

**SOSYAL MEDYANIN 12.SINIF
ÖĞRENCİLERİNİN DİNÎ BİLGİLERİ
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**

Fatma Dolunay ÖZTÜRK

(Yüksek Lisans Tezi)

Eskişehir, 2021

**SOSYAL MEDYANIN 12.SINIF ÖĞRENCİLERİNİN
DİNÎ BİLGİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**

Fatma Dolunay ÖZTÜRK

T.C.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı

Din Eğitimi Bilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir, 2021

T.C.

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Fatma Dolunay ÖZTÜRK tarafından hazırlanan Sosyal Medyanın 12. Sınıf Öğrencilerinin Dinî Bilgileri Üzerindeki Etkileri başlıklı bu çalışma 24/06/2021 tarihinde Eskişehir Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı/ Din Eğitimi Bilim Dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan / Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Aybıçe TOSUN SÜVÜT

Üye

Dr. Öğr. Üyesi İshak TEKİN

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YEMENİCİ

ONAY

Enstitü Müdürü

..../..../.....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu, çalışmanın hazırlık, veri toplama analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Fatma Dolunay ÖZTÜRK

ÖZET

SOSYAL MEDYANIN 12.SINIF ÖĞRENCİLERİNİN DİNÎ BİLGİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

ÖZTÜRK, Fatma Dolunay

Yüksek Lisans-2021

Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Aybiçe TOSUN SÜVÜT

Bu çalışmada, günümüz etkileşim ve iletişim alanlarından en yaygını olan sosyal medyanın kullanımı ve sosyal medyanın belirtilen lise öğrencilerinin dinî bilgi ve algılarına olumlu veya olumsuz etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Sosyal medyanın toplumlara olumlu veya olumsuz etkileri yadsınamaz bir gerçektir. Geniş bir kapsama sahip olan sosyal medyanın etkilediği alanlardan biri de dindir. Günümüzde insanlara din eğitimi sağlayabilmek her ne kadar imkân bazında kolaylaşmış olsa da zor ve karmaşık bir hale gelmiştir. En önemli neden olarak dini bilgiyle karşılaşılan kaynakların çoğalışı gösterilebilir.

Bu çalışmada sosyal medya kaynaklı dinî öğretilerin 12. sınıf öğrencilerinin dinî algılarına olumlu/olumsuz yansıması ele alınacaktır. Dini anlamlandırmaların çeşitliliği sebebiyle araştırmanın problemi ele alınırken araştırmaya katılan katılımcı sayısı artırılmaya çalışılmış ve daha genel bir sonuca ulaşmak hedeflenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Eskişehir ili Tepebaşı ilçesi Özel Atayurt Anadolu/ Fen Lisesinde öğrenim görmekte olan öğrenciler olmaktadır. Çalışma grubu Eskişehir ili, Tepebaşı ilçesi Özel Atayurt Okullarında öğrenim gören, ölçüt örneklem yöntemiyle seçilmiş 12. sınıf olan 25 öğrenciden olmaktadır. Bu çalışma nitel araştırma yöntemi esas alınarak hazırlanmıştır. Araştırmanın deseni ise durum çalışmasıdır. Bu araştırmanın durum çalışması deseninde gerçekleştirilmesinin tercih edilmesini yöntemin özelliklerinin uygun olmasından kaynaklıdır. Araştırma sürecinde bilgi toplanırken araştırmanın verileri araştırmacı tarafından hazırlanmış olan yarı yapılandırılmış görüşme soruları

ve odak grup görüşmeleri aracılığı ile elde edilmiştir. Özetle, bu çalışma sosyal medyanın din algısına etkilerini analiz etmeye çalışmak ve farklı bakış açılarını ortaya koymak için yapılmıştır.

Yapılan bu çalışmanın sonucunda öğrencilerin sosyal medyada karşılaştıkları dinî bilgi veya paylaşımlar sebebiyle olumlu algıların da ortaya çıkması bilgisi ile birlikte çoğunlukla olumsuz bir algıya yöneldikleri bilgisine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Kullanımı, Din, Dinî Bilgi.

ABSTRACT

In this study, it is aimed to examine the use of social media, which is the most common field of interaction and communication, and the positive or negative effects of social media on the religious knowledge and perceptions of high school students. It is an undeniable fact that social media has positive or negative effects on societies. One of the areas affected by social media, which has a wide range of scope, is religion. Although providing religious education to people today has become easier on the basis of opportunities, it has become difficult and complex. The most important reason can be shown as the increase in the sources encountered with religious knowledge.

In this study, the positive/negative reflection of social media-based religious teachings on the religious perceptions of 12th grade students will be discussed. While dealing with the problem of the research due to the diversity of religious interpretations, the number of participants participating in the research was tried to be increased and it was aimed to reach a more general result. The study group of the research consists of students studying at Private Atayurt Anatolian / Science High School in Tepebaşı district of Eskişehir in the 2020-2021 academic year. The study group consists of 25 12th grade students studying at Private Atayurt Schools in the Tepebaşı district of Eskişehir and selected by criterion sampling method. This study was prepared on the basis of qualitative research method. The design of the research is case study. The fact that this research was preferred to be carried out in a case study pattern is because the features of the method are appropriate. While collecting information during the research process, the data of the research were obtained through semi-structured interview questions and focus group interviews prepared by the researcher. In summary, this study was conducted to try to analyze the effects of social media on the perception of religion and to reveal different perspectives.

As a result of this study, it was found out that the students mostly tended to a negative perception with the knowledge that positive perceptions also emerged due to the religious information or shares they encountered in the social media.

Keywords: Social media, Use of Social Media, Religion, Religious Knowledge.

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, din eğitimi etkileyen bir alan haline gelen sosyal medyanın gençlerin din algılarını ne yönde etkilediği ve bu etkilere sebep olan içeriklerin keşfedilmesi hedeflenmiştir. “Sosyal Medyanın 12. Sınıf Öğrencilerinin Dinî Bilgileri Üzerindeki Etkileri”ni şekillendiren dinî içerikler ele alınmış ve bir alan araştırması ile incelenmiştir. Araştırma konusunun olumlu ve olumsuz yönleriyle ele alınması ve sosyal medyanın 12. sınıf öğrencilerinin din algıları üzerindeki etkisinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Din eğitimi alanında sosyal medya sebebiyle mevcut olan problemlere, araştırma konusu ile ilişkili olarak ışık tutup katkı sağlamak amacı ile bu çalışma ortaya çıkarılmıştır.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında büyük katkıları olan, tüm araştırma süresince bilgi ve deneyimleriyle bana sürekli yol gösteren, destekleyen, ufkumu genişleten, kıymetli danışman hocam Dr. Öğretim Üyesi Aybiçe Tosun Süvüt’e çok teşekkür ederim.

Çalışmamın zor zamanlarında benden desteğini esirgemeyen ve her zaman yanımda olan aileme ve sevdiklerime teşekkür ederim. Çocukluğumdan itibaren bana kitap okuma ve yeni şeyler öğrenebilme sevgisini aşıl原因an, her zaman donanımlı insan olun diyen ve ilk öğretmenim olan sevgili annem, her şey için çok teşekkür ederim. Bu çalışma sana verebileceğim en güzel armağandır.

Çalışmamı destekleyerek her türlü imkanı sağlayan Özel Atayurt Okulları yöneticilerine, araştırmada yer almayı kabul eden 12. sınıf öğrencilerine katkılarından dolayı teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ	vii
TABLolar LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
EKLER LİSTESİ	xiv
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN TANIMI, TARİHÇESİ VE ÖZELLİKLERİ

1.1. SOSYAL MEDYA	15
1.1.1. Sosyal Medyanın Tanımı	15
1.1.2. Sosyal Medyanın Tarihçesi	16
1.1.3. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları	18
1.1.4. Sosyal Medya Araç ve Ortamları	19
1.1.4.1. Facebook	20
1.1.4.2. Instagram	20
1.1.4.3. Twitter	21
1.1.4.4. Youtube.....	22
1.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	23

2. BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ

2.1. SOSYAL MEDYANIN ETKİ ETTİĞİ ALANLAR	31
--	----

2.1.1. Sosyal Medyanın Bireysel ve Toplumsal Etkisi	31
2.1.2. Sosyal Medya ve Ahlak.....	36
2.1.3. Sosyal Medya ve Değerler	38
2.2. İNTERNET VE DİN	39
2.2.1. İnternette İnanç ve Dinî Özgürlük	39
2.2.2. İnternetin Din Üzerindeki Etkisi.....	40
2.2.2.1. Dinî Algıyı Olumlu ve Olumsuz Yönde Etkileyen Bir Unsur Olarak İnternet	42

3. BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİYLE YAPILAN GÖRÜŞMELERDEN ELDE EDİLEN BULGULAR.....	44
3.2. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE KULLANIM ALANLARINA İLİŞKİN BULGULAR.....	45
3.3. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI BİLGİNİN GÜVENİLİRLİĞİNE DAİR BULGULAR	50
3.3.1. Bilginin Geçerliği	50
3.3.2. Bilginin Doğruluğu-Yanlılığı.....	53
3.3.3. Bilginin Kaynağı.....	54
3.4. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNİ İÇERİKLE İLGİLİ BULGULAR	58
3.4.1. Müslümanlarla İlgili Görüşler.....	59
3.4.2. Evrensel Yaklaşımlar.....	60
3.4.3. Sosyal Ağlar ve Sosyal Medyadaki Dinî Paylaşımlar	60

3.4.4. Felsefi Görüşler.....	63
3.4.5. Özel Hayatta Din	64
3.4.6. Din Üzerinden Yapılan Yorumlar	66
3.5. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNİ İÇERİĞİN NİTELİĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR.....	68
3.5.1. Ötekileştirici.....	68
3.5.2. Genelleyici	71
3.5.3. Çelişkili	72
3.5.4. Yanlış Yönlendirici.....	73
3.5.5. Anlamsız.....	75
3.5.6. Yüceltici	76
3.6. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNİ İÇERİĞİN BİREYSEL ETKİLERİ İLE İLGİLİ BULGULAR.....	76
3.6.1. Olumlu Etki.....	77
3.6.1.1. Doğru- Yanlış Ayırt Etme	77
3.6.1.2. Eleştirel Düşünceye Yönelme	78
3.6.1.3. Manevi Açıdan Destekleyici	81
3.6.2. Olumsuz Etki	83
3.6.2.1. Bilişsel Açıdan Değişim	83
3.6.2.2. Duygusal Açıdan Değişim.....	86
3.7. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNİ İÇERİĞİN TOPLUMSAL ETKİLERİ İLE İLGİLİ BULGULAR.....	88
3.7.1 Olumlu Etki.....	89

3.7.1.1. Toplumsal Değerler ile Dinî Emirlerin Ayrımını Yapabilme	89
3.7.1.2. Bilgi Paylaşımı	90
3.7.1.3. Dayanışma	91
3.7.1.4. Farklı Görüşlere Karşı İlimli Tutum Geliştirme	92
3.7.2. Olumsuz Etki	94
3.7.2.1. Yanlış Bilgi Edinme	94
3.7.2.2. Negatif Duygu ve Tutumlara Yönlendirme	96
3.7.2.3. Doğru Bilgiyi Sorgulamama	102
3.7.2.4. Olumsuz/Düşük Yaşam Koşulları	103
3.7.2.5. Bilgi Karmaşası	107
3.7.2.6. Sosyal Medyanın Yönlendiriciliği	107
3.8. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNİ İÇERİĞİN DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİNE YANSIMASINA İLİŞKİN BULGULAR	111
SONUÇ	115
ÖNERİLER	118
KAYNAKÇA	120
EKLER	131

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcıların Özellikleri	9
Tablo 2: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Durumları	9
Tablo 3: Sosyal Medyanın Özellikleri	15
Tablo 4: İçerik Analizi Sonucu Elde Edilen Temalar	44
Tablo 5: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Durumları	45
Tablo 6: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Medya Platformları ..	46
Tablo 7: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya’da Günlük Geçirdikleri Zaman.....	47
Tablo 8: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları	48
Tablo 9: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyaya Duydukları Güveni Etkileyen Faktörler	50
Tablo 10: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Dini İçerikler.	58
Tablo 11: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Dini İçeriğin Niteliği	68
Tablo 12: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Paylaşımların Bireysel Etkisi.....	76
Tablo 13: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Paylaşımların Toplumsal Etkisi.....	89

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Dünya Genelinde En Çok Kullanıcıya Sahip Olan Sosyal Mecralar.....	19
Şekil 2: Facebook Erişim Sıralaması.....	20
Şekil 3: Instagram Erişim Sıralaması	21
Şekil 4: Twitter Erişim Sıralaması.....	22
Şekil 5: Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	23

EKLER LİSTESİ

Ek 1: Etik Kurulu İzni	131
Ek 2: İzin Belgeleri	134
Ek 3: Veli Onay Mektubu ve Gönüllü Katılım Formu	136

GİRİŞ

Günümüzde sosyal medya ve sosyal ağların modern dünyada giderek yaygınlaşması ile birlikte bu alanda yapılan din eğitimi çalışmalarına duyulan ihtiyaç da artmaktadır. Öğrenciler sosyal medyada gördükleri dinî bilgileri derse yansıtılabilmekte ve derse karşı geliştirdikleri duygu, düşünce ve davranışları da bu doğrultuda şekillenebilmektedir. Bu tez alanda duyulan ihtiyaç ile birlikte din eğitimine katkı sağlamak için yazılmıştır.

Bu bölümde problem durumu, problem cümlesi, araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, deseni, katılımcılar, verilerin toplanması, çözümlenmesi, çalışma grubu, analiz teknikleri, sınırlılıklar ve tanımlara yer verilmiştir.

1.Araştırmanın Problemi

İletişim araçlarının sistematik bir şekilde analiz edilmesi, toplumun sosyal, ekonomik ve siyasal yapılanmasının çözümlenmesiyle doğrudan ilişkilidir (Mora, 2008). Bu anlamda “Dört Basın Teorisi” çalışmasıyla meşhur olan ve birçok medya kuramına ilham veren (Işık, 2002) Siabert, Peterson ve Schramm’a göre medya kuramları konusunda Liberal Özgürlükçü, Otoriter, Sosyal Sorumluluk ve Sovyet Totaliter kuramları şeklinde dört ana başlıkla ele alınabilir (Vural S. , 1994). Bu çalışmaya ve Türkiye gerçeğine en uygun kuram olarak Sosyal Sorumluluk Kuramı düşünülebilir. Çünkü medyada yaşanan tartışmalar bu kuram ve Liberal Özgürlükçü Kuram arasında gidip gelmektedir. Ancak ülkemizde RTÜK adı altında bir kurumun olması yerleşik medya kuramının, Sosyal Sorumluluk Kuramı’na daha yatkın olduğunu düşündürmektedir. Şöyle ki Sosyal Sorumluluk Medya Kuramı, liberal anlayışın sosyal, siyasi, felsefi ve ekonomik sac ayakları üzerine kurulan Liberal Özgürlükçü Kuram’a alternatif olarak üretilmiştir.

İlkesel olarak liberal kuramın tam zıttı olmayan sosyal sorumluluk medya kuramı, liberal özgürlükçü kuramdan kaynaklanan pratik kaosa çözüm üretme amacına sahiptir. Bu kuramda, liberal kuramda olduğu gibi basın özgürlüğü düşüncesi aynen korunmuştur. Kuramı liberal özgürlükçü kuramdan ayıran en önemli özellik, kamusal sorumluluk ve kamunun bilgi edinme hakkının olmasıdır. Sosyal Sorumluluk Kuramı’nın ortaya çıkışının bir başka nedeni de ekonomik güce sahip olanların bu güçlerini kendi ekonomik ve siyasi çıkarları için kullanmalarındır (Erciyes, 2001). Sosyal Sorumluluk Kuramı, birey ve kurumları dile getirdikleri

bütün düşüncelerden dolayı sorumlu tutmayı amaç edinen bir kuramdır. Bireyler, ifade özgürlüğünü gerekçe göstererek her düşündüklerini ifade edememektedirler. Kuram bunu dile getirirken, toplumda yararlı ve doğru bilginin dolaşmasını amaçlamıştır. Ancak kitle iletişiminin yoğun bir şekilde artmış olması, bilginin üretimi, bilgiye ulaşım ve bilginin dağıtımını noktasında denetleme mekanizmalarının eksikliği nedeniyle etkin tek bir çözüm önerisine sahip değildir. Kurama göre, Sosyal Sorumluluk Medya Kuramı, karşılaşılabilecek problemleri çözmek için birbirinden farklı ya da benzer niteliklere sahip üç yapısal öneri sunmaktadır. Bunlar yayıncılık alanının düzenlenmesi, denetlenmesi ile ilgili uygulamaları yöneten kuruluşlar, özdenetim kuruluşları ve devlet denetimi şeklinde kategorize edilmiştir (Kaya, 2009).

Liberal Özgürlükçü Kuramı'nı, Sosyal Sorumluluk Medya Kuramı'ndan ayıran kurama göre medya kâr elde edebilmelidir. Çünkü medya bir işletmedir. Bu işletmenin manifestosu da eğiten, bilgilendiren, haberdar eden, eğlendiren ve kitleyi devlet hesabına kontrol etmekte ve bu konuda devlet otoritesini reddetmektedir. Çünkü yayıncılık bir izne tabi olamaz, baskı veya herhangi bir kısıtlamaya tabi tutulamaz, ülkenin güvenliğini sarsacak yayınların dışında kalan bütün yayınlara bu kurama göre izin verilmelidir (Vural S. , 1994).

Kitle iletişim araçları ve sosyal medya hayatımızın her alanını sarmalamış durumda olup her geçen gün medyanın farklı bir yüzüyle karşılaşmaktayız. Sosyal medya, internet zemini üzerine kurulan ve kullanıcı tarafından içerik oluşturmaya ve değiştirmeye olanak sunan internet temelli uygulamalar grubu olarak tanımlanır. Sosyal medya, günümüzde kurum ve kuruluşları çok kısa bir sürede sanal ortamda tanınır hale getiren yirmi birinci yüzyılın en önemli medya alanıdır. Geleneksel medyadan ziyade karşılıklı etkileşim ve iletişim ön plandadır (Oyman, 2016). Medyanın bireylerin hayatını her geçen gün farklı biçimlerde etkilemesi ve değiştirmesinin yanında, bireylerin algı ve tasavvurlarını değiştirme işlevleri de söz konusudur. Başka bir deyişle medya, bireyin gündelik hayatındaki algılarını belirler. Bireyin öznel gerçekliğinin devamlılığını sağlayıp düzenler. Bireyin öznel gerçekliğinin yeniden üretilmesinde ve hayatın hızlı değişiminde işlevsel bir rol oynar (Arslan, 2016). Dinin de sosyal medyada olduğu göz önünde bulundurulduğunda medyanın bireylerin dinî algılarına, değerlerine ve din eğitimine etki etmekte olduğu görülebilir.

Günümüz teknoloji çağında sosyal medyanın hızlı gelişimi, güncellenebilirliği ve bireylerin kolay erişebilirliği sayesinde ideal bir iletişim aracı olarak popüler hale gelmiştir. İnsanlar sosyal ağları sadece fikir paylaşımı ve fotoğraf, video paylaşımı için kullanmamaktadır. Pek çok olanak sağlayabilen bir ortam olan sosyal medya, öğrenme ve öğretim deneyimlerini zenginleştirmek için etkili şekilde kullanılmaktadır (Öztürk & Talas, 2015). İnsanların iş birliği ve eğitimi üzerine odaklanan teknolojilerin sayısı artmakta ve hızla geliştirilmektedir. Eğitimde yeni koşulların geçerli olduğu yeni dönemin önemli materyalleri arasında yerini almayı başaran sosyal medya hızla eğitime entegre edilmektedir (Öztürk & Talas, 2015). Bu bakımdan da gençlerin eğitiminde sosyal medyanın rolü önemli bir yer tutmaktadır.

Sosyal medya algısı, sosyal medyanın etkisi ve sosyal medyanın kullanım şekli, din eğitimi alanında iki ana yaklaşım şeklinde tartışılan bir alan meydana getirmiştir. Bunların en yaygın tartışma alanı informal eğitimidir. İnfomal eğitim içerik ve yapısı itibariyle her zaman olmasa da sorgulanan bir eğitim içeriğine sahiptir. Bunun arka planında yatan gerçek ise kitle iletişim araçları sayesinde yaşanan anlam genişlemesidir. İnfomal eğitimin ardından ikinci sırada yer alan tartışma alanı sosyal medya ortamları ve onların eğitimle ilgili süreçte kullanılabilirliğidir.

Okulun 18. yüzyılın sonlarında devletleşen bir kurum olması kitap kavramının ve kitaba bağlı olarak okul kurumunun etkinliğini de arttırmıştır. 18. yüzyılın ardından önce işitsel ve görsel iletişime imkân sağlayan kitle iletişim vasıtalarının yaygınlaşması, eğitim-öğretim süreçlerini öncesinden farklı materyalleri tanıtmış bu tanıtlar ise çağımız dijital teknolojilerinin sunduğu yeni olanaklarla söz konusu materyallere yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu yeni boyut öğrenciler için görsel ve işitsel materyalleri günümüz eğitim ve öğretim sürecinin ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Yaşanan bu değişim eğitim araçlarının ve materyallerinin dönüşümünün öğrencilerin düşünüş ve algılayış biçimlerinin de dönüşüme uğrattığı şeklindedir. Buradan da anlaşılmaktadır ki iletişim araçlarının bireysel ve sosyal hayatta edindikleri merkezi konum bu araçların eğitimde kullanımını kaçınılmaz hâle getirmiştir (Furat, 2019).

Yukarıda dile getirilen mevcut bu değişim bizlere göstermektedir ki günümüzde din eğitimi tartışılması gereken birçok içeriğiyle birlikte çok boyutlu bir

hâl almıştır. Bu, din eğitimine yeni bir sorgulama alanının eklendiğinin de bir göstergesidir. Çünkü günümüzde, hatta gündelik yaşantımızda önemli bir yer işgal etmeye başlayan internet, bizlerin dinî inanç ve düşüncelerini dile getirdiği sıradan alanlardan birisi olmuştur. Dindar insanlar kutsal olduğuna inandıkları gün, hafta, ay gibi zaman dilimlerinde birbirlerine sosyal medya aracılığıyla tebrikte bulunuyor, mail gönderiyor, çoğu zaman ihtiyaç duyduklarında dinî içerikli sayfaları ziyaret ediyor, dinî forumlara katılarak düşüncelerini seslendirmekle kalmayıp birbirleriyle dinî bilgi alışverişinde de bulunabiliyorlar.

İnternet kullanımının faydaları kadar zararlı yönlerinin de yaygınlaşması, resmî kurum ve kuruluşların yer aldığı sosyal ağlar dışında internette sunulan dinî bilgi ve hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından bilgi güvenilirliği ve bilgi kirliliği konusunu gündeme getirmiştir. Bireyin zihinsel ve dinî bilgi anlamında zararlı tutumlar ve davranışlardan korunamaması, dinin farklı tanıtılması, bu zararlı dinî bilgi ve uygulamaların geniş kitlelere ulaştırılmasında internet olanaklarının yüz yüze, sesli, görsel ve sanal iletişim şekillerinde kullanılmasıyla yaygınlık kazanmaktadır.

İnternet sadece toplumsal yapıdaki algı biçimlerini değiştirici özelliğe sahip değildir aynı zamanda toplumsal yapıdaki etkileşimin oranını arttırmakta ve hızlandırmaktadır. İnternetin dini içerikli kullanımı onun din eğitimi açısından da ele alınmasını zorunlu bir hâle getirmiştir. Çünkü internet gerek öğrencilere gerekse de dinî topluluk ve gruplara uygun teknolojiyi kullandıkları zaman hem kendilerini sunma hem de kendileri dışındakilere ulaşabilme fırsatı tanıyıp aynı zamanda dinî mesajlar ya da dinî merak konuları ile ilgili açıklamalar/sorular banttan ya da canlı yayımlanarak veya e-posta, formlar, bloglar ve web üzerinden tartışılarak çeşitli görüş alışverişlerinde bulunulabilmektedir (Bunt & R., 2007).

Sosyal medya ve din alanında genel olarak gençlerin mahremiyet algıları, cinsel alan belirlemeleri, yaratıcı ile gerçekleştirdiklerini düşündükleri ilişki biçimleri, sosyal medyada ilahiyat uzmanlarının da bulunması gerekliliği vb. konulara dair çeşitli çalışmalar incelenmiştir. İncelenen çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda, yukarıda dile getirilen alanların dışında dinî bilginin yapılandırılmasında sosyal medyanın dinî algıya etkisini ortaya koyan bir çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Bu anlamda araştırmanın temel problemi “Sosyal medyanın 12. sınıf öğrencilerinin dinî bilgi ve algılarının yapılanması üzerinde

olumlu veya olumsuz etkisi var mıdır?’’ şeklinde belirlenmiştir. Söz konusu temel problemin alt problemi olarak ise;

1. Sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkileri nelerdir?
2. Sosyal medya platformları öğrencilerin dinî duygu ve algılarında nasıl etki yaratmaktadır?
3. Sosyal medyadaki dinî bilgi öğrencilerin kendileri ve farklı insanların inançlarına karşı düşünce, duygu ve tutumlarını nasıl etkilemektedir?
4. Sosyal medyadaki dinî bilgilerin din eğitimi çalışmalarında kullanılabilirlikleri nelerdir?

2.Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı sosyal medyanın 12. sınıf öğrencilerinin dinî algıları üzerindeki etkisini tespit etmektir. Ayrıca bu araştırma 12. sınıf öğrencilerinin dinî bilgilerini yapılandırmalarının din eğitimi alanına ne şekilde bir katkı sağladığını tespit etmek ve ülkemizde var olan din öğretimi programında yer almak üzere dinî sosyal medya konusunda uygulama önerisi sunmaktır. Bu amaçlar bağlamında araştırmanın probleminde yer alan sorulara cevaplar aranmıştır.

