyal medya uygulamaları. maarif kongresi (/Sözlü Sunum)(Yayın No:7139018)
2. SARITUNÇ BERRİN (2019). İlahiyat Fakültesine Devam Eden Öğrencilerin Öğretmen Yeterliklerine bakışı Hakkında Bir Durum Değerlendirmesi: Bursa Uludağ Üniversitesi ilahiyat Fakültesi Örneği. ULUSLARARASIYÜKSEK DİN ÖĞRETİMİSEMPOZYUMU(Akademik ve Sosyal Yönleriyle), 2(1), 245-266. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5809433)
3. SARITUNÇ BERRİN (2018). Vakıfların Genel Yapısı Ve Osmanlı Devletindeki Kuruluş Rolü. Çukurova Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, 1286-1294. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4782979)
4. SARITUNÇ BERRİN (2018). Harf Devrimi Süreci İle İlgili Bir Durum Tespiti. Çukurova Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, 1272-1285. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4782985)
5. AKKUŞ TURGAY,KUMAŞ NURSAL,SARITUNÇ BERRİN (2018). Atatürk Dönemi (1932-1938) Halkevleri Sosyal Yardım Şubelerinin Faaliyetlerinin Yoksulluk Kavramı Çerçevesinde Değerlendirilmesi. Uluslararası Necatibey Eğitim ve Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi (UNESAK 2018), 6, 334-347. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4549530)
6. ŞANVER MEHMET,ERAKKUŞ ÖZGÜR,SARITUNÇ BERRİN (2018). İlahiyat Öğrenimi Gören Gençlere Göre Din Hizmeti Veren Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler Etkinlikleri. 3rd International Scientific Researches Congress on Humanities and Social Sciences (IBAD-2018) (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4317646)
7. SARITUNÇ BERRİN, Babalar Serap (2018). Karagöz Ve Siyasi Niteliği. 3.Doğunun Batısı Batının Doğusu Kongresi, 96-110. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4631613)
8. ŞANVER MEHMET,ERAKKUŞ ÖZGÜR,SARITUNÇ BERRİN (2018). Dezavantajlı Bireylerle Etkileşimde Din Görevlisi Adayı Öğrencilerin Görüşleri. 4. Uluslararası Din Bilimleri Sempozyumu, 24-24. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4317643)
9. ERAKKUŞ ÖZGÜR,ŞANVER MEHMET,SARITUNÇ BERRİN (2018). Din Kültürü Ediniminde Brentwood School (İngiltere) Gözlemleri. 4. Uluslararası Eğitim Bilimleri Sempozyumu Asos, 164-177. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4305674)
10. SARITUNÇ BERRİN (2018). Güncel Toplumsal Yapı ve Kültürün Gençlerde Öne Çıkardığı Değerler ve Sebepleri. III. Uluslararası Değerler Eğitimi Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4331638)
11. SARITUNÇ BERRİN,ŞANVER MEHMET,ERAKKUŞ ÖZGÜR (2017). Yükseköğretime Başlayan Gençlerin Ders Etkinlikleri Yoluyla Sosyal Uyumunun Sağlanması. Uluslararası Sosyal Hizmet Kongresi- ANKARA, 379-380. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3471542)
12. SARITUNÇ BERRİN (2016). Peyami Safa'nın Düşüncesinde Din Medeniyet Ve Ahlak. Ines 2016-ANTALYA, 1782-1789. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2934578)
13. SARITUNÇ BERRİN, Küçükdemir Remziye (2016). Bulgaristan Türk Basınının Milli Mücadeleye Bakışı. Ines 2016-ANTALYA, 3940-3947. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2934593)
14. SARITUNÇ BERRİN (2016). Dealing with the Subject of Low Morality Woman in Novels of Tanzimat Reform Era and Servet-i Funun (Wealths of Sciences). 4. Uluslararası Multidisipliner Kongresi 4. İmcofe-İSPANYA, 30-37. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4083392)
15. SARITUNÇ BERRİN (2016). Water Cult. 4. Multidisipliner Kongresi 4. İmcofe- İSPANYA, 129-135. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4083442)
16. SARITUNÇ BERRİN, Kapdan Elif (2016). Türk Dünyasında Vaazlar, Görüş Ve Beklentiler. 4. Avrasya Sosyal Bilimler Forumu-KIRGIZİSTAN, 78-85. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4083288)
17. ABİMBOLA OLA,SARITUNÇ BERRİN (2016). İpek Yolu Tarihinde Siyaset Ve Felsefe. 4. Avrasya Sosyal Bilimler Forumu-KIRGIZİSTAN, 30-38. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4083199)
18. ŞANVER MEHMET, SARITUNÇ BERRİN, ERAKKUŞ ÖZGÜR, Mustafayeva Lamiya (2016). Erken Çocukluk Eğitiminde Kültür Edinimi Ve Bir Uygulama. İgeder 2016-İSTANBUL (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2934617)