3.Araştırmanın Önemi

Gerek din içerikli kitaplar gerekse sosyal medyada yayımlanan çeşitli dinî içerikler, din eğitiminden beklentiler ve din eğitime karşı tutumlar açısından tartışma konusu olmaktadır. Bireylerin din eğitimi konusunda kendilerini ve inançlarını daha iyi tanıyabilmelerine imkân sağladığı düşünülen kaynakların varlığı karşılaşılan sorunlar için de bir başlangıç niteliği taşımaktadır. Sosyal medyadaki dinî bilgi; ibadet, ahlak ve felsefî arka plan gibi yönleriyle bilgiye ulaşmayı kolaylaştırıcı bir birikim olarak görülmektedir. Bu anlamdaki her görüş sosyal medyadaki dinî bilgilerin bakış açısı ya da hayat tarzı oluşturduğuna dair sistematik bir bilgi yapılandırma iddiasında bulunmaktadır. Söz konusu bu bakış açısının doğruluğu yapılan bu araştırmayla tespit edilmeye çalışılacaktır.

Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinin öğretim programında eğitim sisteminin temel amacının değerler ve yetkinliklerle bütün bir hâldeki bilgiye, davranışlara ve beceriye sahip olan bireyleri yetiştirmek olduğundan bahsedilir. Öğretim programlarıyla bilgi, davranış ve beceriler kazandırılmaya çalışılır. Değerler ve yetkinliklerin işlevi ise bu üç unsur arasında bütünlük ve bağlantı kurmasıdır.

Değerler toplumun millî ve manevi kaynaklarından elde edilen ve dünden bugüne ulaşmış mirasımızdır. Yetkinlikler mirasımız olan değerlerin hayata ve insanlığa katkı vermesini sağlayan eylemsel bütünlüklerdir. Bu açıdan değerler ve yetkinlikler teori ve pratik bütünlüğündeki ayrılmaz parçalardır. Güncel bir şekilde öğrenme ve öğretme süreçleriyle kazandırılmaya çalışılan davranış, bilgi ve beceriler değerlerin ve yetkinliklerin güncel şartlar içinde görünürlük kazanmasını sağlayan araç ve platformlardır; bundan dolayı devamlı gözden geçirilir, güncellenir ve yenilenir (MEB, 2018).

Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi programın temel felsefesi ve genel amaçları ise; 1739 Sayılı Millî Eğitim Temel Kanunu'nda yer alan "Türk Millî Eğitiminin Genel Amaçları ve Temel İlkeleri"ne uygun olarak belirlenmiştir. Bu ilke kapsamında öğrencilerin; dinî ve ahlâkî kavramları bilmeleri ve bu iki kavram arasındaki ilişkiyi fark etmeleri, ahlâkî, kültürel, milli ve insani değerleri benimseyip içselleştirmeleri, İslam'ın ana kaynaklarını tanımaları, Hz. Muhammed'in dindeki önemini anlamaları, İslam dininin temel esasları arasındaki bağı çözmeleri, dinin; kültür, dil, sanat, örf ve âdetler üzerinde oluşturduğu etkiyi fark etmeleri, Türk-İslam kültürünün oluşumuna katkı sağlayan ve etkisi olan bazı önemli kişileri tanımaları, İslam'daki farklı anlayış ve yorum şekillerini tanımaları, çeşitli dünya dinlerini tanımaları, farklı inançlara, dinlere ve yorumlara saygı göstermeleri, bireyler, toplumlar ve milletlerarası ilişkilerde dinin önemli bir yeri bulunduğunun farkına varmaları amaçlanmıştır (MEB).

Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi derslerinin yukarıda dile getirilen bazı temel noktalara uygun olmadığı ya da söz konusu bu noktaların görmezden geldiği dile getirilebilir. Örneğin bu konuda yapılan bir çalışmada 'din, inanç ve mezheplerarası farklılıklara karşı duyarlı, kapsayıcı ve özgün bir yaklaşım geliştirilmesi gerektiği' dile getirilmiştir (Osmanoğlu, 2015).

Birçok sosyal medya platformu farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Bu amaçlardan birisi de bilgiye ulaşmaktır. Günümüzde bilgiye ulaşmak kolay bir hale gelmiştir. İnternetin ve sosyal medyanın hayatımızın vazgeçilmezi haline geldiği bu dönemde öğrenciler internette her çeşit bilgiyle karşılaşabilmektedir. İnternetin ve buna bağlı olarak sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile ortaya çıkan bilgiler ile ilgili bazı çalışmalar yapılmıştır. Ancak yapılan literatür taramasında sosyal medyanın gençlerin dinî bilgi ve algılarına etkileri konusunda detaylı bir araştırmaya

ulaşılmamıştır. Bu çalışma alandaki boşluğu doldurması açısından önemlidir. Aynı zamanda din eğitimcilerine bir bakış açısı kazandıracığı da düşünülmektedir. Lise öğrencilerine göre sosyal medyanın dinî bilgileri olumlu/olumsuz yönde etkilemesini ortaya çıkarma ve bu etkinin sebep ve sonuçlarını belirtmesi açısından önem arz etmektedir.

4. Araştırmanın Yöntemi

Nitel bir araştırmaya konu olan olgu ve olaylar, ait oldukları bağlamda, kendilerine yüklenen anlamlar bakımından yorumlanır. İnsan; inanç, düşünce, değer ve davranışları içinde biçimlenir. Kültürel ve toplumsal boyutu önemsemeden manevi donanımlara sahip insanı açıklamaya ve anlamaya çalışmak doğru ve uygun bir yaklaşım tarzı değildir. Yorumlamayı ve anlamayı daha kolay hale getiren nitel yöntem, esnek yapısı gereği bir araştırmacıya güçlü analizler yapma imkanı sunmaktadır (Karataş, 2015). Bu çalışma nitel araştırma yöntemi esas alınarak hazırlanmıştır. Nitel araştırmada amaç; görüşme, gözlem ve doküman analizi gibi veri toplama metotlarını kullanarak sosyal olgular hakkında incelemeler yapmak, analiz etmek ve anlamak gibi süreçleri içerir (Yıldırım & Şimşek, 2008).

Sosyal medyadaki dinî bilgilerin, bireyin bilgi ve tutumlarına etkisi ile ilgili öğrenci görüşlerinin ele alınmaya çalışıldığı bu araştırmada 25 öğrenciden oluşan bir grupta çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu 12. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrencilerle yarı-yapılandırılmış sorulardan oluşan odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmeleri yapılırken öğrenciler beşer kişiden oluşacak şekilde araştırma grubuna katılmış ve beş grupta görüşme yapılmıştır. Bu görüşmede öğrencilere dini bilgi edinmede sosyal medya kullanıp kullanmadıkları, kullanıyorlarsa ne kadar vakit harcadıkları, sosyal medyadan edindikleri bilgilerin güvenilirliği gibi konularda sorulan sorular yer almıştır.

Araştırmanın bu bölümü, öğrenci görüşlerinin derinlemesine analizleriyle betimlendiği nitel araştırma yöntemine göre tasarlanmıştır. Özel Atayurt Okulları, MEB'e bağlı özel bir kolejdır. Araştırmada 12. sınıfta öğrenim gören öğrenciler ile görüşmeler yapılmıştır. Öğrenciler arasında bir karşılaştırmaya yer verilmemiştir. Araştırmada öğrencilerin sosyal medyanın dinî bilgi ve algılarına etkileri ile ilgili düşünce, deneyim ve elde ettikleri bilgiler irdelenmiştir. Öğrencilerden her biri kendi bağlamlarında değerlendirilmiş, bu yapılırken doğru- yanlış türünde bir ayırım

gözetilmemiştir. Bunlara ilave olarak, öğrencilerin cevapları arasındaki benzerlik taşıyan yaklaşımlar gruplandırılmaya çalışılmıştır.

4.1. Araştırmanın Deseni

Durum çalışması nitel araştırmalarda oldukça yaygın bir şekilde kullanılan bir yöntemdir. Bu araştırmanın durum çalışması deseninde gerçekleştirilmesinin tercih edilmesini yöntemin özelliklerinin uygun olmasından kaynaklıdır. Durum çalışmasında amaç belirli bir duruma yönelik sonuçlar ortaya çıkarmaktır. Nitel durum çalışmasının en büyük özelliği bir veya birkaç durumun bütüncül bir yaklaşımla derinliğine araştırılmasıdır. Araştırılan duruma ortam, bireyler, süreçler ve olayların nasıl bir etkiye buldukları ve bundan nasıl etkilendiklerine odaklanılır (Glesne, 2012). Uzun süreli çalışmaların yapılabildiği durum çalışmasında birden fazla veri toplama yöntemi kullanılabilir. Bir duruma yönelik elde edilen sonuçların benzer durumların araştırılmasına dair örnekler ve deneyimler oluşturması beklenir (Subaşı & Okumuş, 2017). Durum çalışması deseni araştırmacıya süreç ve sonuçlar hakkında araştırma yapma olanağı verir. Durum çalışması “katılma”, “yansıtma” ve “geliştirme” süreçlerinin üretken bir biçimde kullanılmasına yardım eder. Aynı zamanda araştırılan konunun etkilerinin de ortaya çıkarılmasını sağlar. Durum çalışması deseni, uygulamada ortaya çıkan sorunların anlaşılması ve çözülmesine yönelik olarak uygulayıcının tek başına ya da bir araştırmacı ile birlikte uygulama sürecini çalışmasına yardımcı olduğu için seçilmiştir. Bu desenin kullanılmasının en büyük faydası araştırmacının katılımcı rolü ve aynı zamanda veri toplama aracı olmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2006).

4.2. Çalışma Grubu

Özel Atayurt Okulları 12. Sınıf Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersini almış, 12. sınıfta okuyan 25 öğrenci araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesi ve açıklanmasında kullanılmaktadır. Ölçüt örnekleme, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biridir. (Yıldırım & Şimşek, 2013). Öğrencilerin Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi programını 4. sınıftan itibaren görmeleri, 12. sınıf olmaları ve sosyal medya kullanmaları sebebiyle bu araştırmada katılımcılar ölçüt örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu çerçevede belirlenen öğrencilerle odak grup görüşmesi tekniği uygulanmıştır. Odak grup görüşmesinin amacı; belirli bir konu ile ilgili araştırmaya katılanın ilgi, yaşantı, bakış açısı, deneyim, düşünce, eğilim, algı, tutum

ve duygu ile ilgili alışkanlıklarına yönelik çok boyutlu, detaylı ve derinlemesine nitel bilgi edinmeye çalışmaktır (Çokluk, Yılmaz, & Oğuz, 2011).

Bu araştırmada, temel ölçüt olarak 12. sınıf öğrencileri belirlenmiştir. Bu bağlamda, Özel Atayurt Okullarında okuyan 12. sınıf öğrencilerinden 30 öğrenci ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu öğrencilerden 5'i ile pilot görüşme yapıldığı için araştırmaya dahil edilmemiştir. Öğrencilerin özellikleri aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Özellikleri

Odak Grup	Katılımcıların Öğrenim Durumu	Katılımcı Sayısı	Görüşme Süresi	Görüşme Yapılan Yer
1.	12.Sınıf	5	32:33 dk	Lise binası 2. kat derslik
2.	12.Sınıf	5	34:46 dk	Lise binası 1. kat derslik
3.	12.Sınıf	5	18:10 dk	Lise binası 1. kat derslik
4.	12.Sınıf	5	17:44 dk	Lise binası 2. kat derslik
5.	12.Sınıf	5	41:10 dk	Lise binası 1. kat derslik

Tabloda görüldüğü gibi araştırmaya katılan 25 katılımcının 15'i kız, 10'u erkektir.

Tablo 2: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Durumları

Kod Adı	Cinsiyet	Sosyal Medya Kullanım Durumu	Kullandığı Sosyal Medya Platformları	Sosyal Medyada Geçirdiği Süre
K1	Erkek	Kullanıyor	Instagram Youtube	1 buçuk- 2 saat
K2	Kız	Kullanıyor	Instagram Youtube Twitter	2-3 saat
K3	Erkek	Kullanıyor	Instagram, Twitter Youtube	2-3 saat
K4	Erkek	Kullanıyor	Facebook	2-3 saat

			Instagram Twitter Youtube	
K5	Kız	Kullanıyor	Instagram	2-3 saat
K6	Erkek	Kullanıyor	Reddit Youtube	2 saat
K7	Erkek	Kullanıyor	Youtube Twitter	1-2 saat
K8	Erkek	Kullanıyor	Youtube Insatagram Twitter	1-1 buçuk saat
K9	Erkek	Kullanıyor	Telegram Twitter Facebook Instagram	30 dk- 1 saat
K10	Erkek	Kullanıyor	Instagram Telegram Youtube	30 dk- 1 saat
K11	Kız	Kullanıyor	WhatsApp Youtube	2- 2 buçuk saat
K12	Kız	Kullanıyor	Twitter Youtube	5 saat
K13	Kız	Kullanıyor	WhatsApp Youtube Twitter	3-3 buçuk saat
K14	Kız	Kullanıyor	Instagram	5 saat
K15	Kız	Kullanıyor	Facebook hariç hemen hepsi	3-4 saat
K16	Kız	Kullanıyor	Twitter	3 buçuk-4 saat
K17	Kız	Kullanıyor	TikTok	30 dk
K18	Kız	Kullanıyor	Youtube Instagram	1-1 buçuk saat
K19	Kız	Kullanıyor	Youtube Instagram Twitter	Sadece üç saat youtube
K20	Kız	Kullanıyor	Youtube Instagram Twitter	1-1 buçuk saat
K21	Erkek	Kullanıyor	Instagram Twitter Reddit	1-2 saat
K22	Kız	Kullanıyor	Instagram	2 buçuk saat
K23	Kız	Kullanıyor	Instagram Youtube	6 saat
K24	Kız	Kullanıyor	Twitter	2 saat
K25	Erkek	Kullanıyor	Instagram Youtube	30 dk

4.3.Verilerin Toplanması

Araştırmanın verilerinin toplanmasında odak grup görüşmesi ve yarı-yapılandırılmış sorular kullanılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme yol gösterici bir çerçeveye sahiptir. Bu türden görüşme belgelerinin hazırlanmasında görüşmeci, görüşme sorularını net hatlarla belirlemez. Ancak görüşülenin ilgi ve tutumuna göre yol gösterici sorular derinleştirilebilir ve yeniden sorulabilir. Böyle bir yöntemi kullanmanın pratik faydası görüşmecinin hazırladığı sorulara sadık kalınması ve görüşülenin tutumuna göre konunun farklı yönlerinin ortaya çıkarılmasına olanak sağlanmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2006). Bu çalışmada Özel Atayurt Okulları 12. Sınıf öğrencilerinin sosyal medya ve din ile ilgili görüşlerini almak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen yarı- yapılandırılmış sorular sorulmuştur. Araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için Eskişehir Osmangazi Üniversitesinin etik kurulundan izin alınmıştır (EK.1). Alınan etik kurul izniyle Eskişehir İl Milli Eğitim Müdürlüğünden gerekli izinler alınmıştır (EK.2). Araştırma yapılmadan veli onay ve gönüllü katılım formları araştırmaya katılacak öğrencilere ulaştırılmıştır (EK.3). Araştırmada gerçekleştirilen bütün görüşmeler gönüllülük esasına göre gerçekleştirilmiş ve katılımcıların onayı alınmıştır. Katılımcılardan alınan izinle ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, katılımcıların kendilerini rahat hissedebileceği bir ortamda yapılmış, okulun uygun görülen dersliğinde, belirlenen gün ve saatlerde gerçekleştirilmiştir. Ayrıca görüşmelerin gerçekleştirilmesinde öğrencilerin kendilerini rahat hissetmelerine yardımcı olunmuş ve görüşmeler 18-37 dk. arasında sürmüştür. Araştırma soruları hazırlanırken uzman görüşüne başvurulmuş, sorular doğrudan öğrencilere yöneltilmiştir. Araştırmanın teorik bulguları, araştırmacının araştırılacak konu ile ilgili kayıt ve belgeleri analiz etmesiyle gerçekleştirilen doküman incelemesi yoluyla elde edilmiştir (Kral, 2020).

4.4.Verilerin Çözümlemesi

Görüşmeci tarafından hazırlanan yarı-yapılandırılmış sorulardan elde edilen toplam 25 öğrencinin ses kaydı Word formatında metinleştirilmiştir. Word'de metinleştirilen ses kayıtlarının çözümlemesinde ise içerik analizi tekniklerinden biri olan değerlendirici ve kategorisel analiz teknikleri kullanılmıştır. İçerik analizinde veriler genel olarak; verilerin kodlanması, temaların bulunması, verilerin kodlara ve temalara göre düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde genel başlıklar altında analiz edilmektedir (Bilgin N. , 2006). İçerik analizi teknikleri

ön-analiz, kodlama, çıkarımsama ve kategorilendirme gibi adım adım izlenmesi gereken aşamalar nedeniyle az çok mekanik bir nitelik taşımakla birlikte yaratıcı bir değere sahiptir. İçerik analizi teknikleri bir söylemi anlamada ve yorumlamada öznel etkenlerden kurtulmayı sağlamak amacını taşımaktadır. Okuyucunun bilgisine, sezgisine, tutumlarına, değerlerine ve referans çerçevesine bağlı, kolayca ve otomatik bir şekilde yapılmış yorumuna karşı nesnel okuma ilkeleri getirmektedir. Osgood ve arkadaşları (1945) tarafından geliştirilen değerlendirici analiz ise tutum kavramını temel hareket noktası olarak değerlendirir. Esas itibarıyla bir mesajdaki lehte ve aleyhte tutumları ölçme amacıyla kullanılır ve belli başlı tutum ölçekleri arasında yer alır. Bu yöntemin kuramsal çerçevesi temsili bir dil anlayışına dayanır; insanın, kullandığı dilde yansıdığı ve mesajın analizi sayesinde verici hakkında enformasyonlar edinilebileceği varsayılır. Kategorisel analiz ise, genel olarak, belirli bir mesajın önce birimlere bölünmesini ve ardından bu birimlerin, belirli kriterlere göre kategoriler halinde gruplandırılmasını ifade eder. Kategorilendirme, mesajların kodlanmasını yani anlamlarının işlenmesini gerektirir (Bilgin N. , 2006). Kodlama sürecinde, kodlama türlerinden biri olan ve gündelik dilde “faydacı kodlama” olarak da bilinen yapısal kodlama kullanılmıştır. Yapısal kodlama çoklu ve yarı-yapılandırılmış görüşmeler için uygun bir kodlama türüdür (Saldana, 2019). Görüşmeyi çerçeveleyen araştırma sorusu ile ilgili veri kesitine içerik temelli ya da araştırmanın konusunu yansıtan bir kavramsal ifadeyi etiketleme fırsatı sunmakla birlikte daha detaylı kodlama ve analiz için benzer şekilde kodlanmış veri kesitlerini bir araya getirebilme fırsatı sunması sebebiyle bu çalışmada yapısalcı kodlama kullanılmıştır. Araştırmanın güvenilirlik hesaplaması için Miles ve Huberman’ın (Miles & Huberman, 2016) önerdiği, “Güvenirlilik = Görüş Birliği x 100/ Görüş birliği+ Görüş ayrılığı” formülü kullanılmıştır. Araştırmada uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşü ile görüş birliği ve görüş ayrılıkları hesaplanmıştır. Bu hesaplamanın sonucunda uygulanan formül ile %88,88 güvenirlilik ortalamasına ulaşılmıştır.

5.Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma bulguları görüşmenin yapılacağı öğrencilerin, görüşmenin yapıldığı tarihteki sosyal medya ve din algılarını yansıtacaktır. Görüşmede toplanan verilerin güvenirliliği ve geçerliliği, veri toplamada kullanılan tekniğin özellikleri ile sınırlıdır. Araştırma Eskişehir İl Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı Tepebaşı ilçesinde bulunan Özel Atayurt Okulları 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları

dinî içerikli paylaşımlar, bu paylaşımlara yönelik bilgi ve algılarının tespiti ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma 2020-2021 eğitim-öğretim yılı 12. sınıf öğrencilerinin görüşleri ile sınırlıdır.

6.Tanımlar

Din: Din, kendisi hakkında net ve tek bir tanım içeren ipuçlarına sahip değildir. Bu nedenle dinin birçok farklı tanımı yapılmıştır. Örneğin bir din sosyoloğu olan Günay'a göre (1998) din; Kur'an-ı Kerim'de yol, ceza, hesap günü, kulluk, dini inanç ve ibadet sistemi anlamlarında kullanılmıştır. Antropolog Anthony Wallace'a göre (1966) "doğa kanunlarına bağlı olmaksızın doğayı şekillendiren doğaüstü varlık ve güçlere inanma" şeklinde tanımlamıştır. Bu iki tanımdan hareketle tanrı fikrine yer verse de vermese de metafizik değerleri içeren veya içermeyen, insan düşünce dünyasında belirleyici olan her sisteme din denilmektedir (Bilgin A. , 2014).

Dinî Bilgi: Doğru bir şekilde anlaşılabilmesi için dinin bilimsel metotlara uygun olarak öğretiminin yapılması gerekir. Vahiy merkezli dinler söz konusu olduğunda "dini bilgi" denilince birbirinden mahiyetçe farklı iki tür bilgiyi birbirinden ayırmak gerekir. Bunlardan birisi Allah tarafından insana "bildirilen" bilgidir. Kaynağı mutlak varlık (Allah) olan bu bilgi, 'mutlak' karakterdedir; zaman, mekân ve kültüre göre değişmez bir niteliğe sahiptir. Dinî bilgi denilince bu mutlak karakterdeki bilgiden farklı olan diğer bilgi ise, insanın mutlak karakterdeki bu bildirilen bilgiden "edindiği" bilgidir. İnsan bu bilgiyi tamamen kendine has bilgi edinme formlarıyla edindiği için bu ikinci tür bilgi bütünüyle insanîdir. İnsanî olduğundan mutlak olması düşünülemez. Çünkü bu bilgiyi edinen insan; belirli bir zaman, mekân ve kültür içinde yaşamaktadır. Dolayısıyla dini bilgide 'değişen' ile 'değişmeyen' bir aradadır (Kılıç, 1999).

Sosyal Medya: Gelişen bilgisayar; internet ve mobil teknolojisi ile ortaya çıkan, kullanıcıların zamandan/mekândan bağımsız bir şekilde interaktif olarak etkileşimde buldukları sanal medya ortamıdır (Bulunmaz, 2011). Katılımcılar; açıklık, konuşma, toplum, bağlantılılık, erişebilirlik, kullanılabilirlik, yenilik, kalıcılık gibi özellikleri söz konusudur (Vural & Bat, 2010).

Algı: Öğrenip düşünürken duyuşal bilgimizin bize dış dünyadan nasıl geçtiğini, duyum ve algı olmak üzere iki düzeyde gerçekleştiririz. Duyum herhangi bir ses tonunu veya iğne battığı zaman duyulan acı gibi ilkel yaşantılardan meydana

gelmiştir. Algı ise duyuları yorumlama, anlamlı hale getirme sürecidir. Bilgi birikimi açısından oldukça zengin bilimsel bir alan olan algı, görsel ve işitsel olmak üzere çeşitli türlere ayrılmaktadır. Algı türleri arasında en büyük ağırlık, görsel algılardadır (Morgan, 2011). Algı ya da algılama, duyularımızın farklı şekillerde örgütlenmesi ve anlam kazanmasına verilen addır. Yani kısaca algılarımız, dış dünyaya açılan kapılarımızdır. Farklı uyarıcılar, farklı bireylerde farklı yorumlanabilir. Hatta aynı birey aynı uyarıcıya farklı bakış açısına göre farklı biçimlerde anlam yükleyebilir. Herhangi bir durumda algıladığımız şeyler sadece uyarıcının yapısı ile ilişkili değildir; aynı zamanda önceki deneyimlerimiz, ilgili zamandaki duygularımız, ortam, tutum ve amaçlarımızla da ilişkilidir. Algılama uyarıcının duysal yapısını, ortam veya zeminini, daha önce tecrübe edilen duysal deneyimleri, kişisel hissi, amaç, dürtü ve tutumlar tarafından etkilenir. Herhangi bir şeyi algılamaktan söz ettiğimiz zaman genellikle algının görsel biçimine işaret etmiş oluruz. Algılama biçimleri; görme algısı, işitme algısı, dokunma algısı, tat ve doku algıları, uzay algısı, zaman algısı şeklinde sıralanabilir. Kısaca bu durumda algı, görme duyusuyla ilişkilendirilen bir şeydir. Yani görme duyumu ile görsel algı birbirlerini takip eden ancak birbirlerinden ayrı süreçler olarak karşımıza çıkan şeylerdir (Hoşgör, 2016). Algıların özellikleri de algı alanı, algı dayanağı, algıda seçicilik ve dikkat; iç faktörler, dış faktörler, algıda değişmezlik, algıda organizasyon vb. gibi kavramlardan oluşmaktadır. Ayrıca yine algıyla ilgili olarak algı yanılgıları gibi kavramlardan da söz edilebilir (Gerring & Zimbardo, 2016). Algıyı etkileyen çeşitli faktörler söz konusudur. Bunlar iç etmenler, dış etmenler, duyum; duyumla ilgili temel kavramlardan meydana gelir. Yine ayrıca algı ile duyum arasında çeşitli farklılıklar söz konusudur.

1. BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN TANIMI, TARİHÇESİ VE ÖZELLİKLERİ

1.1. SOSYAL MEDYA

1.1.1. Sosyal Medyanın Tanımı

Sosyal medyanın birbirine benzeyen farklı tanımları yapılmıştır. Sosyal medyanın tanımları ilgili alanda gelişmeler yaşandıkça daha kapsamlı hale gelmeye başlamıştır. Bu tanımlardan birisine göre internet teknolojisi ve sosyal etkileşim sosyal medya olgusunu oluşturmaktadır. Web 2.0, sosyal ağ ya da sosyal iletişim siteleri olarak da ifade edilen bu alan, yeni kuşak internet uygulamalarını içermektedir. Sosyal medya, “kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir” (Yağmurlu, 2011). Sosyal medya; ağ teknolojilerini kullanarak kullanıcıların etkileşimini sağlayan hizmet, uygulama ve araçların bütününe verilen addır (Boyd, 2007). Bir diğer tanıma göre ise sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insanî iletişim şeklidir (Akıncı & Bat, 2010). Sosyal medya paylaşımlar açısından oldukça yoğun içeriklerle dolu online medyanın yeni bir türüdür ve katılımcılar; açıklık, konuşma, toplum, bağımlılık, erişim, kullanılabilirlik, yenilik ve kalıcılık şeklinde çeşitli özelliklere sahiptir (Mayfield, Aktaran: Vural, & Bat, 2010). Sosyal medyanın özellikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3: Sosyal Medyanın Özellikleri

SOSYAL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ	TANIMLAR
<i>Katılımcılar</i>	Sosyal medya katılımcıları sadece cesaretlendirir.
<i>Açıklık</i>	Ulaşımaya yönelik engeller sosyal medyada genellikle uygulanmaz.
<i>Konuşma</i>	Sosyal medya iki yönlü konuşmaya olanak tanır.

<i>Toplum</i>	Sosyal medya toplulukların çabuk ve etkili oluşumuna izin verir.
<i>Bağlantılılık</i>	Sosyal medya insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanır.
<i>Erişim</i>	Sosyal medya genel kitleye erişebilme imkânı tanır.
Erişilebilirlik	Sosyal medya araçları genel olarak az ya da sıfır maliyetle kullanılabilir.
<i>Kullanılrlık</i>	Sosyal medyada herkes üretimde bulunabilir.
<i>Yenilik</i>	Sosyal medya iletişimde anında etki ve tepki söz konusudur.
<i>Kalıcılık</i>	Sosyal medyada yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilir.

Sosyal medya tanımlarına bakıldığında, sosyal medya platformlarının her birinin ortaya çıkış ve kullanım amaçları doğrultusunda tanımların yapıldığı görülmektedir. Sosyal medya tanımlarının ortak özelliklerine bakıldığında ise her bir tanımın sosyal bir ağ ve internetle olan ilişkisi gözler önüne serilmektedir. Bütün bu tanımlardan yola çıkarak sosyal medya için bireyin kendini gerçekleştirdiği, farklı kimlikler üretebildiği, aktif bir iletişim içinde bulunduğu, diğer insanlar hakkında bilgi ve görüş edinebildiği; aynı zamanda bireyin fikirleriyle etki ettiği ve başkalarının etkisi altında kaldığı, sınırları aşabildiği ve dünyayı küçük bir yer haline getirebildiği soyut sosyal bir köydür denilebilir.

1.1.2. Sosyal Medyanın Tarihçesi

1991 yılında World Wide Web'in (www) halka açılmasıyla birlikte, sosyal medyanın temelleri atılmıştır. 1990 yılların sonuna doğru oluşmaya başlayan ilgi odaklı forumlar ile birlikte bireyler artık kendine özgü fikirleriyle aktif olarak görüşlerini belirtmeye ve bu görüşlerini diğer bireylerle paylaşmaya başlamışlardır

(Kara & Özgen, 2012). Ancak kullanıcının daha fazla etkili olabildiği modern sosyal medyanın tarihçesi ise 1997 yılında profil yaratma, arkadaş listeleme ve daha sonra da arkadaşlarının listelerini inceleme fırsatı sunan SixDegrees sitesi ile başladığı belirtilmektedir. 1999 yılında ise LiveJournal sürekli yenilenebilen bloglar üzerine kurulmuştur. Bu ağ sayesinde kullanıcılar, diğerlerini takip etme, grup yaratma ve diğerleriyle etkileşim konularında etkili olmaya başlamışlardır. 1998 yılında MoveOn; 1999 yılında AsianAvenue, Black Planet, Napster, Third Voice, Blogger, Epinions; 2000 yılında LunarStorm, 2001 yılında Cyworld, Ryze, Wikipedia; 2002 yılında Fotolog uygulamaları diğerlerinden cesaret alarak kurulmuştur. 2002 yılında kurulan Friendster ise bazılarının göre gerçek anlamda sosyal medyanın ilk örneğidir (İli, 2013).

2003 yılından sonra ise sosyal medya platformlarına karşı artan ilgi sonucu Couchsurfing, Myspace, LastFm, Tribe.net, Plaxo, LinkedIn, HI5, Photobucket, Second Life, DeLicio.us gibi önemli sayıda uygulama ağı dahil olmuştur. 2004 yılında Flickr, Orkut, Dogster, Multiply, Mixi, Dodgeball, Piczo, Care2, Ning, Catster, Digg, BiggerPockets, Hyves, AsmallWorld; 2005 yılında Yahoo!360, Youtube, Cyworld, Xang, Bebo, Reddit; 2006 yılında Mychurch, Twitter, Stylehive, Fabulously40 kullanıma girmiştir (Hazar, 2011).

Gerçek kimliklerin sanal dünyayla temas etmesi ise Facebook'un doğuşuyla olmuştur. 2004 yılında Mark Zuckerberg isimli Harvard'lı bir üniversite öğrencisinin basitçe "sanal okul yıllığı" mantığıyla hayata geçirdiği Facebook, aslında başlangıçtaki amacının çok ötesine geçen bir proje olmuştur. Zuckerberg, bu siteyi ilk ortaya çıkardığında sitenin Amerika'daki belli başlı üniversiteleri kapsamasını planlıyordu. Ancak fikir o kadar güçlüydü ki, proje kısa sürede kendisine çizilen alanın çok dışına taşı ve tüm dünyaya yayıldı (Irak & Yazıcıoğlu, 2012). Sosyal medyanın bir sonraki dev adımı yine aynı döneme hitap eden önemli uygulamalardan Twitter oldu. Daha kısa cümlelerin kurularak tweetler ile iletişim kurulması, daha çok gençlere ve Hollywood'un ve müzik dünyasının ünlülerine hitap etmesi nedeniyle oldukça ünlenmiştir. Günümüze doğru ise rağbet gören sosyal medya kuruluşları arasında 2007 yılında FriendFeed, GlobalGrind, Tumblr, Osmosus, 2008 yılında Ping.Fm, Kontain, 2009 yılında NetLog, Posterous, 2010 yılında ise Google Buzz ile Sportpost ön plana çıkmaktadır (Hazar, 2011). Yukarıda belirtilen bilgilere bakıldığında 1990 yılında World Wide Web'in halka açılmasından

sonra devam eden yıllarda çeşitli değişimlerin yaşandığına şahit olunmuştur. Sosyal ağların ve blogların yerini 2002 yılında ilk gerçek örneği görülen sosyal medya platformlarına bırakması ve bu alanda çeşitliliğin artması da hızla değişen sanal bir dünyanın yansımasıdır.

Görüldüğü üzere sosyal medya konusu oldukça popüler ve rekabete dayalı yeni bir etki gücünün kapılarını aralamıştır. Bu nedenle sosyal medya hakkında net bir sayı verilememekle birlikte, 2016 yılı itibariyle dünya genelinde var olan sosyal medya platformlarının sayısının 500'ün üzerinde olduğu yönünde bilgiler dile getirilmektedir (Ayan, 2016).

1.1.3. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları

Sosyal medyayı kullanma amacı kültürden kültüre değiştiği gibi, bireyden bireye ve kişisel ihtiyaçlara göre de farklılık kazanmaktadır. Bu anlamda sosyal medya araçları bireysel kullanımdan toplumsal hareketlere, meslek ve iş temsilcilerinden siyaset ve ekonomi dünyasına kadar daha birçok alanda kullanılmaktadır (Babacan M. E., 2017).

Sosyal medyanın kullanımı ile ilgili yapılan bir araştırmaya göre sosyal medya; eğlenme, iletişim kurma, gündem takibi, mesajlaşma, boş zamanları değerlendirme, bilgiye erişim, müzik dinleme, fikir alışverişinde bulunma, kişilere ulaşma, kişisel sunum ve bilgi paylaşımı, sanal kimlik üretebilme, günlük hayattaki arkadaşlarıyla etkileşimde bulunabilme, ilgi alanlarının uyuştugu kişilerle çevrim içi veya çevrim dışı ortamlarda sosyal ilişkiler oluşturabilme, siyasi ve sosyal katılım, bireyin kendisini iyi hissetme, yalnızlık hissine çare bulabilme ve insanları daha iyi tanıma gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Çömlekçi & Başol, 2019).

Sosyal medya kullanımı ile ilgili bir diğer araştırmaya göre sosyal medya; özet bilgiye ulaşmak, bilgi edinmek, arkadaşlar ile bilgi tartışmak, ders içi hazırlanan bir ödevi paylaşmak, mesaj göndermek, kendi kişisel düşüncelerini ifade etmek, iletişime geçmek, kişisel bilgi, fotoğraf ve özel hayatının ifadesi, kişiler hakkında detaylı bilgi elde etmek, gözetlemek amaçlı da kullanılmaktadır (Eren, 2014).

Görüldüğü üzere sosyal medya kullanım amaçları çok çeşitlilik göstermektedir. Bu amaçlar kullanıldıkları alanlara göre de değişkenlik gösterebilmektedir. Günlük hayatta bireyler için yukarıda belirtilen amaçlar

doğrultusunda gerçekleşse de herhangi bir sektörde farklı amaçlar da ortaya çıkabilmektedir. Örneğin sağlık sektörü açısından doktor araştırmak, ilaç hakkında bilgi edinmek buna bir örnektir. Kısacası kullanım alanına göre kullanım amacının farklılık göstermesi durumu ile karşılaşılabılır.

1.1.4. Sosyal Medya Araç ve Ortamları

Bilgisayar ve mobil iletişim araçlarıyla erişilen internet üzerindeki sosyal ağları birkaç grupta toplamak mümkündür:

1. E-posta grupları (yahoogroups.com)
2. Bloglar (bloglara konan linkler ve blogcuların birbiriyle haberleşmesi)
3. Forumlar (çeşitli uzmanlık alanlarıyla ilgili forumlar)
4. Kurumsal intranet (kurum içi ağ)
5. Extranet (tedarikçi ve kurumsal müşterilerle oluşturulan ağ)
6. Hızlı mesaj servisleri (msn, icq)
7. Sosyal ağ siteleri (facebook, yonja.net gibi) (Onat & Alikılıç, 2008).

We Are Social'ın yayınladığı raporlarda, dünyada sosyal mecralar arasındaki popülerliğin zaman içinde değiştiği gözlemlenebilmektedir. Ayrıca sosyal medya, özelde Türkiye genelde dünyada gündemin belirlenmesinde büyük bir potansiyel ve güce sahiptir. İlgili görsel Şekil 1.'de verilmiştir.

Şekil 1: Dünya Genelinde En Çok Kullanıcıya Sahip Olan Sosyal Mecralar

2016-2020 En Çok Kullanıcıya Sahip Sosyal Mecralar (Dünya)				
2016	2017	2018	2019	2020
Facebook	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook
QZone	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
Tumblr	QZone	Instagram	Instagram	Instagram
Instagram	Tumblr	Tumblr	QZone	TikTok
Twitter	Instagram	QZone	TikTok	QZone
Baidu Tieba	Baidu Tieba	Sina Weibo	Sina Weibo	Sina Weibo
Sina Weibo	Baidu Tieba	Twitter	Reddit	Reddit
YY	Pinterest	Baidu Tieba	Twitter	SnapChat
VKontakte	YY	LinkedIn	Douban	Twitter
Pinterest	LinkedIn	Reddit	LinkedIn	Pinterest

Kaynak: (<https://medyaakademi.com.tr/2020/02/03/2020-sosyal-medya-kullanici-sayilari/>)

1.1.4.1. Facebook

Facebook, küresel yayın yapan kanallardan daha hızlı bir etkiye sahiptir. Platform, gizliliğini kendisi sınırlandırır ve Google arama sonuçlarında en üst sırada yer alır. Facebook, geleneksel medyadan hız ve ucuzluk açısından önemli ölçüde avantajlıdır. İnsanların kolayca bilgi edinebildiği ve etkileşimde bulunabildiği bir yapıya sahiptir (Karaduman M. , 2011). Onun bu özelliği, Dünya ve Türkiye'deki kullanım oranlarını aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere üst bir seviyede tutmaktadır.

Şekil 2: Facebook Erişim Sıralaması

#	COUNTRY	REACH	Δ QOQ	Δ QOQ	#	COUNTRY	REACH	Δ QOQ	Δ QOQ
01	INDIA	260,000,000	-3.7%	-10,000,000	13	PAKISTAN	33,000,000	+3.1%	+1,000,000
02	U.S.A.	180,000,000	0%	[UNCHANGED]	14	COLOMBIA	32,000,000	0%	[UNCHANGED]
03	INDONESIA	130,000,000	+8.3%	+10,000,000	15	FRANCE	31,000,000	0%	[UNCHANGED]
04	BRAZIL	120,000,000	0%	[UNCHANGED]	16+	ARGENTINA	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
05	MEXICO	84,000,000	+2.4%	+2,000,000	16+	ITALY	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
06	PHILIPPINES	70,000,000	+2.9%	+2,000,000	18	GERMANY	28,000,000	0%	[UNCHANGED]
07	VIETNAM	61,000,000	+1.7%	+1,000,000	19	NIGERIA	24,000,000	+4.3%	+1,000,000
08	THAILAND	47,000,000	0%	[UNCHANGED]	20+	MALAYSIA	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
09	EGYPT	38,000,000	+2.7%	+1,000,000	20+	PERU	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
10+	TURKEY	37,000,000	0%	[UNCHANGED]	22+	CANADA	21,000,000	0%	[UNCHANGED]
10+	U.K.	37,000,000	0%	[UNCHANGED]	22+	MYANMAR	21,000,000	+5.0%	[UNCHANGED]
12	BANGLADESH	34,000,000	+6.3%	+2,000,000	22+	SPAIN	21,000,000	-4.5%	[UNCHANGED]

Kaynak: (<https://medyaakademi.com.tr/2020/02/03/2020-sosyal-medya-kullanici-sayilari/>)

1.1.4.2. Instagram

Fotoğraf, yazı, video ve içerik paylaşımı gibi özelliklere sahip olması nedeniyle Instagram'ın kullanım alanı oldukça genişlemiştir. Önceki tablolar ve aşağıdaki tablo dikkate alındığında, Instagram Türkiye'deki kullanıcı sayısı itibarıyla Facebook ve Twitter'ı geride bırakmıştır. Instagram'ın bu denli popüler olmasının nedenlerini yukarıda dile getirilenlerden başka, anlık mesajlaşmaya izin vermesi, yorum yapılabilmesi ve beğeni yapılabilmesi gibi özellikleriyle ilişkilendirilebilir.

Şekil 3: Instagram Erişim Sıralaması



Kaynak: (<https://medyaakademi.com.tr/2020/02/03/2020-sosyal-medya-kullanici-sayilari/>)

1.1.4.3. Twitter

Facebook gibi özellikleri olan ve mikro blog servisi olarak kabul edilen Twitter, içeriğin kolayca yayılmasına imkân vermektedir. Ayrıca Twitter, sınırlı içeriğiyle güncel olan şeyleri akıllı telefon ve mobil araçlarla kullanma fırsatı da sunmaktadır. Twitter iletişimden diplomasiye, sokak hareketlerinden dijital aktivizme kadar pek çok alanın farklı bir hale gelmesini sağlıyor. (Ayan, 2016). Ayrıca hashtag işaretiyle yazılan kısa sözcükler sayesinde içeriklerin daha fazla insana ulaşması sağlanıyor ve bazen gündem bu sayede takip edilebiliyor.

Şekil 4: Twitter Erişim Sıralaması

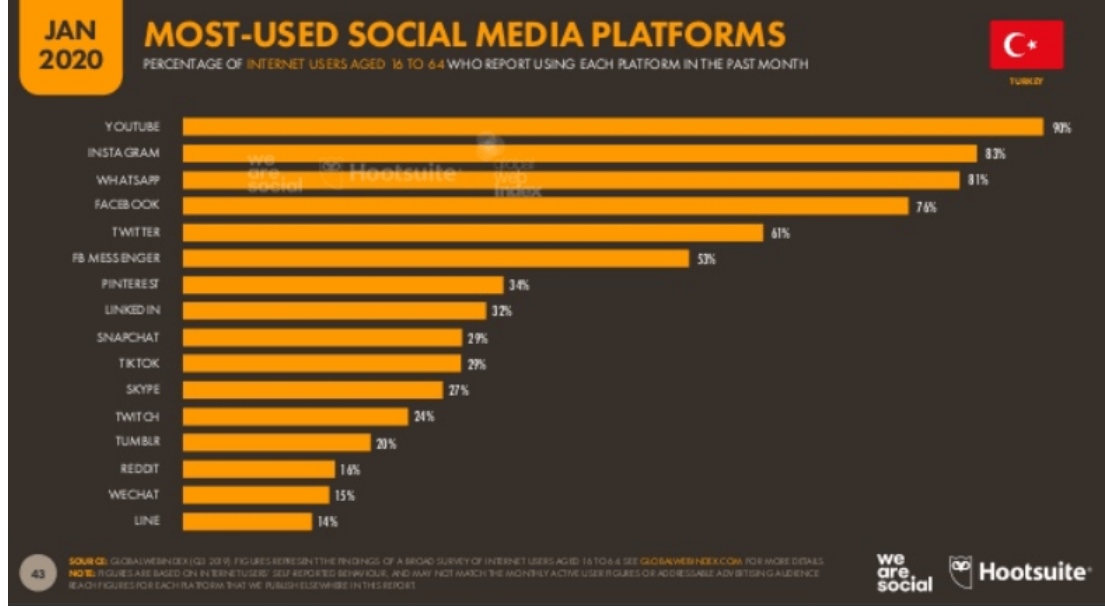


Kaynak: (<https://medyaakademi.com.tr/2020/02/03/2020-sosyal-medya-kullanici-sayilari/>)

1.1.4.4. Youtube

We Are Social 2020 istatistiklerine göre Türkiye’de en fazla kullanılan sosyal medya platformu Youtube’dur. Günümüzde bulunan pek çok sosyal medya ağına rağmen Youtube daha çok ön plana çıkmıştır. Google’dan sonra dünyada en fazla tıklanmaya ve ziyarete sahiptir. Görsel bakımdan her geçen gün daha fazla ön plana çıkmaktadır. Youtube’da kullanıcılar kendi videolarını üretebilir ve ayrıca bireyler fikirlerini görsel materyallerle sunma olanaklarından faydalanabilmektedir. Youtube’un her geçen gün önem kazanmasının farklı sebepleri vardır. Bu sebeplerden birisi Youtube’un sağlık, ekonomi, hukuk, eğitim, reklam vb. alanlarda kullanılabilmesidir. Aynı zamanda Youtube kullanıcılarının izlenme sayılarıyla maddi imkân sağlayan bir platform olduğu için de popülerliğini giderek artırmaktadır. Youtube her yaşta kullanıcının bulunduğu bir sosyal medya platformudur (Gök, Kırık, & Akşit, 2019).

Şekil 5: Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları



Kaynak: (<https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>)

1.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Yapılacak araştırma ile ilgili çalışmalar aşağıdaki gibidir:

Din eğitimi alanında yapılan ilgili araştırmada Wattpad kitaplarında din, eğitim ve ahlak temalarını ortaya çıkarmak, Wattpad okur yazarı olan ergenlerin dilinin anlamlandırması ve din eğitimine katkıda bulunulması amacıyla bir inceleme yapılmıştır. Araştırmada ele alınan hikayenin bulunduğu sosyal ağ platformu olan Wattpad uygulaması hakkında bilgi verilmiştir. İçerik çözümlemesi ile ele alınan hikayeden belirli temalar elde edilmiştir. Temalar ile ilgili bölümler detaylı şekilde sunulmuştur (Yemenici, 2019).

Din eğitimi ve sanal âlem adlı çalışmada internet ağında yer alan etkili dinî site grupları incelenmiştir. Araştırmacı internet ağının yaygınlaşmasıyla dinî bilgilerin eğitim ve öğretimine yönelik bilgi ve materyallerin sanal âlemde çoğalıp çeşitlendiğini gözlemlemiştir. Sanal âlemde yer alan çalışmaları şöyle gruplandırmıştır:

1. Doğrudan din öğretimini amaçlayan çalışmalar: Uzaktan eğitim yöntemini kullanan resmî kurumların din eğitimi programları ve benzeri çalışmalar.
2. Din eğitim ve öğretiminden sorumlu kurumların yaygın din eğitimi çalışmaları.

3. Örgün öğretimde yer alan din öğretimi programı ve çevresinde gelişen materyal destekleyici çalışmalar.
4. Sivil toplum kuruluşlarının, cemaatlerin, tarikatların ve belirli isimleri olan grupların din eğitimi çalışmaları.
5. Doğrudan din eğitimi amacı taşımayan kimse veya grupların farklı amaçlarla, sanal âlemde çeşitli yerlerden bilgiler toplayarak yaptıkları çalışmalar (Kuzudişli, 2013).

Kitle iletişim araçları, medya ve din ilişkisi üzerine yapılan çalışmada medyanın ve kitle iletişim araçlarının kültürel alanda ortaya çıkardığı etki, medyanın olumlu ve olumsuz etkileri, medya-din etkisinde karşılaşılan imkân ve sorunlar, küreselleşen dünyada kutsala dönüş olgusu ve medya, popüler kültürün avam ve havasın kültürü üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Kitle iletişim araçları ve din ilişkisinde dikkat edilmesi gereken hususa değinilmiştir (Arslan, 2016).

Medyanın olumsuz din algısına etkileri ele alan çalışmada, medyanın önem ve işlevinin giderek arttığı ve medyanın küresel güçler arasındaki etkisi ele alınmıştır. Medyanın barışı sağlamada ve savaş çıkarmada dahi etkili olduğundan bahsedilmiştir. Medya-din ilişkisi, medya ve olumsuz din algısı başlıklarına yer verilmiştir. Buna ilave olarak olumsuz din algısına yol açan din hakkında kasıtlı olarak yapılan olumsuz çalışmalara ve yetersiz dini bilgi eksikliğinden kaynaklanan olumsuz yayınlara da değinilmiştir (Güneş A. , 2018).

Kültür endüstrisi, popüler kültür ve yabancılaşma bağlamında medya din ilişkisi çalışmasında ilk çağdaki insanların iletişim biçiminden ve ardından günümüzde bir iletişim şekli olan medyadan bahsedilmiştir. Ayrıca medyanın kullanımı, kitle toplumu, medyanın etkisi ele alınmıştır. Popüler kültür, medya, kültür endüstrisi, ürün veya tüketici olmak, sosyolojik açıdan din, bir dini mesaj taşıyıcısı olarak televizyon, pasif dindar ve medya kavramlarına değinilmiştir. Toplumsal dönüşüm, teknolojik gelişmeler ve medya- din arasındaki ilişkiden söz edilmiş ve ayrıca “Sır Dizileri” olarak adlandırılan yayınların içerik çözümlenmeleri yapılmış ve değerlendirilmiştir (Akkaya, 2018).

İnternetin ergenlere olumsuz etkileri üzerine din eğitimi temelli bir yaklaşımla ilgili olan bir diğer çalışmada ise gün geçtikçe hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen internetin, ergenlere etkileri üzerinde din eğitimi ekseninde

durulmaya çalışılmıştır. Çalışmada yer alan başlıklar ergenlik dönemi, bedensel gelişim, psikolojik, zihinsel ve davranışsal gelişim, sosyal gelişim, internetin ergenlere olumsuz etkileri, müstehcen içeriğe ulaşma vb. başlıklara değinilmiş olmakla beraber bu başlıklar altında tatmin edici bilgilere yer verilmiştir (Turanalp, 2016).

Lise öğrencilerinin medya – din ilişkisi algılarına değinen çalışmada araştırmacı Bingöl’de iki farklı lisenin 60 öğrencisi üzerinde uyguladığı anket ve sonuçlarını değerlendirmiştir. Araştırmacı 25 adet anket sorusu sormuş ve bu soruların sonuçlarını değerlendirmiştir. Sonuçlar kapsamında öğrencilerin medyaya ilgi duyduğu, medyaya güvenmedikleri, dini içerikli yayınlarda yazarların yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve bundan dolayı din konusunda önyargıların ortaya çıktığı, dini konularda medyanın hassas olması gerekliliği vb. sonuçlar ortaya çıkmıştır (İnan, 2013).

Sosyal medya dindarlığını ele alan araştırmada, araştırmacı postmodern dünyanın yeni iletişim aracı olan sosyal medyanın önemine dikkat çekmiştir. Araştırmada dindarlıkları sosyal medyada şekillenen bireylerin sosyal medyadaki dini algıları ve söylemlerinin nasıl şekillendiği ortaya koyulmuştur. Araştırmacı ampirik verilerden yararlanarak sosyal medya dindarlığı hakkında bilgiye ulaşmaya çalışmıştır. Araştırmacı, Van ilini örneklem olarak seçmiş ve deneklere daha önceden oluşturulmuş standartlaştırılmış sorulardan oluşan sorulardan oluşan ve yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilen anket tekniğini uygulamıştır. Anket yoluyla sorulan soruları ise araştırmacının ana konusu olan sosyal medya dindarlığı çerçevesinde oluşturmuştur. Araştırmanın başlıklarında dünyada ve ülkemizde sosyal medya, sosyal ağlar, dindarlık türleri ve sosyal medya dindarlığı, sosyal medyada dinin magazinleşmesi, sosyal medyada dini bloglar-din sörfçüleri ve amaçları, sosyal medyada narsisizm ve din, sosyal medya dindarlığı araştırması bulguları ve yorumuna değinilmiştir. Araştırma sonucunda araştırmaya katılanların hepsinin sosyal medya kullandığına ve bunun sebebinin seçilen kitlenin genç olmasına bağlı olduğu belirtilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre araştırmaya katılanların sosyal medyada din içerikli paylaşımlara duyarsız kalmadıkları ve dini inançlarını sosyal medyaya taşıdıkları ortaya çıkmıştır (Oyman, 2016) .