19. SARITUNÇ BERRİN (2015). Su Kültü Ve Bursa'da Hamamlar. Türk Kültür Başkentleri Sempozyumu-NEVŞEHİR (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2090288)

20. SARITUNÇ BERRİN (2015). Yüksek Öğretimdeki Dil ve Kültür Derslerinin Güncel Sorunlar Karşısında Yeri ve Önemi. SSHIF 2015 - International Symposium on Global Perspectives on Social Sciences and Humanities-POLONYA (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2089610)

21. SARITUNÇ BERRİN (2015). Uluslararası Öğrencilerin Gözüyle Dünyada Değerler Ve Gelecek. Eğitimde Gelecek Arayışları-BARTIN, 2, 1149-1159. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2934640)

22. SARITUNÇ BERRİN (2015). Yabancı Öğrencilerin Gözüyle Türkiye'de Ve Dünyada Değerler Eğitimi. Dünden Bugüne Türkiye'de Beceri Ahlak Ve Değerler Eğitimi Uluslararası Sempozyumu-BARTIN (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2090464)

23. SARITUNÇ BERRİN (2014). Savaşın En Acı Yüzü: Kadın. uluslararası savaş ve edebiyat sempozyumu, 1(1), 134-144. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6214643)

24. SARITUNÇ BERRİN, Yavuzer Zeynep Rümeysa (2014). Savaşın En Acı Yüzü: KADIN. Savaş Ve Kadın Sempozyumu-SAKARYA, 1, 134-144. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2934623)

25. SARITUNÇ BERRİN (2014). Göyçay Azerbaycan Ve Safranbolu'da Türkiye Hayatın Geçiş Dönemleri İle İlgili Halk Kültürü Araştırması. Azerbaycanşinaslık "Geçmişi, Bugünü Ve Geleceği" KARS (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2089377)

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:
C1. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar:

1. SAFRANBOLU HALK KÜLTÜRÜ (2020)., SARITUNÇ BERRİN, GAZİ KİTABEVİ, Editör:Beyzanur Öz, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 248, ISBN:978-625-7855-01-3, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5808957)

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:
C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. Karabakh ıs Azerbaıjan: Uluslararası Diplomasi Araştırmaları Kitabı, Bölüm adı:(Türk Basınında Çıkan Dağlık Karabağ İle İlgili Haberlerin Muhteva Analizi) (2021)., yılmaz hakan, SARITUNÇ BERRİN, İKSAD YAYINEVİ, Editör:Yunus Emre Tansü, Semre Çerkezoğlu, Basım sayısı:1, ISBN:978-625-7562-43-0, Türkçe(Araştırma (Tez Hariç) Kitabı), (Yayın No: 7154932)

2. "Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yeni Ufuklar", Bölüm adı:(Çizgi Filmlerin Çocuklar Üzerindeki Olumsuz Etkisinin Şiddet Özelinde İncelenmesi) (2019)., SARITUNÇ BERRİN, Ünsal Asude, Gece Kitaplığı, Editör:Prof. Dr. Sinan SÖNMEZ, Dr. Ertan ÖZÇOBAN , Dr. Dursun BALKAN,Dr. Hüseyin KARAKUŞ, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 34, ISBN:978-605-7749-93-2, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5808194)