Din eğitiminin gerekliliği açısından dini medya okuryazarlığını içeren araştırmada araştırmacı, medya okuryazarlığının, medyanın yıkıcı etkilerine karşı her

geçen gün daha fazla gündeme gelen temel kavramlardan biri olduğundan söz etmiştir. Dini medya okuryazarlığını, medyanın bireyin dini tutum ve davranışlarında ortaya çıkardığı tahribatı azaltmak için kullanılabilir bir kavram olarak tanımlamıştır. Çalışmasında medya okuryazarlığını, bireyin dini formasyonu özelinde ele almıştır. Bu bağlamda önce medya okuryazarlığı kavramını açıklanmış, buradan hareketle dini medya okuryazarlığı kavramının önemine atıf yapmıştır. Araştırmacı dini medya okuryazarlığını gerekli kılan medya ve insan temelli nedenlere değindikten sonra sağlıklı bir dini gelişim için bireyin sahip olması gereken dini medya okuryazarlığı yetenekleri üzerinde durmuştur. Bu noktada araştırmacı din okuryazarlığının dini medya okuryazarlığı için bir ön koşul olması gerektiği sonucuna varmıştır. Ayrıca medya okuryazarlığının gerekliliğini iki ana başlık altında ele almıştır (Nazıroğlu B. A., 2015).

Çağımızın sanayileşmiş toplumlarında gençlik, modernite ve postmodernitenin değerlerinin iç içe girdiği bir sosyalleşme süreci yaşamaktadır. Sosyal medya, bu sürecin hayat bulduğu önemli mecralardan biridir. Dünyada yüz milyonlarca kişinin kullandığı; başta Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Google+ olmak üzere, bireylerin ilgili alanlarına göre farklılaşan onlarca sosyal medya aracının, gençliğin hayatının bir parçası hâline geldiği gözlenmektedir. Yazılı, sesli ve görüntülü iletişim, çoklu/grupça iletişim, dosya ve konum paylaşımı gibi farklı etkileşim modellerine imkân veren sosyal medya araçları, araştırmalara göre ülkemizde internet kullanıcısı gençlerin %96'sı tarafından kullanılmaktadır. Çoğunlukla postmodernitenin belirsiz, geçici, pragmatik, öznel, özgürlükçü, melez, heterojen değer ve becerilerinin dolaşımında olduğu sosyal medya mecraları, çocukların ve gençlerin sosyalleşmeleri açısından geleneksel olandan farklı yöntem, araç, ortam ve içerikler sunmaktadır. Bu yönüyle ve bir toplumsal olgu olması hasebiyle bireyleri belli bir şekilde davranmaya zorlayan sosyal medya, hedef kitlesi için yeni fırsatlar ve tehditler içermektedir (Özpolat, 2014). Araştırmacı çalışmasında literatür tarama modelini kullanmış, gençlerin sosyalleşme sürecinde sosyal medyanın içerdiği fırsatlar ve tehditlere dikkat çekmeyi amaçlanmıştır. Araştırmacı sosyal medya üzerinden bilgilenme, iletişim kurma, paylaşımında bulunma, sosyal çevre edinmenin gerekli ve hatta önemli olduğunu belirtmiştir. Çünkü araştırmacının ifadelerine göre sosyal medya, çağımızın teknolojisi ve ihtiyacıdır ve yeni kuşaklar

çağın teknolojisini etkili ve verimli kullanabilmeleri için mutlaka teşvik edilmelidir (Özpolat, 2014).

Araştırmacılara göre geleneksel veya yeni medyanın çocuk ve genç kitesine hitap etmesi, bu medya araçlarını kitle karşısında güçlü kılmaktadır ve bu sebeple bu alan araştırılmaya değerdir. Medya ve iletişim arasında olumlu ve olumsuz yanlar ön plana çıkabilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza giren medya araçları yaklaşık 100 yılı aşkın geçmişi boyunca çeşitlilik göstermiştir. 1900'li yılların öncesinde yazılı basınla başlayan kitle iletişim araçlarının varlığı 1920'li yıllarda radyonun, 1960'lı yıllarda televizyonun, 1990'lı yıllarda internetin ve 2000'li yıllarda da sosyal medya vb. mecraların yaygınlık kazanmasıyla farklı boyutlar kazanmıştır. Gazete, dergi, televizyon gibi daha çok tek yönlü iletişimin ağırlıklı olduğu geleneksel medya araçları, zamanla çift yönlü iletişimin yoğun şekilde kullanıldığı sosyal medya mecralarını da içine alan yeni medya denilen sürece evrilmiştir. Araştırmacılar çalışmasında çocuklar ve gençler üzerinden geleneksel ve yeni medya kullanımı arasındaki durum incelenmeye çalışmıştır. Bu amaçla Temmuz 2018'de toplam 20 kişinin içinde bulunduğu çocuk ve gençlerle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ilkökul ve ortaokulda okuyanlar "çocuk", lisede ya da üniversitede okuyanlar ise "genç" olarak kabul edilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre çocuk ve gençler arasında olduğu kadar, kızlar ve erkekler arasında da geleneksel ve yeni medya kullanımı arasında farklılıklar olduğunu ortaya çıkmıştır (Çalışır & Kızıloğlu, 2018).

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesinde yapılan bu araştırmanın birinci bölümünde yeni iletişim teknolojileri, sosyal medyanın tanımı, kapsamı, özellikleri ve önemini ele almıştır. İkinci bölümde ise kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan bir anket çalışması, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine uygulanmış ve gençlerin yeni bir iletişim ortamı olan sosyal medyaya yönelik düşünceleri analiz edilmiştir (Akıncı Vural & Bat, 2010).

Sosyal medya ve din araştırmasında araştırmacı, Web 2.0 teknolojilerinin geliştirilmesi sonucunda ortaya çıkan, kullanıcıların karşılıklı olarak etkileşimde bulunmasına, iletişim kurmasına, içerik üretmesine ve bu içerikleri paylaşmasına imkân veren web tabanlı araçları tanımlayan sosyal medya; sosyal, siyasal ve ekonomik hayatımıza etki etmekte olduğunu belirtmiştir. Araştırmacıya göre

sosyologlar, iletişim bilimciler, psikologlar olmak üzere birçok bilim insanı, sosyal medyanın söz konusu alanlara olan etkisini iletişim-ekonomi, iletişim-sosyoloji, iletişim-psikoloji gibi disiplinler arası çalışmalarla anlamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda araştırmacı iletişim ve din sosyolojisi disiplinleri altında sosyal medyanın ergenlerin dinî sosyal dünyasını nasıl etkilediğini araştırmıştır. Araştırmacı lise son sınıfta okuyan öğrencilerin sosyal medya deneyimlerinin onların dinî sosyalleşmelerine katkı sağlayıp sağlamadığını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Araştırmacı çalışmasında sosyal medya-dinî sosyalleşme ilişkisini ele almıştır (Ayaz, 2015).

Araştırmacıya göre günümüzde bireylerin özgürlük ve bağlantısızlık iddialarıyla paradoksal biçimde yaşadığı hassas ve kırılabilir karaktere karşı toplumsal derinlik önemsenmeli ve gençliğin sosyal medya aracılığı ile sergilediği bütün pratikler haklı, doğru ve tartışmasız görülmek yerine, toplumsal derinliğin çerçevesi etrafında okunmalı ve anlaşılmalıdır. Araştırmacıya göre aydınlanma düşüncesinin akla yaptığı vurgunun dünyayı ve insanlığı getirdiği noktaya odaklanarak, bugün yeniden benzer bir vurgu ile gerçekleştirilen sonsuz/sınırsız bir özgürlüğün boyutları tartışılmalıdır. Sosyal medyanın küresel boyutu göz önünde bulundurularak bu mecranın gençliğin varoluş mekânı olarak görülmesinin toplumsal derinlik ve perspektifiyle anlaşılması ve kavranması gerektiği vurgulanmaktadır (**Babacan M. E., 2016**).

Araştırmacı, medya ve din konusu ele alındığı zaman medyanın dini kullanması ve dinin medyayı bir araç haline getirmesi olarak iki husus ile karşılaşıldığından söz etmiştir. Yaptığı çalışmanın içinde dinin medyayı kullanması konusuna değinmemiştir. Araştırmacının belirttiğine göre, Türkiye’de yapılan çalışmaların da çoğunlukla medyanın dini nasıl kullandığının üzerinedir. Özellikle televizyonda üretilen içeriklerle din konusu popüler hale getirilmeye başlanmıştır. İnternetin ve sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte pek çok toplumsal kurumun etkilendiği gibi din kurumu da bu gelişmelerden etkilenmiştir ve dolayısıyla yönelme gereken bir araştırma alanı ortaya çıkmıştır. Türkiye’de medya ve din araştırmalarının kurumsal hale gelmeye başlaması konuya ilişkin düzenlenen bilimsel toplantıların ardından kurulan araştırma merkezi ile olmuştur. Araştırmacı çalışmasından önce de benzer çalışmaların bulunduğunu ve bu alandaki çalışmaların sayısında artış görüldüğünü belirtmiştir. Bu alandaki çalışmaların henüz başlangıç

aşamasında olduğunu dile getirmiştir. Bugüne kadar çeşitli konularla ilgili olarak çalışmalar üretilmiştir. Çalışma alanının ivme kazandığı gözlenmiştir ve bu ardıl çalışmaların da geleceği anlamına gelmektedir. Bu araştırmada, alanda yapılan çalışmaların genel bir çerçevesini çizilmeye çalışılmış ve yapılacak olan çalışmalara ilişkin bazı önerilerde bulunabilmek amaçlanmıştır. Çalışmada bulunan öneri başlıklarından biri, medya ve din araştırmaları konusunun disiplinlerarası bir alan olduğunun göz önünde bulundurularak akademik iş birliklerinin gerçekleştirilmesi, araştırma projelerine yönlendirilerek daha kapsamlı araştırmaların ortaya konabilmesidir **(Kocabay Şener, 2019)**.

Araştırmacılar sosyal medyanın hayatımızın önemli bir parçası olduğunu belirtmişlerdir. Yaptıkları araştırmada da bu açıkça görülmektedir. Katılımcıların neredeyse tamamına yakını sosyal medyayı kullanmaktadır. Yine büyük çoğunluğu her gün sosyal medyaya girmekte, sosyal medyada vaktinin önemli bir kısmını geçirmektedir. Öyle ki sosyal medya aracılığıyla içeriklere yorum yapılmakta, sosyal medyadan arkadaşlarla iletişim kurulmaktadır. Sosyal medya hem eğlence hem rahatlama hem boş zamanlarımızı değerlendirme, mesaj gönderme ya da mesaj alma, gündemi takip etme, bilgiye erişme ve birçok konuda kullanım amacımızı oluşturmakta ve bir araç olarak kullanılmaktadır. Aslında günlük hayatımızda yaptığımız pek çok şey internet ve sosyal medyaya endeksli hale gelmiştir. Anket yöntemini kullanıp 50 kişi üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda aşağıda verilen önerilerde bulunmuşlardır:

- Çocuklara ve yetişkinlere yönelik internet okuryazarlığı eğitimi verilmelidir.
- İnternet ve sosyal medyaya yönelik afiş, broşür, kamu spotu hazırlanmalı; bu konularda yarışmalar düzenlenmelidir.
- Çocuklara ve gençlere her şeyin internet ve sosyal medyadan ibaret olmadığı yaşatılarak uygulamalı bir şekilde gösterilmelidir.
- Paydaşlar geniş tutulmalı ve etkin bir şekilde kullanılarak bilinç toplumun tüm katmanlarına yayılmalıdır.
- İnterneti veya sosyal medyayı yasaklamakla sorunların çözülemeyeceği konusunda özellikle eğitimciler bilgilendirilmeli var olan sorunlar eğitimle çözülmelidir **(Solmaz & vd., 2013)**.

Araştırmacılar, sosyal medya hesaplarına günlük giriş sürelerinin niversite ğrencilerinin günlük yaşam algılarına etkilerini ele alan bir araştırma yapmıştır. Araştırma, Gümüşhane niversitesinin 440 ğrencisi üzerinde yapılmıştır. Bu kapsamda öğrencilerin günlük yaşam algılarının tanımlanması, bu tanımlanan günlük yaşam algılarının sosyo-demografik ve sosyal medyada kalış süresi, akademik not ortalaması gibi diğerk değişkenlerle oluşturduğu anlamlı farkın ortaya konması ve sosyal medyaya günlük giriş sresinin öğrencilerin günlük yaşam algılarına ve akademik not ortalamalarına olan etkilerini araştıran analizler yapılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılan öğrencilerin gündelik hayatı açısından eğitim süreçleriyle ilgili olumluluk algıları, eğitimleriyle ilgili olumsuzluk algıları, sorunlu sosyal yaşam algıları, psikolojik olumsuzluk algıları ve fiziki rahatsızlık tanımları olmak üzere beş faktör belirlenmiştir. Yapılan analizlerde araştırmaya katılanların herhangi bir sosyal medya hesabının varlığı ile öğrencilerin eğitimde olumluluk algısı arasında anlamlı bir fark oluşmuştur. Bu çalışmada günlük sosyal medyaya giriş sresinin öğrencilerin günlük yaşam algılarıyla ilgili olarak sadece sorunlu sosyal yaşam algıları üzerinde anlamlı bir etki oluşturduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmada tanımlanmış olan eğitimde olumluluk, psikolojik olumsuzluk, eğitimde olumsuzluk ve fiziki rahatsızlık algıları üzerinde günlük sosyal medyaya giriş süreleri anlamlı bir etki oluşturmamıştır. Dolayısıyla araştırma konusu ileride yapılacak yeni araştırmalarla yeniden ele alınabilir (**Güllüpınar & Özarlan, 2018**).

2. BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ

2.1. SOSYAL MEDYANIN ETKİ ETTİĞİ ALANLAR

2.1.1. Sosyal Medyanın Bireysel ve Toplumsal Etkisi

İnsanoğlunun iletişim kurma nedenleri; hayatta kalmak, aile kurmak, topluluk oluşturmak, iş bölümü gerçekleştirmek gibi amaçlar doğrultusunda gerçekleşir. İletişim önceleri yüz yüze yürütülürken resim, ateş, yazı ve kitle iletişim araçları gibi zamanla yaşanan gelişmelerle farklı bir boyuta taşınmıştır. Söz konusu bu boyutlar iletişim kanallarının kimi zaman çeşitlenmesine kimi zaman evrilerek özelde bireyin, genelde ise toplumun farklı nedenler ve açılardan dönüşmesine yol açmıştır.

Günümüze gelinen süreçte ise yeme-içme alışkanlıklarından sosyalleşme süreçlerine, oradan da çalışma hayatı ve eğitim-öğretim konularına kadar birçok alan kitle iletişim araçları vasıtasıyla değişmiştir. Bu anlamda, endüstrileşme hemen ardından yaşanan kentleşme ve teknolojik gelişmeye bağlı matbaanın icadı, kitle iletişim araçlarının insanların toplumsal ilişki kurma biçimlerini ve dolayısıyla iletişim süreçlerini etkilemesiyle farklı bir dünya yaratmaya başlamıştır (Güneş A. , 2013).

Yukarıda dile getirilen gelişmeler perspektifinde paylaşılan ortak sorunlar ve yaşam deneyimleri aynı dünyada ve zamanda yaşayan birbirlerinden farklı kuşakların meydana gelmesine neden olmuştur. Örneğin 1965-1979 yılları arasında doğanlar ‘X kuşağı’ olarak tanımlanmaktadır. “internet kuşağı,” diye de adlandırılanların doğduğu 1980-2000 yılları arasında doğanlara ‘Y kuşağı’ ve “dijital göçmenler”, teknoloji ve internetin önemli ölçüde yaygınlaştığı dönemi tanımlayan ve 2000’li yılların ilk çeyreğinde doğanlara ise ‘Z kuşağı’ ve “ dijital yerliler” denilmektedir (Acılıoğlu, 2015). ‘X kuşağı’ hayalperest ve karamsar, ‘Y kuşağı’ anne ve babadan iyimser, ‘Z kuşağı’ abi ve ablalardan farklı kuşaklar olarak dile getirilmektedir (Türkoğlu, 2013).

İnsan hayatına etkisi bakımından değerlendirildiğinde iletişim alanında yaşanan gelişmelerden en etkili internettir. İnternetin en yoğun kullanılan ortamı olarak sosyal medya, toplumu ve toplumla ilgili kurumları önemli bir biçimde

etkilemiştir. Toplum içinde gerçekleştirilen gerek yüz yüze gerekse çevrim dışı iletişim gün geçtikçe yerini sanal ortamda hayat bulan çevrimiçi iletişim türlerine bırakmaya başlamıştır. Geline bu noktada, tüm sahalarda sosyal medya kullanımı önemli oranda yaygınlaşmıştır. İnsanların büyük bir çoğunluğu, internete bağlanabilen cihazları açar açmaz sosyal medya sayfalarına göz atmakta ve önemli derecede bu sayfalarda zaman harcamaktadır. Bu durumun olumsuz etkilerinden birisi iletişim kopukluğuna yol açmasıdır. Toplumda, bireyler arasındaki iletişim şeklinin en sağlıklı olarak yüz yüze iletişim kabul edilir. Bireyler ise bu iletişim şeklinden ziyade popüler iletişim ortamı olan sosyal medyada vakit geçirilmektedir. Bu noktada ise insanların sosyal medya sayfalarına bağımlı hale gelmesi kaçınılmazdır (Güleç, 2018).

Bireylerin sosyal ağlarda kendilerine arzu ettikleri biçim ve çeşitlilikte kimlikler oluşturdukları internet dünyası günlük yaşamın ikinci gerçekliği haline dönüşmüştür. Bu dönüşümle bireyler sosyal medyadaki sanal âlemde kendilerini gerçekmiş gibi yaşanan bir çevrede bulmakta ve bu çevre onların ikinci dünyası haline dönüşmektedir (Güz & Yegen, 2017). Yaşamın bir gerçekliği olarak var olan ilişkiler bütünü sosyal medya vasıtasıyla yaratılan bu sanal gerçekliğe aktarılmaktadır. İletişimin bu şekilde sanallaşmaya başlaması Twitter, WhatsApp, blog, Facebook, vb. sosyal medya ağları vasıtasıyla gerçekleşmekte (Sucu, 2012), modernite ve post-modernite üzerinden teknolojinin birey ve toplum hayatına girdiği internet ve buna bağlı olarak sosyal medya, genellikle genç kuşaklara yeni bilgi, beceri, değer ve tutum aşılamaktadır (Özpolat, 2014). Bu gerçeklik doğrultusunda bireyler bilgi, belge ve haber paylaşımına ek olarak daha fazla etkileşim yaratabilmekte, romantik ilişkiler kurmakta, gruplara katılabilmekte, başkalarını takip ederken birçok kişisel aktivite ve duyguları bu sanal ağlar üzerinden yaşayabilmektedir (Marshall).

Görüldüğü üzere sosyal medya bireysel olarak bireylerin kendilerini ifade etmesi, kendileriyle benzer yönleri olan kişilerle yakın ilişkiler kurması, yerkürede yaşanan şeyler hakkında hızlı bir şekilde bilgi sahibi olması gibi kolaylıklar tanımakta; toplumsal olarak ise aile ilişkileri, mahalle komşulukları ve arkadaşlıklarla ilgili alanlarda da ciddi bir zayıflama yaratmaktadır. İlişkilerin bu şekildeki dönüşümü ve zayıflaması geleneksel kültür kodlarını başkalaştırarak farklı

küresel ve sanal kültürel değerleri daha hissedilir hale getirmektedir (Karaboğa, 2018).

Sosyal medya, kültürel ve toplumsal alanlarda inşa gücüne sahiptir. Belirli ideolojileri inşa ederken toplumdaki bireyler arasındaki sınıf farklılıklarının ve çelişkilerinin üzerini örterek günlük hayattaki tüketim, eğlence, moda, yaşam biçimi gibi sınıflama ve anlamlar oluşturur. Sosyal medya, toplumdaki bireyleri bütün olarak ele alıp açıklamaktansa kadınlık, erkeklik, tüketim, gençlik, eğlence vb. alanlar yaratır. Sosyal medyada yaratılan bu alanlardan dolayı ortaya çıkan pek çok sitenin bulunuşu, yaratılan alanlardaki baskın değerlerle birlikte kültür biçimleri, alışkanlıklar ve kimliklerin oluşturulmaya çalışılması ile ilgilidir (Güzel, 2006).

Bu nedenle toplumsallaşma sürecinin önemli bir aşamasında olan gençliğin de bu anlamda ele alınması önemlidir. We Are Social ve Hootsuite verilerine göre günümüz dünyasında 3,8 milyar insanın, Türkiye’de de 55 milyon kişinin aktif sosyal medya kullanıcısı olması, sosyal medyanın yaygın ve önemli bir hale geldiğinin göstergesidir. Bu anlamda sosyal medyada iletişimin, etkileşimin ve sosyalleşmenin ne şekilde meydana geldiğini görebilmemiz ve bu etki alanlarında gördüğümüzü değerlendirebilmemiz ve sosyal medyada neler olup bittiğini anlayabilmemiz adına önemli bir hale gelmektedir.

Sosyal medya kullanımını çeşitli avantajlar sağlamakla beraber bazı riskleri de bünyesinde barındırmaktadır. Bunlardan belki de en önemlisi bireyin başkalarının düşünce ve fikirlerinin empozesine açık halde gelmesidir. Ayrıca bu olumsuzluğa bir ek olarak, sanal arkadaşlıkların bireyin kendisini daha da yalnız hissetmesine yol açarak gerçek hayatta var olan sosyalleşme yerine asosyalleşmeyi desteklemesi gibi faktörler, stres, narsisizm, nispetizm, hazcılık, empati kaybı, yalan beyan, duyarsızlaşma, bellekte zayıflaması ve gerçeklikten sanala doğru bir kayma, bağımlılık, uyku bozuklukları, el, baş, ve sırt ağrıları gibi çeşitli fiziksel ağrılar da burada dile getirilebilir (Ünal, 2015).

Bir toplumda ortak değerler tehdit edilirse o toplumda toplumsal ve politik bir tepki durumu meydana gelir. Ahlaki panik olarak adlandırılan bu durum iletişim araçları sayesinde yapay ve basmakalıp yöntemlerle gündeme getirilmekte ve itici güç rolünü yüklenmektedir (Şenol, 2014). Ahlaki panik; sapkınlık, medya ve suç konularındaki çalışmalarda geçen bir terimdir. Bu terim kriminolojinin, adalet

psikolojisinin, psikolojinin ve sosyolojinin ilgi alanına girmektedir. Söz konusu kavram hem övülmekte hem de eleştirilmektedir. Ahlaki panik, ortak çıkarlar ve değerlere yönelik bir tehdit olarak algılanan ve sapkın davranış sergileyen kişi veya gruplara karşı politik ve toplumsal tepkilere dair kullanılmaktadır (Sümer & Yıldız, 2010). Örneğin İngiltere’de extacy kullanımı ahlaki paniğe neden olmuştur. Çünkü aileler “Benim çocuğum da kullanıyor mu?” endişesini yaşamışlardır. Problemi tanımlayan gerçekler medyanın extacy kullanımını abartmasından dolayı doğru bir şekilde açıklanamamıştır (Sümer & Yıldız, 2010).

İnternet yaş sınırlamasını yok etmekte, her yaştan ve ülkeden farklı katılımcılar internet cemaatinin bir üyesi haline gelebilmektedir. Her şeyin rakamlarla ifade edildiği dünyada, insanların psikolojik, ekonomik ve sosyolojik yapıları farklılaşmaya başlamış; internet de başvurulmuş önemli bir kaynak olmuştur. İnternet kullanımı sayesinde elde edilen imkanlar ve bu imkanlara yönelik çeşitlilik, internet kullanımının faydası kadar problemleri birey davranışlarını da gün yüzüne çıkarmaya başlamıştır. Örneğin dolandırıcılık, sanal zorbalık, yanlış bilgi verme, uygunsuz içeriğe erişim ve internetin fayda amacına uygun kullanılmaması gibi davranışlar dile getirilebilir (Demir, 2016).

İnternet kullanımı ile ilgili iki terim söz konusudur. Bunlardan birincisi “bilgisayar bağımlılığı”, ikincisi ise “internet bağımlılığı” şeklinde dile getirilmektedir. O’Toole tarafından yapılan bir araştırmada haftada beş saatten daha çok internette zaman geçiren bireylerin dörtte birinin, aile ve arkadaşlarına yönelik ayırmaları gereken zamanı kısıtladığına inandıkları; yine araştırmaya katılanların yüzde onunun internet kullanımı sebebiyle sosyal aktivitelere yeterli derecede katılmadıklarına inandıkları dile getirilmiştir. (Demir, 2016). Yapılan bir araştırmaya göre internetin fazla kullanımının eğitsel alanlardaki performansın düşüşüne etkisi, sosyal hayattaki aktivitelere fazla zaman ayrılmaması ve bireylerin anne, baba ve arkadaşları ile olan ilişkilerinin zayıflaması gibi sonuçlarının da olduğu dile getirilmektedir (Sanders).

Yapılan bir araştırmaya göre ebeveynler; elektronik gazete ve dergi okuyup haber takip etmek, maillerini kontrol etmek ve sanal oyunları oynamak, sosyal ağlarda bulunmak, eğlenmek, iş ve görevlerini yerine getirmek amaçlı erişim yapmak vb. nedenlerle interneti kullanmaktadırlar. Katılımcıların yarısı bütün bu faaliyetleri

kendi çocukları internetteyken onlarla ilgilenmeyip yaptıklarını bildirmektedirler (Kırık, 2014).