3. TÜRKİYE VİZYONU MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR, Bölüm adı:(Uluslararası Öğrencilerin Gözüyle Yaşayan Balkan Halk Kültüründen Bazı Örnekler) (2019)., SARITUNÇ BERRİN, Ünsal Asude, EKİN YAYINEVİ, Editör:Bülent KIRMIZI, Doç Dr. /Assoc.Prof.Dr.Bahar İŞİGÜZEL, Doç Dr. /Assoc.Prof.Dr, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 35, ISBN:9786053278702, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5808721)

4. Sosyal Bilimlerde Güncel Akademik Yaklaşımlar, Bölüm adı:(Karagözün Siyasi Niteliği Ve Günümüzdeki Durumu Üzerine Bir Tespit Çalışması) (2018)., SARITUNÇ BERRİN, Babalar Serap, Gece Kitaplığı, Editör:Sevilay Özer, Selçuk Özkan, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 22, ISBN:978-605-288-224-5, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4665518)

5. SOCİAL SCİENCES AND HUMANİTİES: A GLOBAL PERSPECTİVE, Bölüm adı:(Yükseköğretimdeki Dil Ve Kültür Derslerinin Güncel Sorunlar Karşısında Yeri Ve Önemi) (2016)., SARITUNÇ BERRİN, ŞANVER MEHMET, MEMEDOVA METANET, QASİMOVA, Sevinç, DETAY YAYINCILIK, Editör:Cem Can, Abdurrahman Kilimci, Basım sayısı:1, ISBN:9786059440226, Türkçe(Araştırma (Tez Hariç) Kitabı), (Yayın No: 6928739)

D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

1. AKKUŞ TURGAY,KUMAŞ NURSAL,SARITUNÇ BERRİN Erken Cumhuriyet Döneminde Yoksullukla Mücadele Kapsamında Halkevleri Sosyal Yardım Şubelerinin Rolü. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(1) (Kontrol No: 5839305)

2. AKKUŞ TURGAY,KUMAŞ NURSAL,SARITUNÇ BERRİN (2020). The Role Of Socıal Assıstance Branches Of Publıc Houses In The Scope Of Combatıng Poverty In The Early Republıc Perıod. International Journal of Social Inquiry, 13(1), 61-86., Doi: 10.37093/ijsi.746411 (Kontrol No: 6274961)

3. SARITUNÇ BERRİN, Babalar Serap (2019). Tarihsel Süreçte Kadına Şiddet. Düşünce Dünyasında Türkiz, 293-315. (Kontrol No: 6175164)

E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

1. SARITUNÇ BERRİN (2016). Safranbolu Halk Kültürü
. Kent Kültürü Ve Kentlilik Bilinci Sempozyumu-BURSA (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2935004)

Editörlük

1. AKADEMİK TARİH VE DÜŞÜNCE DERGİSİ (Alan endeksleri), Dergi, Editör, AKADEMİK TARİH VE DÜŞÜNCE DERGİSİ, 01.02.2021
2. SÖZÜ YAZIYA KATIK ETMEK-PROF.DR. ALİ YAKICI (Diğer endeksler), Kitap, Editör, YARGI YAYINEVİ, 01.01.2021

Üniversite Dışı Deneyim

2021-2021	**MENTÖRLÜK**	BEBKA, BEBKA Mentörlük , (Sivil Toplum Kuruluşu)
2002-2006	**okutman**	balıkesir üniversitesi, , (Diğer)
1999-2002	**öğretmen**	Karacabey Anadolu Lisesi , , (Diğer)

Sertifika

402462 "Akademik Yazımda Metodolojik Sorunlar ve Çözüm Önerileri", "Akademik Yazımda Metodolojik Sorunlar ve Çözüm Önerileri", konya necmettin erbakan üniversitesi, Sertifika, 29.12.2020 -29.12.2020 (Ulusal)

Kurs

372469 EĞİTİM BİLİMLERİ ATÖLYESİ, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi-EĞİTİM DİSİPLİNLERİ , ANKARA , Kurs, 01.01.2021 -01.03.2021 (Ulusal)