Sosyal medyanın, davranışa yansımaları konusunda farklı görüş ve araştırmalar bulunduğu görülmektedir. Örneğin yukarıda dile getirildiği gibi karamsar kesim, yeni teknolojilerin geleneksel ilişki kurma biçimlerini zayıflatabileceği ve insanların yüz yüze iletişim türlerine tamamen sırt çevirmelerine yol açabileceği konusunda endişelerini dile getirmektedir; iyimser kesim ise bu tür teknolojilerin yalnızca insanların alışlagelmiş bağlantı kurma biçimlerini zenginleştirdiğini ve desteklediğini savunmaktadır (Yüksel, 2014).

Sürekli online olunan sosyal medya ortamında duyuların işlevlerini yitirmesi, beynin çok çalışıp az etkilenmesi sebebiyle duyulara bağımlılığın azaltılması ve belirli duyuların fazla uyarılması sebebiyle bireyin dünyasının düzleşmesi de olumsuz etkiler arasında bulunmaktadır. Bireyin uyanırken ve onlineken uzun süre maruz kaldığı bilgi akınından dolayı beynin özümseme şekli de olumsuz etkilerdendir. Bireyin dünyasının büyürken kendi benliğine hapsolarak aslında büyüyen dünyasının küçülmesi de söz konusudur (Tucker, 2016).

Dile getirilen olumsuzluklarla beraber sosyal medya kullanımının olumlu yönleri de mevcuttur. Bunu internet kullanımı ve sosyal medya kullanımı olarak iki farklı açıdan dile getirebiliriz. Örneğin internet kullanımı göz önünde bulundurulduğunda dünyanın en gelişmiş bilgi havuzundan faydalanmak, bireylerin zaman-mekân daralması yaşamadan görüşebilmeleri, alışveriş yapma, bankacılık işlemleri, vergi ve fatura ödemeleri gibi konular internetin faydaları arasında gösterilebilmektedir. İkinci olarak sosyal medyanın kullanımı ise fikirlerin milyonlarca sosyal medya kullanıcılarına ulaştırılabilmesi, depresif düşüncelerden uzak kalabilmek, düşünce ve yaşam tarzına göre grup kurmak ve sayfalar açmak, mekân ve zaman engellerini kaldırabilmek, eski arkadaşlara ulaşım ve yeni arkadaş edinebilme gibi olumlu yönlerinden de bahsedebiliriz. Tüm bunlara ek olarak sosyal medyanın gündemden hızlı bir şekilde haberdar olabilmek, ihtiyaç duyulan şeylere kolay bir şekilde ulaşım satın alabilmek, bir tıkla büyük bir kütüphaneye ulaşabilmek, ihtiyaç anında başka bireylere ulaşabilmek, eğitim alanında faydalanabilmek gibi faydalı yönleri de bulunmaktadır. Örneğin kan bağıışı çağrısı, yardım kampanyaları, gönüllülük faaliyetleri, kısa sürede organize olabilmek ve bireylerin büyük bir kitle

halinde belirli konularda seslerini duyurabilmeleri vb. gibi konular sosyal medyanın faydalı yönlerindedir.

Gelişmekte olan dijital altyapı sayesinde sınırsız sayıda kaynağa erişebilme ve bireylerin birbirleriyle bağlantı kurabilmesi gibi becerileri kazandırması olumlu etkilere örnek verilebilir. Bir bilgisayar ve internete erişim olanağı sayesinde bireyler düşüncelerinin ötesinde bilgi çeşitliliği ve bakış açısı elde edebilirler. Dijital ortamların herkese açık oluşu ve kolektifler alanı kurulabilmesi sebebiyle bu alanlar birey için öğrenme ortamı haline gelebilmektedir. Bireyler birbirlerinden öğrenmenin yanı sıra birbirleriyle öğrenme fırsatı bulabilirler (Thomas & Brown, 2016). Kısacası her alanda olduğu gibi sosyal medyanın da olumlu ve olumsuz etki alanlarından söz etmek mümkündür.

2.1.2. Sosyal Medya ve Ahlak

Din ve ahlak arasında ayrılmaz bir ilişki vardır ve bu durum ilahî olan ve olmayan dinlerde gözlemlenebilir bir duruma sahiptir. İslam dininde ahlaki ilkeler Kur'an-ı Kerim'de belirtilmiştir. Hz. Muhammed'in davranışları Kur'an'daki ilkelerle bir bütündür ve kendisinin "güzel ahlakı tamamlamak için gönderildiğini" belirtmiştir (Göçeri, 2002). İslam dinine göre Allah'ın emir ve yasaklarındaki amaç insanı ahlaken yüceltmek hem dünya hem de ahiret hayatında mutlu olmasını sağlamaktır. Bireyi yönlendiren ahlaki istekler sayesinde din topluma da yön verir. Çünkü din sadece bireyin Allah ile olan iletişimini düzenlemekle kalmaz aynı zamanda bireyin toplumla olan ve hatta bireyin evren ile olan ilişkisini de düzenler.

İnsanlar belirli bir yaratılışla dünyaya gelirler ve belirli etkenlerle gelişimleri şekillenir. Ahlâkın şekillenmesinde bireyin eğitiminin önemli bir yeri vardır. Din eğitimi de ahlâkın şekillenmesinde öneme sahip olan alanlardan biridir. Din eğitimi, bireyin doğuştan getirdiği inanma duygusu ve ihtiyacı çerçevesinde din olgusunu kavrayıp rehberlik etme ve kabullendiği dinin yaşam biçimini öğrenme sürecidir (Okumuşlar & Genç, 2015). Bu açıdan bakıldığında dinî öğretilerin ve dinî rehberliğin ahlâk gelişimi için bir gereklilik olduğu söylenebilir. Din eğitiminin olmadığı bir durumda bireyin ahlâkî gelişiminin eksik kalması durumu ile karşılaşılabılır.

Teknoloji ve bilim alanındaki hızlı gelişim ve değişmelerle birlikte kitle iletişim araçları, internet, sosyal ağlar ve sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşp

etkin bir hâl alması ile birlikte toplumsal değişmeler de hız kazanmıştır. Bu etki altında en çok bulunan iki alan kültür ve dindir. Ahlaki değerler de bu gelişimlerle beraber değişmektedir. Ahlak; bireylerin mutluluk, huzur ve güven içinde yaşamalarını sağlayan önemli bir etkidir. Toplum içinde huzur ve barışın hâkim olabilmesi için ahlaki ilkeler gereklidir. Bireyler, ahlaki ilkeleri gelişme dönemlerinde kazanırlar. Ahlaki gelişim de insan gelişimindeki önemli bir unsurdur ve insanın sosyal, psikolojik, biyolojik gelişimiyle paralellik göstererek şekillenir. Sağlıklı bir ahlak gelişimi için bireylerin içinde bulunduğu toplumun beklenti ve isteklerini de göz önünde bulundurması gerekir. Sosyal medya da hem bireye hem topluma etki eden ve şekil veren mecralardan bir tanesidir. Bu sebeple sosyal medyada da ahlaki ilkelere uygun davranılması bir gerekliliktir.

Din eğitiminde ahlak ilkelerini din belirler. Ahlak ilkeleri doğruluk, adalet, iyilik yapmak, güzel söz söylemek, cana kıymamak, kibirlenmemek, kul hakkı yememek, zina yapmamaktır (Bulut, 2015). Bu ahlaki konular günlük hayatta önemli olduğu gibi yaşantımızı yansıttığımız bir mecra olan sosyal medya açısından da önemli bir konumdadır. Çünkü bilim ve teknolojinin sürekli ilerlemesine bağlı olarak hızlı değişimin faydalı olduğu kadar zararlı yönleri de bulunmaktadır. Bu zararlardan biri de ahlak kavramlarının içeriğinin giderek değişmesi ve buna göre yapılanmasıdır. Ahlaka olan etkisi de sosyal medyanın zararlı yönlerindedir. Sosyal medyada özgür bir şekilde düşüncelerini dile getiren bireyler, görüşlerini belirtirlerken bazı ahlaki değerleri görmezden gelebilmekte ya da bu değerler içi boş bir hal alabilmektedir. Örneğin yardımseverliğin bir reklam aracı haline geldiği sosyal mecralar, bireylerin kendilerini olandan farklı şekilde gösterdiği bir yer haline gelebilmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medyanın olumlu yönlerinin bulunduğunu da belirtmek gerekir. Yardım kampanyalarının düzenlenmesi ile birlik beraberliğin sağlanması, başkalarının sorunları ile karşılaştığında duyarlılık gösterilmesi gibi durumlarla da karşılaşılabilir. Sosyal medyada ahlaki ilkelere uygun yaşanabilmesi için bireylerin informal bir din eğitimi haline gelen bu mecraya hâkim olabilmesi gereklidir. Bu sebeple sosyal medya kullanan her bireye sosyal medyada din okuryazarlığına yönelik donanımların kazandırılması bir gereklilik haline gelmektedir.

2.1.3. Sosyal Medya ve Değerler

Eylemde bulunabilen bir varlık olması açısından insanın tüm eylemleri mutlaka bir “değer” ile ilgilidir. O halde değerleri; insanın eylemlerini belirleyen ilke ya da ilkeler” olarak tanımlamak mümkündür. Değerler insanların eylemlerine ve o eylemin altında yatan gerçek ile bağlantılıdır. Bu sebeple değer ile bağlantılı olmayan herhangi bir insan davranışından söz edilemez (Uysal, 2003). Sosyal medyada da insan davranışları ve değerlerin varlığı söz konusudur. İnsan iyi olanla olmayının ayırımını yapabilme özelliğine sahiptir. İyi diye kabul ettiklerine bir değer verip bunlarla birlikte yaşamak ve bu değerleri koruyup geleceğe aktarmak için çaba içindedir. İnsan iyinin ne olduğunu belirlerken dini benimser ve dinin iyi dediklerine de bir değer yükler (Parladır, 1995).

Sosyal medya değerleri olumlu ve olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Ancak çoğunlukla olumsuz yönde etkilediği görüşü kabul gören bir gerçektir. Çünkü sosyal medya ve internet kullanımı değerleri yozlaştırmaktadır. Değerden yoksun olarak kullanılan anlık ileti ortamlarında bireyler sahip olmadıkları özellikleri var gibi yansıtabilmekte, küfürlü ve argo kelimelerle karşılaşabilmekte, mahremiyetlerini paylaşılabilmekte ve her an cinsellikle karşı karşıya gelebilmektedir (Gümrükçüoğlu, 2020). Ayrıca sosyal medya ahlaki değerleri dejenere etmektedir. Yalan haber ve iftira, uygun olmayan içeriklere erişim ve teşhir, siber zorbalık, gösteriş ve riya bunlara örnektir (Haberli, 2018).

Sosyal medya değer oluşturma sürecinde birtakım rollere sahiptir. Bunlardan birincisi, sosyal medyanın sebep olduğu aşırı bağımlılık nedeniyle bireylerin günlük hayattaki bazı değerleri ihmal etmesidir. İkincisi ise yapılan paylaşımlar ve maruz kalınan paylaşımlardır. Sosyal medyada bireylerin geçirdikleri zamana bakıldığında değerler açısından değişim gözlenmektedir. Değerlerin sosyal medyada yaşanması ve burada algılanması bunun kanıtıdır. Sosyal medyada algılanan yardımseverlik gündelik hayata yansımamaktayken bazen tersi bir durum da yaşanabilmektedir. Görülen bir paylaşımın dolay gerçek hayatta daha yardımsever olunabilmektedir (Ayaydın & Ayaydın, 2018).

Bireylerin değerlere uygun davranışlar sergilemesi ve değerlerin ihlal edilmemesi açısından sosyal medyanın doğru kullanımı önem taşımaktadır. Bireylerin değerlere uygun davranışları sergileyebilmeleri için değerleri sosyal hayatın her alanında

önemsemeleri gerekmektedir. Din eğitimi, ahlak ve değerlerin bireylere aşılmasında önemli bir role sahiptir.

2.2. İNTERNET VE DİN

2.2.1. İnternette İnanç ve Dinî Özgürlük

Din hem tabii gruplar ya da birlikler üzerinde hem de eğitim, aile, siyaset, ahlak ve hukuk, boş zamanlar, dernek, kimlik, sınıf ve tabakalar üzerinde de son derece etkili olan bir kurumdur (Alver, 2016). Dinin bu fonksiyonel özelliğinde olduğu gibi internette de vardır. Bu perspektiften bakılınca internet, ulusal sınırlar ve merkezi kontrolün tekeline aşan, sıkı denetim kuralları dışına çıkabilen, serbest, özgürlükçü ileti fırsatları sunar. İnternet; siyaset, ekonomi, sanat, finans, spor, eğitim, sağlık ve eğlence gibi pek çok alanın yanında din konusunda da kapsayıcı yenilikler ve farklı fırsatlar ortaya çıkarmıştır (Küçükcan, 2005).

Peter L. Berger'in de belirttiği gibi her insan topluluğu için o topluluğun bir dünya inşa etme girişimi söz konusudur. Bu girişimde yer alan çeşitli olgu ve unsurlar arasında dinin özel bir yeri vardır. Bu özel yer din ile insan arasında sıkı bir ilişki olduğunun da göstergesidir (Okumuş, 2014). Günümüz açısından bakıldığında din ve insan arasındaki ilişkide internetin de önemli bir yer ve konuma sahip olduğu söylenebilir.

İnternette bulunan dinî içerikli siteler, internette sörf yapanları; dinlerin sunduğu hizmetler, dini organizasyonlar, dini bilgiler, dini kitap ve makaleler, inançlar, diğer dinlere ait gelenek ve inançları öğrenme ve o dinler haklarında detaylı bilgi edindirmeye yol açmaktadır. Aynı zamanda online dini siteler, camideki namaza, dini törenlere, kilisedeki ekmek ve şarap ayinine, Budist tapınaklarında uzlete çekilmeye, meditasyona davet etmektedirler (Hadden, Cowan).

“Her bireyin din ve vicdan özgürlüğü hakkına sahip” olması, Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi'nin 18. Maddesinde yer almaktadır. Beyannamenin bu maddesi bireye inancını tek başına ya da toplu bir şekilde yaşama hakkını vermektedir (TBMM, 1949). Ayrıca yine bireyin istediği inancı öğrenme, öğretme, ibadet etme, uygulama, kısacası inancının gereği olan şeyleri yerine getirme konusunda takip edebileceği bütün yollara dair özgürlükleri içermektedir. Bu özgürlük anlayışı sadece reel dünyayla ilgili olmayıp sanal dünyada da özgür bir

biçimde kullanılmalıdır. Aksi takdirde sınırlamalar, hukuk kurallarına dayanmayan engellemeler olarak din ve vicdan özgürlüğü konusuna bir müdahale olarak görülebilecektir çünkü “Her bir bireyin din, vicdan ve düşünce özgürlüğüne sahip olması”, bu sahip oluşun; inanç, din veya hak etme anlayışlarındaki gerek bireysel gerekse toplumsal katılımı bir özgürlük olarak gören Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 9. Maddesine de aykırı olacaktır (AİHS, 1950). Aynı madde, bireylere kamuya açık ya da kapalı bir şekilde dinî öğretim, uygulama, ibadet ve seremoni yaparak inancını açıklayabilme özgürlüğü de vermektedir. Böyle bir özgürlüğün sınırlanmasında yasalarca öngörülen kamu güvenliği ve düzeni genel anlamda sağlık ya da ahlakın korunması adına başkalarının hak ve özgürlüklerini koruyabilmek için sınırlandırılabilir. Görüldüğü üzere dini hak ve özgürlükleri sınırlandırabilmenin bunda başka bir gerekçesi olamaz. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’ndeki 9. Madde ile dinin sınırlandırılma istisnaları bu şekilde belirtilmektedir. Ayrıca AİHS’nin 10. maddesinde ifade özgürlüğüne yer verilmiştir. İfade özgürlüğü bir haktır ve herkes bu hakka sahiptir. Bu hakkın yaşanmasında kamu alanlarının müdahalesi olamaz. Ülke sınırları gözetilmeksizin kanaat özgürlüğü, haber ve görüş alıp verme özgürlüğü de bu kapsam içindedir. Bu maddelerin olması devletlerin; televizyon, radyo ve sinema işletmelerini izin rejimine tabi tutmasına da engel değildir (AİHS, 1950). Bu madde, tezde kullanılan sosyal sorumluluk kuramı ile de örtüşmektedir.

2.2.2. İnternetin Din Üzerindeki Etkisi

Din, her dönemde olduğu gibi günümüzde de varlığını devam ettiren en önemli kurumlardan biridir. Kitle iletişim araçları ve sosyal medyanın yaygınlaşması, sosyo-kültürel alanlarda olduğu kadar dinî alanda da çeşitli açılımlara neden olmuştur. Sanal ortam herhangi bir din ya da sosyal bir sınıfa ait değildir. Herkese açık bir ortamdır. Bir bilgisayar ve internet bağlantısına sahip olan her insan iletişim ve bilgiye erişim maksadıyla bu soyut dünyada kolayca dolaşabilir. Din ve internet arasındaki ilişki günümüzde sosyal bilimcilerin dikkatini büyük bir hızla çekmektedir. Bu dünyada yaratılan sanal cemaatlerin varlığı din ve internet arasındaki söz konusu ilişkiye yönelen dikkat yoğunlaşmasının belki de en önemli nedenidir.

Çamdereli'ye göre din dili, medyatik söylemle kendisini ifade etmeye başladığında medyatik söylemin çerçevesi içerisinde kalmakta ve medyatik dilin istekleriyle şekillenmektedir (Çamdereli, 2018). Belki de internet teknolojisinin gelişmesi ve bunun sonucu olarak daha geniş kitlelere ulaşabilmesi ve diğer dinlerle daha rahat etkileşime girebilmesinin nedeni budur. Çeşitli dinî kurumlarca sanal ortama aktarılan bilgiler ya doğrudan kullanıcılara ulaştırılmış ya da paylaşımlarla daha geniş kitlelerin görmelerine imkân sağlamıştır (Haberli, 2014). Böyle bir etkileşimde internetin bir arşiv sistemine sahip olması; buralarda dinî toplantıların, vaaz gibi kayıtların tutulmasının etkin birer faktör olduğunu söylemek mümkündür. Tüm bunlara rağmen dini kurumların birbirleriyle mücadele ettikleri bir alan olarak da internetin varlığından söz edilebilir. Hristiyanlık dinine ait bir kurum olan kiliseler ve onlara bağlı çeşitli dernek ve vakıflar ile İslam dinine ait olan ibadethaneler ve onlara ait dernek ve vakıfların, dinî grupların, tüzel kişilere ait internet sitelerinin, gerçek kişilere ait sitelerin, çeşitli sosyal medya hesaplarının, televizyon kanalları ve gazetelerin, dinî içerikli yayınların varlığı bu anlamda değerlendirilebilir. Ayrıca resmî içeriklere sahip platformlardan da söz edilebilir. Örneğin ilahiyat fakülteleri, imam-hatip liseleri, Diyanet İşleri Başkanlığı, müftülükler ve Kur'an kurslarına ait siteler de burada dile getirilebilir. Bu resmi siteler arasında eğitim açısından önemli bir platform olarak EBA'dan söz edilebilir. EBA(Eğitim Bilişim Ağı)'nın amacı, eğitim teknolojileri aracılığıyla etkin materyal kullanımını destekleyerek teknolojiyi eğitimle entegre etmeye çalışmaktır.

Sosyal medyada insanların ait oldukları inanç ve kültürü tanıtmaya ve diğer toplumlara benimsetme çabasının uzun bir tarihi geçmişi vardır. Bu geçmişte bazen dinî amaçların, düşünce ve bilginin farklı coğrafyalara yayılarak insanlar üzerinde etkili olması istenmiştir (Carey). Örnek olarak mağara resimlerinden matbaaya, matbaadan elektronik medyaya ve hatta günümüz dijital teknolojilerine kadar her araç dinî inanç, düşünce ve bilginin farklı toplumlara nakledilmesi için kullanılmıştır ve de kullanılmaktadır. Dinin sözlü ve yazılı aktarımı geçmişe göre farklı bir yolla gerçekleşmektedir, bu da dijital dünyada kendini göstermektedir. Google, Applestore vb. platformlarda yer alan dini içerikler bunlara örnek gösterilebilir (Çamdereli, 2016).

2.2.2.1. Dinî Algıyı Olumlu ve Olumsuz Yönde Etkileyen Bir Unsur Olarak İnternet

İnternetin dini olumlu yönde etkilemesinden söz etmek mümkündür. İnternette olduğu gibi toplumun yapısında meydana gelen çeşitli gelişmeler dinin lehine yorumlanmaya açıktır. Bu sadece günümüz için değil geçmiş için de böyle düşünülebilir. Örneğin geçmişte yaşanan çeşitli kriz anları, afet ve savaş gibi hem bireysel hem toplumsal açıdan dinin lehine olabilecek çeşitli görünümeler ortaya koymuştur. İnternetin dinin lehine oluşunda Türkiye’de ve birçok ülkede dindarlaşma, cemaatleşme, dini örgütlenme ve dini gruplaşmalar yönünde de etkili olduğundan söz edilebilir.

İnternetin dini olumlu yönde etkilemesinde bir başka örnek de modern olarak adlandırılan toplumlarda ortaya çıkan yeni dini hareketler gösterilebilir. İnternet, geleneksel toplum yapısı ve düzeninde çeşitli değişimleri beraberinde getirdiği gibi bu değişimlerde yerleşik dini yaşantılarda köklü anlayış farklılıkları ya da gelişmelere kaynaklık etmiştir. On dokuzuncu yüzyıl yeni dini hareketlerin grup, akım, cemaat şeklindeki oluşumların ortaya çıkmaya başladığı yüzyıldır. Bu oluşumlar yirminci yüzyıla gelindiğinde, internet aracılığıyla da dikkatleri çekmiş ve önceki zamanlardan daha yaygın ve etkin biçimde yerini almıştır (Şahin, 2016). Söz konusu dinî hareketler küresel bir olgu olarak da kendisini göstermiştir. Çoğu zaman bu görünüşün arkasında yatan gerçek, görünenlerin yerel veya mahalli birer olgu olduğu şeklindedir. İnternet ve küreselleşme aracılığıyla dünyanın dört bir yanına yayılma imkânı bulabilmişlerdir. Örneğin farklı ülkelerde var olan çeşitli hareket, grup ve cemaat gibi oluşumların dünyanın her yerinde görülebilir hale gelmesi buna örnek olarak verilebilir (Yavaşgel, 2016). Bu tür yapılanmalar sayesinde internette bilgiye erişmek bireyin hayatını kolaylaştıran iyi bir yön iken, bilginin kimlerce üretildiği, yönetildiği ve kontrol edildiği önemli bir meseledir. Bundan dolayı internette karşılaşılan dini içeriklerin ve bilgilerin doğruluğu da incelenmesi gereken önemli bir sorundur (Çamdereli, 2016).

İnternet, küresel bir olgu olarak kendini takdim etmektedir. Bu takdim bir fenomen olarak görünmektedir. İnternet çoğulcu bir yapıya sahip ve hızlı bir değişim yaşayan toplumlarda bu yönden geri kalan toplumlara göre çok büyük bir gelişim göstermiştir. Hatta yeni dinî hareket ve oluşumlar, dünya çapında bir gelişim gösterebilmelerini internete borçludur. İnternet bu anlamda bir yönüyle dinî

canlanmaya işaret ederken bir yönüyle de diğer dini grup ve yapılar için bir tehdit unsuru olabilmektedir. Bu türden ayrışmalar; rekabet ve çatışmalara ve dolayısıyla ayrışmalara, huzursuzluklara ve gerginliklere yol açmaktadır.

3. BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma kapsamında elde edilen bulgulara ve tartışmalara yer verilmiştir. Bulgular ve tartışma; araştırma sürecinin içerik analizinin yapılması, verilerin kodlanması, temaların bulunması, verilerin kodlara ve temalara göre düzenlenmesi, oluşturulan temaların araştırmanın problemiyle ilişkilendirilmesi ve ulaşılan bulgular çerçevesinde yorumlar yapılması biçiminde sunulmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler, araştırma sorularına dayalı olarak ele alınmış ve yapılan içerik analizleri sonucunda temalara ulaşılmıştır. Araştırmanın bulguları, belirlenen temalar ve kodlar doğrultusunda tablolastırılmıştır. Katılımcıların görüşleri doğrudan alıntılara yer verilerek aktarılmıştır. Bulgular ve tartışmanın sunulmasında “iç uygunluk” ilkesi gereği amaçlarda izlenen sıraya uyulmuştur.

3.1. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİYLE YAPILAN GÖRÜŞMELERDEN ELDE EDİLEN BULGULAR

Sosyal medyanın 12. sınıf öğrencilerinin din algılarına etkilerini ortaya çıkarmak amaçlı yapılan görüşmeler sonucu ulaşılan temalar şöyledir:

Tablo 4: İçerik Analizi Sonucu Elde Edilen Temalar

Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları
Güvenilirlik
Dinî İçerik
Dinî İçeriğin Niteliği
Sosyal Medyanın Bireysel Dinî Etkisi
Sosyal Medyanın Toplumsal Dinî Etkisi

3.2. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE KULLANIM ALANLARINA İLİŞKİN BULGULAR

Sosyal medyanın 12. sınıf öğrencilerinin dini bilgileri üzerindeki etkilerine yönelik gerçekleştirilen araştırmanın bu bölümünde 12. sınıf öğrencileriyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen verilerin analizi sonucunda öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin “12.sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Durumları”, “12. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Hangi Platformları Kullandıkları”, “12. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Geçirdikleri Zaman”, “ 12. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları” ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmada öğrencilere sorulan “Sosyal medya kullanıyor musunuz?” sorusuna verilen cevapların aynı olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı kullanıp kullanmama durumları Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Durumları

Kullanım Durumları	n
Kullanıyor	25
Kullanmıyor	0

Tablo 5’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin hepsi sosyal medya kullandıklarını belirtmişlerdir. Araştırmadan elde edilen bulgular eşliğinde, araştırmaya katılan 12. sınıf öğrencilerinin tümü sosyal medya kullanmaktadır. Yapılan literatür çalışmalarında sosyal medyanın gençler tarafından yaygın bir şekilde kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır. Araştırmanın 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanımına dair bulguları yapılan diğer çalışmalarla tutarlılık göstermektedir.

Araştırmada öğrencilere sorulan “Sosyal medya platformlarından hangilerini kullanıyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların çeşitlilik gösterdiği ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan 12. sınıf öğrencilerinin kullanıcı olarak yer aldıkları sosyal medya platformları Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Medya Platformları

Sosyal Medya Platformları	n
Instagram	16
Youtube	17
Twitter	14
WhatsApp	3
Telegram	3
Reddit	3
Tiktok	2
Facebook	3

Tablo 6’da araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunun Instagram, Twitter ve Youtube kullanımlarının yanında çeşitli platformları da kullandıkları görülmektedir. Yapılan araştırmada 12. sınıf öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya platformlarının ve sosyal ağların çeşitlilik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. İnce ve Koçak (2017) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin yüzde 47,9’u Facebook’ta zaman geçirdiğini belirtmişlerdir. Twitter ve Instagram kullanımı yüzde oranıyla Facebook’u izlemektedir. Gençlik ve Spor Bakanlığının (2013) yaptığı araştırmanın raporuna göre; araştırmaya katılan gençlerin %89’u Facebook kullanıcısıdır. Facebook’u %57’lik bir oranla Instagram ve Youtube takip etmektedir. Katılımcıların %45 ise Twitter kullanıcısıdır. We Are Social (2021) raporlarına göre Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları Youtube, Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter’dır. Bunların dışında Facebook Messenger, Skype, LinkedIn, Pinterest, Tiktok, Snapchat, Reddit vb. platformlara da yer verilmiştir. Üçer (2016) tarafından yapılan çalışmada öğrenciler. Facebook’u seyrek kullandıklarını, Twitter ve Instagram’da sıklıkla paylaşımda bulunmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Oyman (2016) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların %80’i Facebook, %79’u Whatsapp, %65’i Youtube, %48’i Instagram, %40’ı Twitter, %38’i Msn, %18’i diğerleri şeklinde kullandıkları sosyal medya platformları oranla belirtilmiştir. Özdemir ve Tellan’ın (2020) çalışmasında dünya genelinde en sık

kullanılan sosyal medya platformlarının içinde Facebook, Youtube, WhatsApp ilk üçte olduğu belirtilmektedir. Babacan'ın (2017) çalışmasında katılımcılar arasında %72,9 oranla en çok kullanılan sosyal medya platformu Facebook, ikinci sırada ise 18,2 oranla Twitter olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada ise 25 öğrencinin 17'si Youtube, 16'sı Instagram, 14'ü Twitter'ı kullandıkları belirlenmiştir. 3'er kişilik sınıflamalarla Facebook, Telegram, WhatApp, Reddit bu sırayı takip etmektedir. Tiktok'u dile getiren 2 öğrenci bulunmaktadır. Bu araştırmada öğrencilerin takip ettikleri sosyal medya platformları veya sosyal ağlara ilişkin sonuçlar We Are Social (2021) raporlarıyla uyum göstermektedir. Diğer benzer çalışmalarla farklılık gösterdiği husus ise en sık tercih edilen platformlardaki sıralamadır. Çünkü bu çalışmadaki öğrencilerin bazılarına göre Facebook artık orta yaş grubunun bulunduğu ve çok ziyaret etmedikleri bir platform durumuna gelmiştir.

Araştırmada öğrencilere sorulan “Sosyal medyada ortalama ne kadar zaman harcıyorsunuz?” Sorusuna verilen cevapların çeşitlilik gösterdiği ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin gün içinde sosyal medyada geçirdikleri zamana ilişkin durumlar Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya’da Günlük Geçirdikleri Zaman

Geçirilen Zaman	n
30 dk- 1 saat arası	4
1-3 saat arası	15
3-6 saat arası	6

Tablo 7’de araştırmaya katılan öğrencilerin gün içinde sosyal medyada geçirdikleri zamanın çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. On ikinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı günlük kullanıma ilişkin bulgularda öğrencilerin sosyal medyayı 30 dakika ve 6 saat arası belirli zaman dilimlerinde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dikme (2013) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların %85,6’sın her gün ikişer saatten fazla sosyal ağlarda zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çömlekçi ve Başol (2019) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarına göre Türkiye’de gençlerin sosyal medyada ortalama 4,16 saat vakit geçirdikleri ve geçirilen bu zamanın ortalamanın epey üstünde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gençlik ve Spor

Bakanlığının desteği (2013) ile 26 ilden katılımı ile gerçekleştirilen, gençlerin sosyal medyaya ilgili tutum ve davranışlarını anlamaya yönelik yapılan araştırmaya katılan, yaşları 15-29 arası değişen katılımcılardan elde edilen sosyal medya kullanımına ait sonuçlara göre her üç gençten bir tanesi en az üç saatini sosyal medyada geçirmektedir. Gençlerin %86'sı günde en az bir kez sosyal medyayı ziyaret etmektedir. Oyman (2016) tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların genç oluşu ve sosyal medya kullanım sıklığına arasındaki bağa dikkat çekilmiş ve sosyal medyada buldukları zamana yönelik sonuçlara genel olarak bakıldığında yapılan araştırmadaki katılımcıların %75'inin günlük en az bir saat süre ile sosyal medyada vakit geçirdiği dile getirilmiş ve araştırmaya katılan ve bir saatin üstünde vakit geçirenlerin orana da dikkat çekilmiştir. Durak ve Seferoğlu (2016) tarafından yapılan çalışmada, internet ve sosyal medya kullanım yüzdesinin ülkedeki çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu ve Türkiye'deki coğrafi bölgelere göre de sosyal medyaya erişim şekillerinde farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Türkiye'de internet kullanıcılarının PC veya tablet ile ortalama 4 saat 37 dakika internette, ortalama 3 saat ise sosyal medyada zaman geçirdikleri sonucunu belirtmişlerdir. We Are Social 2021 raporlarına göre Türkiye'de ortalama 7 saat 57 dakika internette, 2 saat 56 dakika sosyal medyada geçiriliyor. Yapılan bu araştırmada öğrencilerin 15'i 1-3 saat aralığında sosyal medyayı kullanmaktadır. Üç saat ve üzeri kullanıma sahip 6 öğrenci yer almaktadır. Üniversiteye hazırlık grubu olmaları sebebiyle sosyal medya kullanımını eskiye göre azaltan öğrenciler de bulunmakla beraber bu öğrencilerin sayısı 4'tür. Ulaşılan sonuçlar benzer çalışmalarla uyumluluk göstermektedir.

Araştırmada öğrencilere sorulan “Sosyal medyayı hangi amaçla/amaçlarla kullanıyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların çeşitlilik gösterdiği ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı hangi amaç veya amaçlarla kullandıkları Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	n
Eğlence	16
Gündem Takibi	4

Bilgi Edinme	8
Vakit Geçirme	4
Hobilere Bakma	1
Eleştirmek	1
Yorum Yapmak	1
Eleştiri Okumak	1
Kafa Dağıtmak	2
Haberleşme	1
Merak	1
Not Tutmak	1
Araştırma Yapmak	3

Yapılan araştırmada 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarının çeşitlilik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Babacan'ın (2017) yaptığı çalışmaya göre öğrenciler sosyal medyayı; iletişim kurmak, film izlemek, haber okumak, oyun oynamak, alışveriş yapmak, araştırma yapmak, müzik dinlemek gibi amaçlarla kullanmaktadır. Gençlik ve Spor Bakanlığının (2013) yaptığı çalışmanın raporuna göre gençlerin sosyal medyayı en çok eğlence (%60) ve bilgi alma/sağlama (%59) amacıyla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal medyada gençlerin yaklaşık yarısı aynı zamanda serbest zaman geçirme (%54), iletişim kurma (%53), gündemi takip etme/gündem yaratma (%51) ve eğitim-öğretim-araştırma (%47) amaçlarıyla kullanmaktadır. Çömlekçi ve Başol'un (2019) yaptığı çalışmada katılımcıların sosyal medyayı daha çok eğlence, gündemi takip etme ve iletişim amacıyla kullanmalarının yanı sıra insanları daha iyi tanımak, kişilere ulaşmak, bilgi paylaşmak ve kişisel sunum amacıyla kullandıkları da tespit edilmiştir. Eren'in (2014) yaptığı çalışmada katılımcıların sosyal medyayı arkadaşlarının gönderdiklerine yorum yapmak, arkadaşlarının fotoğraflarına/yorumlarına bakmak, sohbet etmek, beğendikleri internet sitelerini paylaşmak, kişisel bilgilerimi/fotoğraflarımı paylaşmak, ilginç/komik videoları paylaşmak, mesaj/e-posta göndermek, dersle ilgili bir konuyu araştırmak, ders için hazırladıkları bir

ödevi paylaşmak, arkadaşlarına ödev/dersle ilgili soru sormak, arkadaşlarıyla dersle ilgili bir konuyu tartışmak, arkadaşlarıyla birlikte ödev/proje yapmak amaçlarıyla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yıldız ve Demir'in (2016) yaptığı çalışmada öğrencilerin sosyal medyayı vakit geçirmek, oyun oynamak, sohbet etmek, arkadaşlık kurmak, arkadaşları takip etmek ve kendini tanıtmak gibi amaçlarla kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmanın kullanım amaçlarına yönelik sonuçları da benzer çalışmalarla çoğunlukla uyumluluk göstermektedir. Araştırmaya katılan 12.sınıf öğrencilerinin 16'sı sosyal medyayı eğlence, 8'i bilgi edinme, 4'ü gündem takibi, 4'ü vakit geçirme gündem takibi amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bunlara ek olarak etkileşim, hobilere bakma, merak, kafa dağıtmak, haberleşme, not tutmak, araştırma yapmak, eleştirmek, eleştiri okumak, yorum yapmak amaçlarıyla kullanmaları ortaya çıkan sonuçlardandır.

3.3. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI BİLGİNİN GÜVENİLİRLİĞİNE DAİR BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların sosyal medyada gördükleri dinî veya dinî olmayan paylaşımlara duydukları güven durumuna dair görüşlerine yer verilmiştir. Katılımcıların sosyal medyadan edindikleri bilgilere güven duyma durumunu belirleyen faktörler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 9: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyaya Duydukları Güveni Etkileyen Faktörler

Güvenilirlik
Bilginin Geçerliği
Bilginin Doğruluğu-Yanlışlığı
Bilginin Kaynağı

3.3.1. Bilginin Geçerliği

Sosyal medyada yer alan bilgilerin öznel veya nesnel bilgi olması durumunda bilgi açısından oluşan güven durumunu katılımcı K5: “Hiçbiri tam olarak istediğin şeyi sana aslında biraz da mantığına uyarak yorumladığında gerçekten doğru mu değil mi anlayamıyorsun. Çünkü her yer, hani herkes öyle bir güvenilirmiş gibi yazıyor ki hangisinin doğru olup olmadığına karar veremiyorsun.” sözleriyle ifade

etmiştir. Bununla birlikte her insanın bilgi paylaşması durumu karşısında bilgiye güven duymak için izlediği yolu “Yani herkesin fikrini hani yorumunu görüyorsun, alıyorsun ama şu ana kadar bence hiçbirimiz net bir bilgiye ulaşmamışızdır yani. Hani ben açıkçası kendi adıma konuşayım herkesin yorumunu mesela kadınların kapanması üzerine hani, hani herkesin yorumu, her kesimin yorumunu almayı seviyorum yani, en saçma olsa bile şey yapmayı seviyorum hani hepsini birleştirip kendime göre mantıklı olana hani inanıyorum yani. Hani çünkü net bir bilgiyi sosyal medyadan bulamayızmış gibi geliyor.” sözleriyle açıklamıştır. Karşılaştığı bilgileri kendi süzgecinden geçirerek kabullendiğini belirten bir başka katılımcı ise katılımcılardan K19: “...Genel olarak gördüğüm haberleri ya da gündemdeki olayları kendi süzgecimden geçirerek kabul ediyorum ya da etmiyorum. Çünkü herkes kendi yorumunu yapıyor.” sözleriyle belirtmiştir. Benzer bir durumu katılımcı K18: “Kesinlikle güvenmiyoruz. Sosyal medyada yani insanlar kendi fikirlerine göre özgür bir paylaşım alanı olduğu için insanlar kendi fikirlerine göre bir şey paylaşıyor. Kimsenin fikrinin gerçek olup olmadığını bilmiyorum o yüzden.” sözleriyle sosyal medyanın fikirlerin özgürce belirtilebildiği bir alan olmasının yanında doğru bilginin paylaşılması konusundaki bilinmezliği ifade etmiştir. Nesnel bir bilgiyle karşılaşma durumunda bile bilginin kişinin algısına göre şekillenip öznellikte sonuçlandığını “Yani sosyal medya kişisel bir şey olduğu için evet nesnel bir bilgi paylaşılsalar da kimse bunu algılamıyor. Herkes kendi düşüncesine göre bunu algılıyor ve imm öyle konuşuyor.” sözleriyle dile getirmiştir. K18’in ifadesini destekler nitelikteki bir görüş de katılımcı K25’in “Herkes farklı bir şekilde anladığı için farklı bir şekilde başkalarına anlatabiliyor.” şeklinde belirttiğidir. Öznellik hakkında benzer bir ifadeyi katılımcı K17: “...sosyal medya kişisel olarak değişen bir şey ama...” sözleriyle ifade etmiştir. Din ile ilgili olup kanıt ile desteklenmeden ortaya atılan ve herkesin kendince belirttiği düşüncelerin de sosyal medyada var olduğunu katılımcı K22: “Yani din hakkında herkesin bir görüşü var. Bilip bilmeden herkes konuşuyor. Hepsinin bir fikri var. Hani kanıtı olmadan.” sözleriyle ifade etmiştir.

Ortaya atılan öznel bilgiler üzerinden propaganda yapılışı ile karşılaşan katılımcı K6: “Daha önce hani sırf kaynak paylaşılmış olsun diye paylaşıp, kaynağın objektiflikten çok uzak olduğunu veya kaynağı yazanın tamamen hani saf ortaya argüman atıp, argümanını kanıtlamaya uğraşmadan düz propaganda yapıldığıyla da karşılaştım.” şeklinde dile getirmiş ve güvenilir bir bilginin taşınması gereken

özellikleri “Yani genelde akademik bilgi yazılmış ve mümkün olduğunca öznellikten uzak olan ve... kaynaklar olunca güveniyorum.” sözleriyle belirtmiştir. Kaynağın incelemesini yaptıktan sonra kaynakta yer alan bilginin ne kadar nesnel ve kanıtlanmış olduğunu dikkate aldığını “...ilk önce kendi yorumumla hani kaynakta mesela öne sürülen düşünce ne kadar kanıtlanmaya çalışılmış ne kadar öznel yargılardan uzak bir şekilde bir fikir ortaya atılmış buna bakıyorum.” sözleriyle dile getirmiştir.

Sosyal medyada bulunan bilgilerden ziyade basılı şekildeki kaynaklara güven duyduğunu K9: “Genelde ben bilgi konusunda sosyal medyadan çok kitaplara güvenen bir insanım yani daha elimde nesnel bir ifade olması lazım.” sözleriyle belirtmiştir. Güvenilir ve nesnel bilgi kaynakları arasında birçok ülkeye hitap edebilen sayfaları tercih ettiğini katılımcılardan K20: “Ben en çok uluslararası hani böyle bütün herkese hitap edecek olan sayfaları takip ediyorum...” sözleriyle ifade etmiştir.

Thinktech’in (2017) araştırma raporuna göre sosyal medyada, bilginin kullanıcısı aynı zamanda bilgiyi oluşturup yayınlanmasını sağlayan taraf olabilmektedir. Verilerin güvenilirliği ile ilgili sorgulanan bilgiler çeşitli çıkarılara yönelik oluşturulabilmektedir. Türk’ün (2014) yaptığı çalışmada sosyal medyadaki haberlerin sosyal medya kullanıcısı tarafından bilerek veya bilinçdışı şekilde değişime uğradığı belirtilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları haberi iletmenin bakış açısından etkilenip ya habere katılırlar ve paylaşırlar ya kendi düşüncesine göre şekillendirip paylaşımda bulunurlar ya da haberi itibarsızlaştırmak için yorumlarda bulunurlar. Babacan’ın (2017) çalışmasında sosyal medyanın araç ve kullanım pratikliğine dair temel yaklaşımın; öznenin sınırsız ve sonsuz özgürlüğü etrafında gelişmesi olduğundan bahsedilmektedir. Yapılan benzer çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda, 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyada gördükleri bilgiye duydukları güven durumunun nedenlerinden biri bu platformlarda yer alan bilginin kullanıcıların kendi yorum ve paylaşımına açık olması ile bağlantılıdır. On ikinci sınıf öğrencilerine göre nesnel bir bilgi paylaşılsa bile bu bilgiyi okuyanın algısı doğrultusunda yine bir öznelleşme durumu söz konusu olabilmektedir. Bu sebeple güvensizlik duydukları sonucuna ulaşılma ile birlikte akademik olarak yazılan ve nesnellik barındıran kaynaklara güvenebildikleri de ulaşılan sonuçlardandır.

3.3.2. Bilginin Doğruluğu-Yanlışlığı

Sosyal medyanın kullanım amaçlarından bir tanesi olan gündem takibini katılımcı K3: "...ben daha çok güncel haberleri takip ediyorum bir tek haber olarak." sözleriyle belirtmiş ve bilginin güncel olma durumuna göre güvenilir olduğu durumunu dile getirmiştir. Buna benzer olarak güvendiği belirli kaynakların ismini vererek katılımcı K17: "Ben sadece gazetelerin hani Milliyettir işte onun gibi sayfalara güvenebiliyorum çünkü mesela, bir şey haber net diye bir sayfa oluyor. Oradaki bilgi aslında altı yıl önce gerçekleşmiş bir olayı açıklıyor. Yani aslında hem gündemden uzak hem de doğruluğu kanıtlanmayan bilgiler çok dolaşıyor yani insanlar arasında." ifadeleriyle sosyal ağlarda veya sosyal medyada karşılaşılabilen bir bilginin güncel bir bilgi gibi paylaşılması ancak bakıldığı zaman bu bilgiye dair yakın bir zamanda paylaşım olmamasını dile getirmiş ve güvensizliğinin nedenini belirtmiştir. Sadece sosyal medyadaki dinî bilgiye değil aynı zamanda dinî bilgiye güvenmediğini katılımcı K24: "Bence dinî ve dinî bilgilerin direkt olarak hani bir doğruluğu yoktur. Sosyal medyada da değil bu yani şey sosyal medyada güvenemeyiz zaten o bilgilere, dinî bilgilere hiç güvenemeyiz bence." sözleriyle dile getirmiştir.

Bilginin doğruluğu bilgi açısından önemli bir yere sahiptir ve katılımcı K23: "...doğruluğuna emin olduklarıma tabii ki ama hepsine güvenmiyorum." sözleriyle kendisi için güvenilir bilginin doğruluk ile bağlantılı olduğunu ifade etmiştir. "Bildiklerime genelde ters düşüyor gördüğüm şeyler." sözleriyle kendi bilgisi ile sosyal medyada karşılaştığı bilgilerin tutarlı olmayışını dile getirmiştir. Doğru bilgi kaynaklarına bir örnek vererek katılımcı K21: "Mesela hadisler doğru bir şekilde aktarıldığı için doğru olarak kabul edelim." sözleriyle bilginin aktarımı ve doğruluğu düşüncesini belirtmiştir.

Yapılan paylaşımlardan doğru söylemin ve doğru bilginin güven üzerindeki etkisini katılımcı K2: "Imm mesela rastgele böyle bir şey paylaşan sayfaları hani okuyup falan geçiyorum yani ama mesela daha böyle güvenilir olan, hani mesela dediği şeyler doğru olan yerlere güveniyorum." sözleriyle ifade etmiştir. Güveni sağlamada gerekli olanın bilginin gerçek olması gerekliliğini ise katılımcılardan K11: "...yani gerçek olması gerekiyor bence daha çok paylaşımların, bir şeye dayandırılması gerekiyor ya da daha çok merak edilip arkadaşımın da dediği gibi bir

şeyleri araştırmaya yönelik olursa daha iyi olur.” sözleriyle bilginin doğru ve gerçek bir haldeyse güvenilir olabileceğini dile getirirken “Yani bence, ben güvenmiyorum pek yani gerçekten doğru olduğuna.” sözleriyle dile getirmiştir.

Türk’ün (2014) yaptığı çalışmada sosyal medyanın kullanıcılar tarafından haber üretilen ve herhangi bir konu ile ilgili kendi fikirlerini belirtebildikleri bir mecra olmasından dolayı sınırsız özgürlük ve kuralsızlıkları da beraberinde getirdiğine değinilmiştir. Bu özelliklerinden dolayı yalan ile gerçeğin, iyi ile kötünün, doğru ile yanlışın ayırt edilemediği karmaşık bir ortam oluşturmaktadır. Aynı zamanda sosyal medyadaki haberin doğruluğunu haberin verildiği anda teyit etmenin mümkün olmayışı da bir gerçektir. Tüm bu sebeplerden dolayı sosyal medyanın insanların gerçeklik algısını değiştirdiği ve bunun büyük bir sorun olduğu belirtilmiştir. Kiraz’ın (2020) yaptığı çalışmada sosyal medyada aşırı bilgi yüklemesi durumunun söz konusu olduğuna ve sosyal medyada paylaşılan bilgilerin doğruluğunun gerçekleşmeden yeniden paylaşımına girmesinin sahte haberlerin yayılması problemini de beraberinde getirmesinden söz edilmiştir. Thinktech’in (2017) araştırma raporuna göre sosyal medyanın dinamik yapısı ve artan veri trafiği gibi etkilerle birlikte, geçmiş dönemde bireylerin en temel hedefinin bilgiye ulaşmak iken günümüzde ise en kritik konulardan birinin doğru ve güvenilir habere ulaşmak olduğunu belirtilmiştir.

Sosyal medyada güvene dair yapılan bu çalışmalarda haber ile ilgili ulaşılan sonuçlar belirtilmiş olsa da bu çalışmada 12. sınıf öğrencilerinin dile getirdiği düşüncelerde benzerlikler bulunmaktadır. Öğrenciler sosyal medyada rastgele paylaşım yapıldığını, paylaşımların gerçeklikten, güncellikten uzak ve asılsız olduğunu dile getirmişlerdir. Ayrıca bazı öğrenciler bilginin gerçekliği açısından paylaşımlarından emin oldukları sayfa/hesaplara güvenebildiklerini belirtmişlerdir. Bu sayfalardan bir tanesi geleneksel medyanın sosyal medya uzantısı olan gazete sayfasıdır. Aynı zamanda sosyal medyadaki bilginin gerçekliğine bağlı olarak güven duygularının değiştiği de ulaşılan sonuçlar arasında yer almaktadır.

3.3.3. Bilginin Kaynağı

Bilginin önemi kadar bilginin hangi kaynaklardan edinildiği ve bu kaynakların güvenilirliği de önemlidir. Güvenilir ve tutarlı kaynaklar doğru bilgiye, doğru bilgi de doğru davranışlara yönelten bir yoldur. On ikinci sınıf öğrencileri

sosyal medyada gördükleri bilgi karşısında, bilginin kaynağını merak ettiklerini ve o bilgiyi çeşitli şekillerde araştırdıklarını dile getirmiştir. Katılımcı K6: “Düzgün kaynak belirtilmişse kaynak taraması yaptıktan sonra belki güveniyorum ya da güvenmiyorum. Mesela fikirlerini eğer adı sanı duyulmuş bir üniversitenin makalelerinden kanıtıyorlarsa güveniyorum genelde.” ve “...şu an ‘İlericilik’ diye bir sayfa takip ediyorum. Paylaşılan her bildiri ya da paylaşılan her cümlenin altında eğer bir durum belirtiliyorsa kaynakça belirtilmek zorunda olan bir yer. Genelde din eleştirisi yapıldığında da doğrudan semavi dinlere ‘İlericilik’ adlı sayfada yapılıyor. Kaynak belirtilmesi de güzel oluyor girip bakabiliyorsunuz kaynağa.” sözleri ile güvendiği bir sayfaya örnek vermiş, sayfanın içeriği ve sayfayı katılımcının gözünde güvenilir kılan unsuru dile getirmiştir. Görüşmenin ilerleyen aşamalarında ise güvenilirlik ile ilgili “Daha önce de belirttim. Şeyle alakalı ne kadar kaynak verildiğiyle alakalı.” düşüncesini ifade etmiştir. “... kendisiyle beraber 3-4 kaynakla daha beraber doğruluğu teyit edilebilen kaynaklar olunca güveniyorum.” ifadelerinden sonra görüşmenin ilerleyen aşamalarında “...tabii ki aşırı yüksek derecede bilgi birikimim olmadığı için etraftan bulabileceğim yine adı sanı duyulmuş sitelerden veya üniversitede profesörlerin makalelerinden başka kaynaklardan karşılaştırma yapıyorum. Eğer güvenilir birkaç tane kaynak tutarlıysa orada görüşün genelde doğru olduğunu kabul ediyorum.” sözleriyle birkaç farklı kaynaktan benzer bilgiye rastlandığında güvenebildiğini dile getirmiştir. Benzer bir ifadeyi katılımcı K1: “Benim şey mesela, genelde sosyal medyada tarihle ilgili bilgilere baktığım için bir konu üzerinde birden fazla video izleyebiliyorum. Tutuşan şeylere genellikle inanıyorum daha fazla araştırmaya gerek görmüyorum.” sözleriyle sosyal medyada birçok kaynaktan faydalanıp bunların sonucunda bilgiye güvenme şeklini dile getirmiştir.