372467 BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ATÖLYESİ, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi- BİLİMSEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, ANKARA, Kurs, 01.01.2021 -01.03.2021 (Ulusal)

372468 İLETİŞİM ATÖLYESİ, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi- İLETİŞİM BİLİMİNE GİRİŞ , ANKARA , Kurs, 01.01.2021 -01.03.2021 (Ulusal)

372484 TÜBİTAK 2237/B PROJE EĞİTİMİ ETKİNLİKLERİNİ DESTEKLEME PROGRAMI, TÜBİTAK 2237/B PROJE EĞİTİMİ ETKİNLİKLERİNİ DESTEKLEME PROGRAMI AKADEMİK DÜZEYDE BİLİMSEL ARAŞTIRMA PROJESİ HAZIRLAMA EĞİTİMİ, TRABZON KTÜ, Kurs, 21.09.2018 -23.09.2018 (Ulusal)

372448 MONTESSORİ EĞİTİMİ, Alternatif Okullar-Montessori Eğitimi, Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi Yaşam Boyu Eğitim Sertifikası, Kurs, 07.06.2014 -08.06.2014 (Ulusal)

372449 BİLGİSAYAR İŞLETMENLİĞİ, BANDIRMA İİBF BİLGİSAYAR İŞLETMENLİK KURSU, BANDIRMA, Kurs, 01.09.2003 -01.12.2003 (Ulusal)

Çalışma

372460 KADINA ŞİDDETE TARİHE BAKIŞ, TÜRKÜN DERGİSİ ÖZEL SAYISI, ANKARA, Çalışma, 19.10.2019 - 20.10.2019 (Ulusal)

411070 Bursa'da Su Kültü Ve Hamamlar, Bursa'da Su Kültü Ve Hamamlar, Bursa, Çalışma, 08.05.2019 - 10.04.2019 (Ulusal)

372492 MEHMETÇİĞE VEFA, BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN KİTAP ANALİZ SUNUMLARININ SERGİSİ, BURSA, Çalışma, 22.05.2018 -25.05.2018 (Ulusal)

372503 DÜNYANIN TARİHİ KENTLERİ BULUŞUYOR, DÜNYA TARİHİ KENTLER BİRLİĞİ, BURSA, Çalışma, 20.05.2018 -21.05.2018 (Uluslararası)

372474 ERASMUS EĞİTİM HAREKETLİLİĞİ, Makedonya Uluslararası Balkan Üniversitesi Erasmus Eğitim Alma Hareketliliği, ÜSKÜP MAKEDONYA, Çalışma, 01.05.2018 -06.05.2018 (Uluslararası)

372483 BALKANLAR BÖLGE SORUMLUSU, BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ TUDAM BALKANLAR BÖLGE SORUNMLUSU- DR. ÖĞRETİM ÜYESİ MEHMET ŞANVER İLE, BURSA, Çalışma, 01.01.2016 -01.01.2017 (Ulusal)

372470 EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ DOKTORA ÖZEL ÖĞRENCİ, Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Özel Öğrenci, BURSA, Çalışma, 01.09.2016 -01.01.2017 (Ulusal)

372505 İslam ve Sanat Sempozyumu, İslami İlimler Araştırma Vakfı (ISAV) VE AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ İLAHİYAT FAKÜLTESİNİN BİRLİKTE DÜZENLEMİŞ OLDUĞU İSLAM SANATLARI SEMPOZYUMU, ANTALYA, Çalışma, 07.11.2014 -09.11.2014 (Ulusal)

372498 1.MANEVİYAT PSİKOLOJİSİ SEMPOZYUMU, Erciyes Üniversitesi 1.Maneviyat Psikolojisi Sempozyumu-KAYSERİ, KAYSERİ, Çalışma, 13.05.2014 -15.05.2014 (Ulusal)

Çalıştay

372477 ULUSLARARASI HZ. PEYGAMBER VE GENÇLİK SORUNLARI ÇALIŞTAYI, Balıkesir Üniversitesi Uluslararası Hz. Peygamber Ve Gençlik Sorunları Çalıştayı, AYVALIK BALIKESİR, Çalıştay, 05.10.2019 -06.10.2019 (Uluslararası)

Deneme

372450 BURSADA SU KÜLTÜ, BURSA GÜNLÜĞÜ, BURSA, Deneme, 01.10.2019 -01.11.2019 (Ulusal)

372490 SAFRANBOLUDA KADINLARIN YAŞANTISININ MİMARİYE VE HALK KÜLTÜRÜNE YANSIMASI, BURSA KENT KONSEYİ -POSTER SUNUM VE KİTAP BÖLÜMÜ, BURSA, Deneme, 26.05.2016 -27.05.2016 (Ulusal)

Seminer

372485 WEB OF SCİENCE EĞİTİMİ, WEB OF SCİENCE KULLANIMI , BURSA ONLİNE, Seminer, 20.04.2020 - 20.04.2020 (Ulusal)

Konuşmalarım

372494 DİN-BİLİM İLİŞKİSİ TEFSİR SEMPOZYUMU, ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ DİN BİLİM İLİŞKİSİ , ERZURUM , Konuşmalarım, 24.10.2018 -26.10.2018 (Ulusal)

372501 3. ULUSLARARASI DOĞUNUN BATISI BATININ DOĞUSU SEMPOZYUMU, 3. ULUSLARARASI DOĞUNUN BATISI BATININ DOĞUSU SEMPOZYUMU , OHRİD MAKEDONYA, Konuşmalarım, 26.06.2018 - 28.06.2018 (Uluslararası)

372499 ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER SEMPOZYUMU, DİN KÜLTÜRÜ EDİNİMİNDE BRENTWOOD SCHOOL İNGİLTERE GÖZLEMLERİ-
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAD ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER SEMPOZYUMU , ALANYA, Konuşmalarım, 03.05.2018 -04.05.2018 (Uluslararası)

372481 III. ULUSLARARASI DEĞERLER EĞİTİMİ KONGRESİ, TOPLUMSAL BÜTÜNLEŞMEDE DEĞERLER VE EĞİTİMİN ROLÜ BÜLENT ECEVİT ÜNİVERSİTESİ III. ULUSLARARASI DEĞERLER EĞİTİMİ KONGRESİ , ZONGULDAK , Konuşmalarım, 05.04.2018 -06.04.2018 (Uluslararası)

372506 Hacettepe Üniversitesi'ne Uluslararası Sosyal Hizmet Kongresi, Yükseköğretime Başlayan Gençlerin Ders Etkinlikleri Yoluyla Sosyal Uyumunun
Sağlanması-Hacettepe Üniversitesi'ne Uluslararası Sosyal Hizmet Kongresi- , ANKARA, Konuşmalarım, 29.05.2017 -31.05.2017 (Uluslararası)

372507 IV. AVRASYA SOSYAL BİLİMLER FORUMU, TARİHTEN GÜNÜMÜZE İPEK YOLU ALGISI: YAKLAŞIMLAR VE YENİ ARAYIŞLAR , BİŞKEK KIRGIZİSTAN, Konuşmalarım, 21.04.2016 -22.04.2016 (Uluslararası)

372493 Türk Dünyası Kültür Başkentleri Sempozyumu, Nevşehir Türk Dünyası Kültür Başkentleri Sempozyumu, NEVŞEHİR, Konuşmalarım, 05.11.2015 -07.11.2015 (Ulusal)

372497 TÜRK KÜLTÜRÜ ARAŞTIRMALARI SEMPOZYUMU, Saraybosna Üniversitesi Türkoloji Kürsüsü Türk Kültürü Araştırmaları Sempozyumu, SARAYBOSNA, Konuşmalarım, 04.09.2015 -05.09.2015 (Uluslararası)

372496 23. ULUSAL EĞİTİM BİLİMLERİ KURULTAYI, EĞİTİM BİLİMLERİ KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ, İZMİT, Konuşmalarım, 04.09.2014 -06.09.2014 (Ulusal)