Katılımcılardan K15: “Yani güvenilir bir sayfaysa veya bilgi kaynağıysa güvenilir yani ama öyle eften püften şeyler pek kaile şey olmuyor.” sözleriyle sosyal medyada paylaşılan bilginin niteliğine göre güveninin şekillendiğini ifade etmiştir. “...Soylu şeylere güvenilir hani ama mesela full başka bilgi var bir tane dinle ilgili bilgi paylaşmış, onda tereddüt edersin yani.” sözleriyle çok uzun zamandır bilgi edinmede kullanılan sosyal bir ağ veya sosyal medyanın da dinî bilgi edinmede güvenilir olmayabileceğini ifade etmiştir. Katılımcı ilerleyen konuşmalarda “Ya ben de genelde mesela aşırı merak ettiğim bir konu olursa ben de Google üzerinde

arıyorum ya da mesela evde ya tefsir kitapları falan, onlardan var. Boş bir zamanım varsa ona bakabiliyorum ama yoksa Google'dan bakarım.” sözleriyle dinî bir bilgi konusunda güvensizlik yaşadığında başvurduğu kaynakları belirtmiştir. Ayrıca “... Zaten tek bir sayfaya takılı kaldığım zaman çok da güvenilir olmuyor ya, hepsine mesela arka arkaya bir sürü sayfaya bakıyorum.” sözleriyle katılımcı, bilginin güvenilirliğinin tek kaynağa bağlı kalmamakta olduğunu ifade etmiştir.

Güvendiği bir bilgi kaynağına baktığında bilgiye olan taraflılığının şekillendiğini katılımcılardan K7: “Ben de şimdi genelde internette gördüğüm bilgilerin hepsine inanmamak şey tarafındayım ama bazıları yani kaynaktan kaynağa değişir. Mesela güvendiğim bir kaynaktan okuduysam ona taraflı yaklaşım doğal olarak.” sözleriyle dile getirmiştir. Güvenilir bilginin çeşitli kaynaklara bakmakla elde edilebileceği düşüncesine sahip olanlardan katılımcı K8: “...Ama tabii mümkün olduğu kadar çok fazla kaynak taraması yapmaya çalışıyorum. Ama bu hani şey değil oturuyorum internette çalışıyorum değil tabii ki de. O an kafama eserse o şekilde devam ediyorum bilgi almaya.” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada bulunan bilgiyi genel anlamda sevmeyen ve buradan bilgi edinmek durumunda kalırsa da izlediği yolları belirten K9: “...genel olarak sosyal medya herhangi bir bilgi edinme bağlanma konusunda biraz kendi özgün olarak sevmiyorum onun için araştırıp yani belli bir kaynak yani site genellikle ilk çıkan değil de böyle bütün hepsini tarayıp öyle değerlendiriyorum.” sözleriyle dile getirmiştir. Bir başka ifadesinde sosyal medyada gördüğü dinî bilgi veya paylaşımına nasıl güvenilebileceğini belirleyen durumu: “...namaz nasıl kılınırın mesela şeyini araştırmıştım. Sonuçta tamam böyle kılıyoruz da nasıl diye. Bununla ilgili hadisler var. Yani Kur'an'ı da temel alırsak yani bir şeyi varsayarak yaptığımızda Kur'an'da bir şey yazmıyor ama hadislerde yazıyor. Ve o dönemde yaşayan insanların ve işte hazırlayan insanlar böyle işte anlatıyorlar, işte ben bundan duydum. O diyor ki ben bundan duydum deyip böyle anlatıyorlar. Ona göre kesinlik ilkesine göre şeyler var onlardan bakmıştım mesela...” sözleriyle belirtmiş ve din konusunda güvendiği kaynakların Kur'an-ı Kerim ve hadisler olduğunu ifade etmiştir. Dinî bilgi konusunda benzer ifadeleri katılımcı K3: “..., hani biraz öncelikle internet üzerinden araştırma yapıyorum yine tatmin olduğum bir şey bulmazsam ve hani benim için önemli geldiyse hani direkt olarak bir Kur'an mealine bakmaya çalışıyorum. Hani bu şekilde hani ama her şeyde tabii ki Kur'an'da direkt olarak geçmiyor bazı şeylerin

yorumlanması gerekiyor...” sözleriyle belirtmiş ve dinî bilginin güvenilirliği için izlediği yolları ifade etmiştir. En güvenilir dinî bilgi kaynağının Kur’an olduğunu katılımcı K24: “Yani internete bakıyorum yine internete güvenemiyorsam Kur’an’ın mealine bakarım. Zaten en güvenilir orası. Ama genelde ilk olarak yaptığım şey internete bakmak.” sözleriyle ifade etmiştir. Dinî bilgi konusunda araştırma yapmak için yine dinin temel kaynaklarına bakan ve bunu bir arama motoru sayesinde gerçekleştiren katılımcı K11: “İmm Google’dan mesela yazıyorum. O tür ayetlere bakıyorum ya da ne bileyim hadislere bakıyorum. Bu şekilde...” sözleriyle ifade etmiştir.

Sosyal medyada bulunan çeşitli bilgilerin de amaçlarına hizmet edebilmesi açısından güvenilir olma durumlarının değiştiğini düşünen katılımcı K20: “Şimdi bir insan neden bir yanlış bilgi paylaşsın diye düşünüyorum bu bence şeyden dolayı konudan konuya göre değişiyor. Atıyorum böyle magazin sayfası vesaire hani buna baktığım zaman öncelikle doğruluğunu hani şey yapmamaya, çok da umursamam açıkçası ama hani böyle bir şey bilgisi olduğunda, atıyorum bir haber niteliğinde bir bilgi olduğu zaman bunu teyit etme ihtiyacı duyuyorum ama bazı güvendiğim sayfalar da var yani değişiyor evet biraz.” sözleriyle araştırmaya değer konularda güvenilir bilgi kaynaklarına başvurduğunu ifade etmiştir. Güvenilir bilgi kaynakları arasında sosyal medyaya değil de belirli gazetelerin internetteki sayfalarını örnek gösteren katılımcı K18: “Ya ben işte sadece belirli gazetelerin haber sayfalarını okuyorum. Onun dışındakilere güvenmiyorum.” şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı K21: “İnternette bakarak araştırırım.” ifadesiyle karşılaştığı bilginin güvenilirliği için araştırma yaptığını ve bunun için kullandığı kaynağı ifade etmiştir. Yine interneti bilgi kaynağı olarak gören ancak internet kullanıcılarının fikirlerini karşılaştırıp güven sağlamaya çalışan katılımcı K22: “Ben de internete yazıyorum veya karşıt görüşlü olan kişiler bunu zaten belirtiyor. Karşılaştırıyorum. Araştırıyorum ya da internette araştırıyorum öyle.” şeklinde ifade etmiştir. Benzer bir yolu kişileri kıyaslayarak değil de platformlar arası bilgiyi kıyaslayarak izleyen katılımcı K5: “...onun dışında o siteden değil de mesela Instagram’da gördüysem Youtube’daki herhangi bir yerden ya da Google’dan falan araştırabilirim...” sözleriyle ifade etmiştir.

Yalçınalp ve Aşkar (2003) tarafından internet ve bilgi edinme üzerine yapılan benzer bir çalışmada tarafından bu araştırmanın sonuçlarını destekler nitelikte;

öğrencilerin internetten edinilen bilginin güvenilir ve doğru oluşundan şüphe duymaları sebebiyle internetten edinilen veya karşılaşılan bilgileri başka kaynaklar ile kıyaslama ihtiyacı hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır. On ikinci sınıf öğrencilerine yönelik yapılan bu çalışmada ise sosyal medyada gördükleri bilgileri yine başka bir sosyal medya platformunda kıyaslama ya da sosyal ağlarda araştırma ve güven duymaları sonucuna ulaşılmıştır. Henkoğlu ve diğerleri (2015) tarafından ortaokul öğrencilerine yönelik yapılan bir çalışmada, öğrencilerin internetin sağladığı kolaylıklardan faydalanmak istedikleri halde internet ortamındaki bilgiye güvenmemelerinden dolayı basılı kaynakları da bilgiye ulaşmada kaynak olarak kullanma ihtiyacı hissetmemeleri sonucuna ulaşılmıştır. On ikinci sınıf öğrencileri ile ilgili yapılan bu çalışmada da benzer sonuçlara rastlamak mümkündür. Öğrencilerin sosyal medyadaki bilgiye güvenmelerinin bilginin kaynağına bağlı olduğu ve sosyal medyada gördükleri dinî bilgileri dinin temel kaynaklarından öğrenmeye çalışmaları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca güvendikleri bilginin kaynaklarına yönelik olarak videolar, gazete sayfaları, takip ettikleri sayfaların bilgiye kaynakça göstermesi, bilginin kaynağının akademik olması gibi hususlara önem verdikleri sonucuna da ulaşılmıştır.

3.4. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNÎ İÇERİKLE İLGİLİ BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları dinî içerikli paylaşımlar ile ilgili görüşlerine yer verilmiştir. Katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları dinî içerikli paylaşımlarla ilgili kavramlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 10: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Dini İçerikler.

Dinî İçerik
Müslümanlarla İlgili Görüşler
Evrensel Yaklaşımlar
Sosyal Ağlar ve Sosyal Medyadaki Dinî Paylaşımlar
Felsefî Görüşler
Özel Hayatta Din

Din Üzerinden Yapılan Yorumlar
Dinî Bilgiye Tezat Davranışlar

3.4.1. Müslümanlarla İlgili Görüşler

Sosyal medyada dinî içerik açısından Müslümanları yerici paylaşımların yer aldığı katılımcı K2: “Öyle bir algı kesinlikle var bence yani böyle, Müslümanları, İslam’ı falan hani kötülemeyi amaçlı...” şeklinde ifade etmiştir. Farklı felsefi görüşe sahip ya da başka ülkenin vatandaşı olan bireylerin Müslümanlara olan olumsuz bakış açısını katılımcılardan K4: “Bizim adımıza değil ama mesela dışarıdan bakan, ateist olan ya da ne bileyim yurtdışından biri için bunları gören insanlar hani Müslümanlar kötüdür algısı çok daha fazla oluşuyor...” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada popüler olan düşünülen-aslında olan şeklinde çekilmiş videolarda Youtuberların Müslümanlara yönelik olan genel algının yansımaları katılımcı K16: “Evet bazı doğru şeyler de olabiliyor. Müslümanlar, mesela şey falan oluyor. İnsanları çekiyorlar. Türkler nasıl mesela, yabancı uyruklular paylaşıyor. Türkler nasıl zannediliyor falan böyle işte, çirkin çirkin adamlar, böyle saçma sapan yerler yıkık dökük saçma, sonra aslında Türkiye nasıl bir yer, aslında Müslümanlar nasıl deyip gayet güzel ve şık ülkemizi gösteriyorlar. Yaşamımızı gösteriyorlar...” sözleriyle dile getirmiştir. Bunu destekleyen görüş olarak ise katılımcı K20: “...böyle yabancı özellikle youtuberlar, böyle çok takipçili olan youtuberlar aslında Türkiye nasılmış diye video çekiyorlar ya hani orada diyorum ki ah evet camileri falan gösteriyorlar evet diyorum işte böyleyiz aslında.” şeklinde ifade etmiştir.

Kınık ve İltter’in (2019) medya ve Müslümanlar üzerine yapmış olduğu çalışmada incelenen kaynaklar ışığında Müslümanlara yönelik algının çeşitlilik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu algı olumlu veya olumsuz şekillerde Müslümanların nasıl resmedildiğine yönelik olarak ortaya koyulmuştur. Yücesoy’un (2005) medyada İslam ve Müslüman imajına yönelik çalışmasında, medyanın olumsuz algı oluşturmak için içinde çöl, deve, çarşaf, sakal, birden fazla evlilik, petrol zengini şeyhler vb. sahneleri içeren görüntülere yer verildiğinden bahsedilmektedir. Bu tür yayımlarla, Müslümanın çağın gerisinde kalan, yeniliğe ve gelişmeye karşı, insanların özgürlük ve haklarını kısıtlayan bir imaj çizilmesi dile

getirilmiştir. Sosyal medyanın 12. sınıf öğrencilerinin algılarına yönelik yapılan bu çalışmada da benzer algıların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin karşılaştıkları dinî içeriklerde Müslüman algısının kötü yansıtıldığı gerçeği yer almaktadır. Ayrıca yabancı olan youtuberlar tarafından düşünülen/aslında olan şekilde çekilen videolarda Müslüman bir ülke olan Türkiye'nin insanların zihninde olan imajının aksine olumlu şekilde yansıtıldığı da ulaşılan sonuçlar arasında yer almaktadır.

3.4.2. Evrensel Yaklaşımlar

Sosyal medyadan edinilen dinî bilgiler açısından katılımcı K5: "...Mesela İslam dini ne diyor ya da diğer dinler ne diyor, aslında ne hani onları falan dinliyorum." sözleriyle sosyal medyada takip ettiği kanalların içeriğini dile getirmiştir. Bütünleştirici bakış açılarıyla karşılaştığını ise katılımcı K20: "...şeyi görüyorum daha çok işte Müslümanlara saygı duy, Hristiyanlara saygı duy, hani evrensel olarak olayları bütüne yaklaşan insanların gönderilerini görüyorum." sözleriyle takip ettiği sayfalarda karşısına çıkan içeriği dile getirmiştir.

Tokat'ın (2007) çoğulculuk üzerine yaptığı bir çalışmada dinlerin birbirlerine bakış açıları dışlayıcı, kapsayıcı ve çoğulcu tavırlarla ele alınabilir. Sosyal medyanın evrensel olarak kullanımına bakıldığında insanların farklı kültür ve inançlarla karşılaşması eskiye nazaran daha kolay, yakın ve sık bir şekilde olmaktadır. Benzer şekilde 12. sınıf öğrencilerinin de sosyal medyada çoğulcu söylemlere denk geldikleri sonucuna ulaşmak mümkündür. Ayrıca 12. sınıf öğrencilerinden bazılarının çoğulcu yaklaşıma merak duyduğu sonucuna da ulaşılabilir.

3.4.3. Sosyal Ağlar ve Sosyal Medyadaki Dinî Paylaşımlar

Sosyal ağlar ve sosyal medya üzerinden karşılaşılan dinî paylaşımların içeriklerinden biri de her Cuma hemen hemen her insanın karşılaştığı paylaşımlardır. Bu durumun katılımcılardan K24: "... ya da eminim yani herkes her cuma hayırlı cumalar yazısıyla karşılaşıyordur. Ben de karşılaşıyorum." şeklinde belirtmiştir. Bununla birlikte hadislere rastladığını "Yani karşılaşıyorum genel olarak, saygı duymamız gereken kişilerin sözlerine, hadislerle karşılaşıyorum..." ve "En son Hz. Muhammed (s.a.v)'in bir sözünü görmüştüm. Hadisini görmüştüm." sözleriyle dile getirmiştir. Yine hadis ile denk geldiğini katılımcılardan K20: "Gönderi olarak açıkçası

hatırlamıyorum ama bir hadisle ilgiliydi...” şeklinde ifade etmiştir. Bu görüşlere benzer bir görüşü katılımcı K23: “Benim karşılaştıklarım WhatsApp’tan hayırlı cumalar mesajından pek öteye gitmiyor.” sözleriyle çapraz platform olan WhatsApp’ta karşılaştığı dinî içeriği dile getirmiştir. Hayırlı cumalar mesajı ile karşılaşanlardan biri olan K21: “Ben de sadece cuma günleri durum olarak cumanız mübarek olsun tarzı şeyler görüyorum. Bu kadar.” ve “Geldi tabii ki hadis.” sözleriyle ifade etmiştir. Takip etse de etmese de dinî içeriklere rastladığını K17: “Ben daha çok böyle ayet veya hadisler. Ne kadar takip etmesem de karşıma çıkıyor ilginç bir şekilde.” sözleriyle dile getirmiştir. Buna benzer bir durumu bağlantılı olan hesaplardan dolayı yaşadığını katılımcılardan K15: “Aslında şöyle söyleyebilirim benim aslında Facebook hesabım var ama ben aktif kullanmıyorum. Şu an annemin elinde o hesap yani genel olarak mesela annem mesela Instagram’da en çok neye bakıyorsak keşfette de o karşımıza çıkar ya Facebook’ta da aynı şekilde. Benim o yönden çıkıyor karşıma bazı şeyler. Atıyorum mesela ayettir, hadistir veya mesela peygamberimizin bir sünnetidir bilgilendirme olsun böyle hani yazılar oluyor ya mesela onlar falan çıkıyor karşıma...” sözleriyle belirtmiştir.

Ayrıca sosyal medyanın mizaha da ev sahipliği yapan bir mecra olması sebebiyle dinin de mizaha konu olduğunu “Ya gördüğüm şeyler şaka amaçlı yapılan şeylerden öteye gitmediği için...” şeklinde belirtmiştir. Bu görüşü destekleyen ise katılımcı K20’nin: “...Onun dışında bir de din üzerinden prim yapan insanları, böyle mizah yoluyla paylaşan sayfalar üzerinden çok görüyorum hani.” şeklinde ifade ettiği sözleri olmuştur. Sosyal medyada mizaha konu olan dinî paylaşımı K17: “Mesela geçen şey gördüm. Bir tane yine dalga geçme amaçlı caps gibi bir şey var. Şey diyor ki eve gelen kocası işte akşam eğer kadınla cinsel ilişkiye girme isteğinde bulunur ve kadın bunu reddederse bütün gece boyunca melekler o kadını ayıplarmış. Sonra bunun üstünden hani meleklerin kadını ayıplama, ayıplaması çizilerek dalga geçilmiş, fotoğrafları gösterilerek...” sözleriyle örneklendirmiştir. Herhangi bir mizah sayfasının da din ile ilgili bir paylaşımına sahip olabildiği düşüncesini K15: “Ben genellikle kara mizah sayfalarında dini dalgaya vurulmuş şekildeki görsellerle karşılaşıyorum. Yani çoğu, yani çoğu mizah sayfalarında aslında ister istemez bir iki tane gönderi oluyor dinle alakalı.” sözleriyle dile getirmiştir.

Cuma günleri rastladığı mesajlardan bahseden katılımcı K13: “Ben de cuma günleri WhatsApp gruplarında teyzemlerin falan attığı hadis-i şerif paylaştıklarını görüyorum sadece bunlar.” şeklinde bu durumu belirtmiştir.

Sosyal medyada karşılaşılan din içerikli paylaşımların nedenini katılımcı K10: “Ben genel anlamda sosyal medyada dinî içerikli şeyler çıkmıyor, görmüyorum ama Türkiye de genellikle kendine %99’u Müslümanım dediğim için İslam dinini tam olarak bilemiyoruz ama Müslümanım dediği için kendi Türkiye olarak o postlar İslami postlar daha çok öne çıkıyor.” sözleriyle Müslüman bir ülkede yaşandığı için bu paylaşımların sık olduğunu dile getirmiştir.

Gezginci ve Işıklı’nın (2018) yaptığı bir araştırmaya göre Cuma veya bayram kutlamaları hariç Facebook’ta her üç kullanıcıdan birinin dini paylaşımında bulunduğu tespit edilmiştir. On ikinci sınıf öğrencilerinden ulaşılan sonuçlarda nicel bir veri elde edilmese de öğrencilerden bazılarının Facebook ve WhatsApp’ta hayırlı cumalar mesajı ile karşılaşmayan kimsenin olmayacağı görüşünde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sosyal ağlar ve sosyal medyada karşılaştıkları dinî paylaşımların kutlama ve tebrik mesajlarıyla sınırlı kalmadığına, öğrencilerin dinin temel kaynağı olan ayet ve hadislerle, bazı din içerikli dizilerle ve din üzerinden yapılan kara mizah paylaşımlarına denk geldikleri de görülmüştür. Oyman’ın (2016) yaptığı çalışmada, sosyal medyada dinî açıdan özel olan zamanlarda sosyal medyada dinî mesajların yayınlanıp gönderildiği sonucuna ulaşılmıştır. Dinî mesajlar sosyal medyada en çok Facebook ve WhatsApp üzerinden atılmaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinden bir kısmının hayırlı cumalar mesajları veya gönderileri ile karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerden bazılarının bu gönderileri belirtirken WhatsApp ve Facebook’u dile getirmeleri Oyman’ın (2016) çalışmasında ulaşılan sonuçla benzerlik göstermektedir. Yapıcı ve Emre’nin (2018) din ve mizah üzerine yaptığı çalışmada mizahın bazı yönlerine değinilmiş ve mizaha yönelik paylaşımların içeriklerinin çoğunda saldırgan öğelerin varlığı belirtilmiştir. Saldırgan öğelerde özellikle dalga geçme söz konusu olduğunda birey, düşünce ya da kutsal olanın değerini kaybetmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları dinî içeriklerden biri de din ve kara mizahdır. Bununla birlikte sosyal medyada takip ettikleri sayfada din üzerinden mizah yoluyla prim yapan insanların varlığının olduğu düşüncesi de ortaya çıkmıştır. Ayrıca yapılan mizahın dalga geçmeye yönelik olduğuna yönelik sonuçlara ulaşmak da mümkündür.

Yapılan çalışma, Yapıcı ve Emre'nin (2018) çalışmasının bu yönüyle benzerlik göstermektedir. Gül'ün (2016) yaptığı çalışmaya göre sosyal medyanın her türlü bilginin bulunabildiği bir mecra olması sebebiyle burada ayet ve hadis paylaşımlarını yapan İslami sayfalara da denk gelmenin mümkün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. On ikinci sınıfların karşılaştıkları dinî içerikler arasında ayet ve hadislerin de bulunması yapılan çalışmayla benzerlik göstermektedir.

3.4.4. Felsefi Görüşler

Sosyal medyada yer alan felsefi görüşlerin varlığı ve bunların ikon olabilmek için de yapılabildiği görüşünü katılımcı K20: “Ben sanırım şeyi takip ediyordum tabii hatırlamıyorum da Twitter’da böyle deizmle ilgili bir şey takip ettiğimi hatırlıyorum ama dediğim gibi Twitter’a bakmadığım için hatırlamıyorum çok net...Ve kendilerini olabildiğince böyle şey göstermeye çalışıyorlar, nasıl denir kusursuz, mükemmel hani evet gerçekten ikon hani nasıl denir böyle ilham alınması bir şekil. Ve bu bir şekilde mesela dinin insanlar üzerindeki etkileriyle beraber, bunu benim gibi düşünen bir sürü insan var ki şeye yöneliyor, deizme yöneliyor. Yani ben bunu yazan bir sürü insan gördüm ve onlara baktığım zaman ımm şu sonuca ulaşabiliyorum. Evet insanlar kendilerini göstermek için deist olabiliyorlar. Hani ben deistim işte havalıyım, beni örnek alın, güzel, değil mi yani?” sözleriyle sosyal medyadaki mükemmel insan olma çabasındaki bazı kişilerin farklı inançlara yönelmesiyle o kişiyi takip edenlerin de bu inanca yönelebilmelerini dile getirmiştir. Deizm’den farklı olarak katılımcı K6: “...Onun dışında satanizmle alakalı takip ettiğim ve agnostisizmle ateizmle ilgili takip ettiğim sayfalar da var.” şeklinde belirtmiştir.

Başcı'nın (2018) çalışmasına göre, dinin bireye özgürlük sunmayıp yasak ve şiddet ile öne çıkan bir olgu olduğunu söyleyenleri deizm inancına yönlendirmede etkili bir husustur. Koçak'ın (2019) çalışmasında, gençlerin akademik olarak ve sanal ortamlarda dinden uzaklaştıklarına ve dinle gençler arasında bir mesafenin olduğuna değinilmektedir. On ikinci sınıf öğrencilerinin bir kısmının belirttiği görüşlerden ulaşılan sonuç ile yapılan benzer çalışmalar arasında benzerlik görülmektedir.

3.4.5. Özel Hayatta Din

Sosyal medyada insanların giyim, inanış, yaşam biçimini yansıtan paylaşımlarla karşılaşmaktadır. Kadınların giyimine yönelik bir paylaşım ile karşılaşan katılımcı K2: “Mesela kadınların işte neden kapanması gerektiğiyle ilgili. Mesela insanların bir sürü yorumu var.” şeklinde ifade etmiştir. Sosyal medyada din ile bağlantılı giyim olduğunu düşünerek K14: “Çarşafly insanlar, sürekli bu çıkıyor benim karşıma.” şeklinde ifade etmiştir. Müslüman kadının giyim kuşamının yanında davranışlarının da nasıl olması gerektiğini belirten ve eşler arası ilişkiye yönelik bir paylaşım ile karşılaşan K16: “Şeyler falan vardı böyle çok önceki yıllardan böyle, böyle işte şey falan yazıyorlar. Kadın kocasının geldiğinde paltosunu çıkarmalı işte Müslüman bir kadın kocasının yanında güzel giyinmeli, Müslüman bir kadın evde dışarda olduğundan daha güzel olmalı işte kocasına hizmet etmeli, kocasına ilgi göstermeli falan filan gibi böyle şeyler yazıyor...” sözleriyle ifade etmiştir.

Türkiye’de farklı yaşam şekillerinin benimsenememesini dinin yanında kültürün de etkisi ile olduğu düşüncesini katılımcılardan K16: “Türkiye’de neden böyle şeyleri kolay destekleyemiyoruz dersek benim düşüncem imm bizim bir kültürümüz geleneğimiz var geçmişten gelen ve bunlar alışılmış değil. Geçmişten kopamıyoruz ama Amerika vesaire onlar yeni ne çıkarsa kabul etmişler yani bizim karakterimizde olmadıkları için de imm onlar için daha kolay kabul edilebilir olduğunu düşünüyorum.” sözleriyle dile getirmiştir. Bunun akabinde dizi ve filmlerde karşılaşılan farklı ilişki biçimlerinin insanların kendi tercihi olduğunu ve saygı duyulması gerektiği düşüncesini “Şey imm dedi ya hani filmlerde dizilerde işte izliyoruz, etkileniyoruz, daha serbestlermiş vesaire. Bence bunların dinle alakası yok. Lezbiyenlik olsun veya gaylik olsun veya çoğu kişiyle birlikte olmak. Ben hepsini destekliyorum. İnsanlar istedikleri her şeyi yapabilirler. Ben Müslüman olduğum için hani engel olacak bir yorum yapmak zorunda değilim. İnsanlar bence bunu zorunda hissediyor. Ben Müslümansam lezbiyenliği veya gayliği destekleyemem. Bunun gibi serbest şeyleri destekleyemem.” sözleriyle dile getirmiştir. Benzer paylaşımlar ile karşılaşan katılımcı K17: “Şöyle, bende de izlediğimiz filmlerde görüyoruz. Yok işte farklı erkek- erkek ilişkisi ya da Müslüman, kapalı- açık ilişkisi ve benzeri ilişkileri görüyoruz...” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada muhafazakâr insanların bulunduğunu ancak bu muhafazakarlıkta bir değişim gözlemlendiğini katılımcı K8: “Benim de karşıma geliyor doğrusunu söylemek gerekirse Instagram’da olsun Twitter’da olsun vs. ama şeyi fark ettim. Özellikle hani son yıllarda mesela Twitter mecrasında özellikle biraz daha böyle alışık olduğumuz Türk tipi muhafazakâr tipten biraz daha kayış olduğunu gözlemliyorum ben insanlara böyle mahremiyetten biraz daha nasıl söyleyeyim taviz verdiği ya da bazı şeyler konusunda artık yani böyle kendilerine nasıl söyleyeyim geri çekilme mekanizmalarının yavaş olduğu paylaşımlar oluyor. Mesela görüşlerini çok açık belirtiyorlar. Onun dışında bunun ta diğer tarafta da aksini görüyorum tabii ki de. Yani bu şekilde diyorum.” şeklinde dile getirmiştir. Bunun benzeri olan ancak muhafazakar ailenin veya çevrenin baskısına maruz kalan insanların bunu dile getirişini katılımcı K6: “Genel olarak sosyal medyada gördüğüm içerikteki durumlar yani şu an daha çok dinî olan şeylerden ziyade etraftaki insanların muhafazakâr imm tipler veya ailelerinden maruz kaldıkları muhafazakâr baskıdan veya maruz kaldıkları tavırlardan kurtulup sosyal medyada özgürce başka insanlara ne kadar sıkıldıklarını bunaldıklarını açıklayabildiklerini görüyorum.” sözleriyle ifade etmiştir.

Erdoğan’ın (2019) çalışmasına göre, tesettür kadına yönelik baskının bir parçasıdır. Başka ülkeler Müslüman kadınların bu sebeple tesettüre girdiklerini düşünmekte ve bunu kendi istekleri doğrultusunda yapmadıklarını düşünmektedir. Çünkü tesettürlü kadın Batılı kadının fiziki görünüşünü karşısında yer alan bir görünüşe sahiptir. On ikinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyada dinî içerik olarak Müslüman kadın imgesi ile karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç yapılan çalışmadaki düşüncelerle tutarlılık göstermektedir. Özkan’ın (2016) kültür ve din ile ilgili yaptığı çalışmada din ve kültürün, birbiriyle ilişkili bir biçimde ve ikisinin de birbirinin içinde yer alan iki kavram olarak düşünülmelidir. İkisi aynı olmasa da birbirini tamamlayıcı yönleri bulunmaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşleri üzerinden öğrencilerin yabancı dizi ve filmlerde dinin hoş görmediği ilişki biçimleri ile karşılaştıkları görülmüştür. Bu ilişki biçimlerine olan yaklaşım ile geçmişten gelen kültür arasında bağ kurdukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum Özkan’ın (2016) çalışmasının sonucu ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca 12. sınıf öğrencilerinden bazılarının göre tercihlere saygı duyulması ve her insanın istediğini yaşayabilmesi gerektiği düşüncesi de ulaşılan sonuçlardandır. Akgün’ün (2018) sosyal medya ve muhafazakarlık üzerine yaptığı çalışmada, klasik muhafazakâr

düşüncenin temel özelliklerinden birincisinin, değişime şüpheyle yaklaşmasıdır. Muhafazakârlar, toplumsal değer ve kurumların olması gerektiğine inanır ve bunların ortadan kalkmasına karşı çıkarlar. Ayrıca değer ve kurumların işleyişi kaybolduysa bu alanların reformları karşısında radikal tutucu bir duruşa sahip değildirlere. Bu çalışmadaki düşüncelerle 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları muhafazakarlarla yönelik düşüncenin benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Çünkü 12. sınıf öğrencilerinin görüşleri üzerinden muhafazakâr imaj olarak düşündükleri çizgiden daha farklı bir muhafazakarlık şekli ile karşılaştıkları bilgisine ulaşılmıştır.

3.4.6. Din Üzerinden Yapılan Yorumlar

Sosyal medya insanların düşüncelerini yorum yapabilme yoluyla da özgürce belirttiği bir mecradır. Ancak sosyal medya paylaşımlarının altında o konuyla ilgisi olmayan yorumlara rastlamak da mümkündür. Bu durumu katılımcılardan K1: “Benim din içerikli paylaşımlardan ziyade mesela paylaşımların din üzerine yorumlanmaya böyle çekildiği yorumlarla karşılaştığım oluyor daha çok yani mesela imm” ifadesi ile belirtmiş ve buna örnek olarak “Hemen düşünceğim. Mesela atıyorum, bir şey atılmış bir hayvan videosu, biri yazmış ki yüce Rabbim ne güzel yaratmış, hemen onun altında satırlarca biri diyor yok Allah yok, biri diyor hayır var kardeşim falan öyle, bunlarla denk geliyorum daha çok.” şeklinde cevap vererek belirtmiştir. Bu durum hakkındaki benzer görüşleri katılımcı K20: “Ben çok fazla gönderiden ziyade yoruma denk geldim...” şeklinde ifade etmiştir. Benzer şekilde katılımcı K3: “...hani hiç böyle açıkçası direkt olarak dinle alakalı bir gönderiye denk gelmedim ama hani burada az öncede belirttiğimiz gibi her şey, hani bence bu biraz bizim ülkemizle alakalı, yaşanan her olay aslında bir noktada dinle ilgili yorumlanıyor ve hani bence bunlarla ilgili en basit olaylarda bile, hani mesela trafik kazasında bile işin sonu bazen dine ulaşabiliyor. En çok dine maruz kaldığım alan da o oluyor sosyal medya üzerinden.” sözleriyle sosyal medyada karşılaştığı din içerikli paylaşımı dile getirmiştir. Benzer bir durumu katılımcı K2: “Veya aynı şeyin böyle yine büyük bir olayla olmasına gerek yok, mesela atıyorum işte Atatürk’ün yaptığı bir şey olsun hani, dinle alakası olmasa bile insanlar hani dini böyle kullanarak yine eleştirebiliyor...” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada bireyler sadece kendine yakın bulduğu gönderileri paylaşıp yorumlamakla kalmaz. Aynı zamanda başka insanların düşünce biçimleri hakkında da fikir belirtirler. Belirtilen fikirlerden biri de başka insanların dinî görüşleri ile ilgili olmakla birlikte katılımcı K9: "...ama genel olarak şeyleri görüyorum ben mesela başka insanların dinî görüşleri ile ilgili imm düşüncelerini görüyorum." şeklinde bu düşünceyi ifade etmiştir. Yine benzer şekilde katılımcı K6: "Evet benim şu anda mesela benim takip ettiğim aktif olarak semavi dinleri eleştiren veya onlarla alakalı nasıl diyeyim yorumlamalar yapan insanların oluşturduğu topluluklar var." sözleriyle başka insanların dinlerini eleştirmek hakkında bu mecrada bulunan toplulukların bulunduğunu ve bu toplulukların içinde bulunduğunu ifade etmiştir. Katılımcılardan K8: "...Sosyal medyada da böyle sürekli din tartışmalarının olması, ne bileyim dinsel öğelerin olması sürekli gözümüzün önüne gelmesi..." sözleriyle sosyal medyada sürekli din üzerinden yapılan tartışmalara ve dinî öğelere denk geldiğini belirtmiştir.

Güneş'in (2018) çalışmasına göre, farklı ülkeler, Müslümanları tamamen negatif karakterler olarak algılamakta ve hatta herhangi bir İslam ülkesinde trafik kazası bile meydana gelse bunu bile İslam'ın kültürü ile bütünleştirenler vardır. Güler'in (2016) çalışmasına göre sosyal medya din alanına hakimiyet durumları belirsiz kişiler tarafından yorum üretilebilen ve paylaşılabilen bir alandır. On ikinci sınıf öğrencilerinden ulaşılan sonuçlardan biri olarak sosyal medyada dinî veya ladinî konularda sosyal medyadaki içeriklerde ve içeriklerin altlarında yorumla karşılaştıkları bilinmektedir. Bu sebeple Güneş'in ve Güler'in belirtilen çalışmaları ile tezin bulgularında yer alan bu başlıkta ulaşılan sonuç benzerlik göstermektedir. Fakat Güneş'in (2018) çalışmasında sosyal hayattaki herhangi bir olayın İslam aleyhine farklı ülke ve inançlar tarafından yorumlanmasından söz edilirken; 12. sınıf öğrencilerinin görüşlerine bakıldığında herhangi bir konuda bile İslam veya Allah ile ilişkilendirilen hususun kendi ülkesinin vatandaşları tarafından yapıldığı sonucunda farklılık görülmektedir. Bu fark üzerinden gündelik hayatta herhangi bir konuda bireylerin birbirlerini din ile yargılayabildiklerini söylemek mümkündür.

3.5. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNİ İÇERİĞİN NİTELİĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların sosyal medyada gördükleri din içerikli paylaşımların nitelikleri ilgili belirttikleri görüşlere yer verilmiştir. Katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları dinî içeriğin niteliği ile ilgili kavramlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 11: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Dini İçeriğin Niteliği

Dinî İçeriğin Niteliği
Ötekileştirici
Genelleyici
Çelişkili
Yanlış Yönlendirici
Anlamsız
Yüceltici

3.5.1. Ötekileştirici

Sosyal medyanın gruplaşmaya, aynı görüş ve inançta insanları belirli şekillerde toplamaya etkisi vardır. Ancak gruplar arasında bir ötekileştirme ve yargılama durumları da söz konusu olabilmektedir. Bu durumu katılımcı K7: “Bence toplum şeyinde imm direk zıtlıyor çünkü gördüğüm fikirler ya şey fikirleri çok kötülüyor ya da dini yüceltiyor diğerlerini ötekileştiriyor kafır diyor. Sonra yani genellikle böyle çünkü hiç imm hani hep gördüğüm fikirler karşı tarafı ezmek şeyi içinde çok şey görmüyorum tarafsız.” şeklinde belirtmiş ve “...dini aşağılıyorsa o yönde etkileyebiliyor.” sözleri ile düşüncelerinin dinî içeriğin niteliğine göre şekillendiğini dile getirmiştir. Katılımcı K5: “...Diyelim ki bunu Hristiyanlık dinine inanan insanlar yapmış, hemen onlarla ilgili bir ayrışım oluyor yani.” ve “...Mesela şimdi şu algı hani mesela hani İslam dinine karşı olan bir algı var ya hani? Gerek yurtdışında olsun gerek hani ülkemizde olup İslam dinine inanmayıp, ülkemizde İslam dinini, inananları küçümseyen insanları falan görünce açıkçası sinirleniyorum da yani hani.” sözleriyle İslam’a yapılan muamelenin kendisinde oluşturduğu

duyguyu dile getirmiştir. Yine benzer bir durumu inanç ve giyim üzerinden anlatan katılımcı K19: “Ben genelde şey olarak görüyorum. Bir taraf dini olduğu için yargılıyor bir taraf dini olmadığı için yargılıyor. İki tarafın arasında böyle bakıp duruyorum kavga ediyorlar sürekli. Bir taraf böyle başı kapalı olduğu için yaptığını yargılıyor, bir taraf başı açık olduğu için yaptığını yargılıyor. Onun dışında böyle direkt dinle ilgili bir şey...” şeklinde ifade etmiştir. Müslümanların cinsel tercihleri farklı olan bireylere karşı olan tutumlarının sosyal medyada var olduğunu belirten katılımcı K16: “Bence çok fazla var çünkü artık sosyal medya önceden internet yokken sosyal insanlar, çevremiz varken şimdi sosyal medyada çevremiz var ve insanlar orada iletişim haline geçiyor, etkileşim haline geçiyor. Imm ancak hem Hristiyanlık hem Yahudilik yani bütün dinler için konuşuyorum. Çok basit bir yorumla insanlar hemen o dine karşı bir yargıda bulunuyorlar. Mesela Müslümanlar, özellikle Müslümanlarda gördüğüm için söylüyorum, LGBT birliğine karşı çıktığı için işte laf söyledikleri için karşı dinden biri de Müslümanları homofobik olarak görüyor ve direkt damgalıyor. Biz de aynı şekilde Hristiyanları mesela çok rahat olarak damgalıyoruz ama...” sözleriyle bir bazı sosyal medya kullanıcılarının inancından dolayı damgalanabildiğini belirtirken bu kullanıcıların da diğer inanç ve yaşayış stillerine sahip insanları damgalayabildikleri düşüncesini dile getirmiştir. Ayrıca yargılamanın ve ötekileştirmenin sadece farklı inançlara sahip kişiler tarafından yapılmadığını “...Bizim gibi katı olan dinler de var bu şekilde konuşulan bizim dinimizde ama onlar bu şekilde konuşulup da mesela Hristiyanlık da aa böyleymiş deyip aşağılanması olmuyor. Biz kendi kendimizi aşağılamış oluyoruz.” sözleriyle belirtmiş ve sosyal medyada bazı Müslümanların birbirlerini ötekileştirmesini de dile getirmiştir. Yine dışarıdan bir gözle Müslümanların aile ilişkilerini, görünümelerini yargılayan paylaşımların varlığını “...Nasıl açıklarım bilmiyorum ama yani işte Müslümanlar böyle Müslümanlar şöyle ne bileyim, çarşaf falan kadınları koyarak işte bu kadar mı şey? Kocalarına falan bakın gibi böyle aşağılamalar oluyor. Hepimizi böyle zannediyorlar, hepimizi aşağılıyorlar. Yani ben bu şekilde şeyler görüyorum. Yanlış düşünceler...” sözleriyle ifade etmiş ve Müslüman bir kadının aşağılanması ile tüm Müslümanların aşağılandığı düşüncesini dile getirmiştir. “İşte bunu yapıyorlar ama bir yandan diziye Müslüman birini koyup işte o biriyle birlikte olamıyor Müslümanlık böyle gibi bizi, Müslümanlığı da bir tık aşağıladıklarını düşünüyorum ben.” sözleriyle bir dizide rastlanan Müslüman modeli ile oluşturulan algıyla ilgili düşüncelerini dile getirmiştir.

Tesettürlü kadınların mizaha konu olmasını katılımcı K14: “Ama benim aklıma şey geliyor. Aklıma değil gördüğüm genel olarak hep böyle mesela türbanlı, kapalı kadınlarla alakalı. Hep böyle dalgaya vurma merakı var.” şeklinde ifade etmiştir. Haberlere de Müslüman kadının giyiminin konu olduğunu belirten katılımcı K11: “...Genellikle haberler izlerken yani böyle dehşet şekilde kapalı insanlara karşı imm bir dalga geçerlilik var yani. Kötü niyet, önyargı.” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada karşılaştığı dinî içeriğin niteliğinin aşağılayıcı olduğunu katılımcı K10: “...indirici veya daha aşağılayıcı şeyler de oluyor. Ama genelde önüme çıkan aşağılayıcı şeyler olduğu için...” sözleriyle ifade etmiştir. Sosyal medyada kullanılan ötekileştirici dilin yarattığı toplumsal yapıyı katılımcı K4: “...O yüzden kutuplaşmalar daha yaygınlaşmaya başlıyor ya da daha ırkçılık artıyor falan.” şeklinde ifade etmiştir. İnsanlar arasındaki kutuplaşma ve ayrışmanın arttığını belirten bir diğer katılımcı K22: “Ya din konusunda insanları çok fazla ayrıştırıyorlar. Aslında tam olarak ortak noktamız olması gereken bir şey. Ama mesela dini kullanan çok fazla kişiler ve kurumlar olduğu için...” sözleriyle ifade etmiştir. Ancak dinin ayrıştırıcı değil birleştirici bir yönünün olması gerektiğinin farkında olduğunu da ifadelerinde belirtmiştir. Karşılaştığı paylaşım ve bilgiler karşısında ötekileştirmemeyi seçen katılımcı K6: “Yani evet genelde araştırmadan yargılamamayı tercih ediyorum çünkü ben birisiyle sohbet edip tartışırken beni zor duruma sokabiliyor hem de yanlış yargılara varmam hani ileriki zamanlarda çok daha çeşitli sıkıntılara yol açabilir.” sözleriyle yargılayıcı tavrın sonuçlarının neler olabileceğini dile getirmiştir. Kendi tavrının aksine sosyal medyada değerlere yönelik yapılan alay edici paylaşımlarla karşılaştığını da “... Dinî öğelerle dalga geçici paylaşımlar yapıp insanların kalplerini kırmaya çalıştıklarına şahit oldum ya da bu tarz durumlar yapmaya çalıştıklarını gördüm genel olarak.” sözleriyle ifade etmiştir. Sosyal medyadaki bu ayrıştırıcı ortamı katılımcı K1: “...Birileri, herkes bir şey diyor sonra biri ona karşı çıkınca 25 kişi karşı çıkana saldırıyor. Otuz kişi de o saldıranlara saldırıyor. Böyle kanserojen bir ortam oluyor.” sözleriyle dile getirmiştir.

Menekşe'nin (2005) medya ve din algısı üzerine yaptığı bir çalışmada, diğer ülkelerde medyanın İslam'a yönelik verdiği haberlerin çoğunlukla tarafsız ve objektif yayınlara rastlanmadığı belirtilmektedir. Ancak Hristiyanlıkta ve Musevilikte dinlerinde olumlu karakterler olarak din adamlarının canlandırıldığı ve sevimli bir

şekilde yansıtıldığı görülmektedir. İslam dini için aynı hassasiyeti görmek çok mümkün değildir. On ikinci sınıf öğrencilerinin Menekşe'nin çalışmasına benzerlik gösteren yönü; İslam'ın katı ve kötü yansıtılmasıdır. Ancak bu iki çalışmanın birbirinden ayrıldığı nokta ise öğrencilerin yabancı ülkelerin kaynaklarının değil de kendi dinindeki insanların Müslümanlığı ve Müslümanları kötü göstermesi ve İslam'dan daha katı olan başka dinlerin bulunmasına rağmen o dinlere karşı böyle bir ayrışmanın ve aşağılamanın gerçekleşmediği yönündedir. Öğrencilerin bazılarının görüşlerinden elde edilen sonuçlardan bir diğeri ise Müslümanlara yapılan damgalamanın aynısının Müslümanlar tarafından başka dinlerin mensuplarına ve farklı yaşam tarzını benimseyen kişilere karşı yapıldığıdır. Tozlu'nun (2018) yaptığı bir çalışmaya göre sosyal medyada şahit olduğumuz çeşitli tekfir paylaşımları bulunmakla birlikte bu durum geçmişteki gibi günümüz açısından da sosyal medyada ciddi bir problemdir. Sosyal medyada karşılaşılan paylaşımlarda karşıdaki kişiyi ötekileştirmek ve kişinin dinî inancına bağlı olarak hakkında bir karar verme ile bağlantılı çeşitli örneklere rastlandığı sonucuna ulaşılmıştır. On ikinci sınıflardan elde edilen bilgiler ışığında, insanların birbirlerini inanışlarından dolayı kafir diyerek damgalaması ve buna benzer durumların giyim tarzı üzerinden tesettürlü-tesettürsüz şeklinde de sosyal medyaya yansıtıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırma bu yönüyle Tozlu'nun (2018) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca 12. sınıf öğrencileri ile yapılan bu çalışmada Müslüman kadının giyiminden dolayı ötekileştirilmesinin yansımalarını görmek de mümkündür. On ikinci sınıf öğrencilerinden bazıları kendi giyim tarzları ile benzerlik göstermese de tesettürlü bir kadının aşağılanmasını tüm Müslümanları aşağılamakla eş değer görmektedir. Ötekileştirici davranışların kutuplaşmalara da yol açtığı çalışmada ulaşılan sonuçlar arasındadır. Bu sonuç ise Özdemir'in (2020) yaptığı çalışmada yer alan sosyal medyanın kutuplaştırıcı etkisi ile benzerlik göstermektedir.

3.5.2. Genelleyici

Sosyal medyada karşılaşılan olumsuz algı uyandıran dinî içeriklerde yaşanan olayı bütün Müslümanlara atfedilmesi durumu ile karşılaşılmaktadır. İslamofobi bunlardan biridir ve bu konuda katılımcı K5: "...hani sosyal medyanın genelinde yani veya diyelim ki bazı terör örgütleri yapmış. Hemen Müslümanlıkla ilgili öyle yani genel olarak yaşadığımız kötü olayların hepsini belli bir dine sürekli ötelemeye

çalışıyormuşuz gibi yani hani.” şeklinde ifade etmiştir. Yine yaşanan ağır suçların failinin bir Müslüman olması durumunda bütün Müslümanların olumsuz eleştirisi altında kaldığını katılımcı K2: “...Veya yine herhangi bir şey hayvanlarla ilgili bir şey olsun veya hani cinayet haberi olsun, tecavüz haberi olsun gene hani dini kullanarak mesela işte yapan kişi Müslümansa direkt Müslümanlığa hani laf gelebiliyor, eleştirisi gelebiliyor.” şeklinde ifade etmiştir.

On ikinci sınıf öğrencilerinden birkaçının sosyal medyada karşılaştığı dinî içerikte, yaşanan kötü bir hadisenin faili bir Müslümansa bütün Müslümanlar bu kötülüğü işliyormuş gibi bir yansıma ile karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Güneş’in (2018) medya üzerine yaptığı bir çalışmada, 11 Eylül sonrası dünya mediasında ilk sırada gelen konunun İslam ve terörizm olduğu ve bu sebeple terörizmin, Müslümanlar ve Orta Doğu ile özdeşleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer bir şekilde 12. sınıf öğrencilerinin de bazı grup veya insanların yaptıkları bu tür faaliyetlerin sosyal medyada genelleyici bir şekilde yer almasının farkında oldukları sonucuna ulaşmak mümkündür.

3.5.3. Çelişkili

Sosyal medyada hem davranışlar hem de bilgilerin tutarsız olduğu durumlarına rastlanılmaktadır. Bu durumun davranışsal boyutunu katılımcılardan K1; “Bu sizin sorunuzun tam cevabı mıdır bilemeyeceğim ama atıyorum mesela Müslüman olduğunu iddia eden insanların hiçbir Müslümana yakışmayacak hareketler yaptığı falan oluyor. Sosyal medyada bunları yayınlıyor.” şeklinde ifade etmiştir. Bilgiler açısından olan çelişkili durumu ise katılımcılardan K20: “...Bunları gerçekten teyit etme amacı duydum normalde geçerim hani ilgilenmem. Ama bakıyorum ve bazıları gerçekten çok çelişkili oluyor. Doğru da çıkmıyorlar.” şeklinde ifade etmiştir.

Sütüoğlu’nun (2015) kimlik inşası üzerine yaptığı bir çalışmada, üretilen kimliklerin sanal dünyadaki tüm imkanları kullanarak, kişinin arzuladıkları ve gerçek arasında kurduğu dengeyle birlikte yeniden oluşturulmakta ve melez bir hal almaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerinden elde edilen sonuçlara göre benzer çalışmadaki kimlik algısına benzer bir duruma rastlanılmaktadır. On ikinci sınıf öğrencileri üzerinden ulaşılan sonuçlara bakıldığında sosyal medyada bulunan ve Müslüman kimliği taşıyan bireyler de sanal ortamda yeniden bir kimlik oluşturmakta

ve bazen bu kimlik Müslüman kimliği ile çelişkili sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir demek mümkündür. Ayrıca bu araştırmada, sosyal medyadaki bilginin gerçekliğine dair yapılan tartışmanın başlığındaki kaynaklarla benzer sonuçlar gösterebilecek bir sonuç olarak; kişinin davranışının yanında sosyal medyadaki din içerikli paylaşımın da çelişkili olabildiği sonucuna ulaşılmıştır.

3.5.4. Yanlış Yönlendirici

Sosyal medyada bulunan dinî içerik üzerinden yapılan yanlış yorumlar sebebiyle insanların dinî emirler ile uyuşmayan davranışlara yöneltildiğini katılımcılardan K9: "...Yaptıkları yorumlar ve yaptığı şeyler mesela insanların işte din kapanın diyor ama onu yanlış anlatan insanlara göre bilerek açılıyorlar." sözleriyle ifade etmiştir. "...işte mesela kadına şiddeti örnek vereyim... Bunu kötüye kullanan kadınlar var ve en önemlisi dinin söylediği şey şu mesela imm diyor ki kadınları hoş görün. Ne derler ona? Kadınlar sizden bir parçanız onlar da insanlar çocuklar gibi erkekler gibi onların hiçbir farkı yok. Onları koruyup gözetmeniz onları yüceltmeniz gerekiyor diyor ama insanlar da dini yanlış anlattıkları için de onlara karşı bir şey oluşmuş eskiden, sonrasında da sırf bunu yapmamak için tersine psikoloji uyguluyorlar ve feminizmin feminaziliğe dönüşen bir formuyla karşılaşıyoruz." sözleriyle zamanında anlatılan yanlış bilginin günümüze yansımalarını ve bunun dinin aksi yönünde şekillendiğini belirtmiştir. Bu görüşü destekler nitelikte katılımcılardan K10: "... Ve bunu ilerleyen aşamalarda da bu sözlerin çarpıtılması ve yeni nesile kazandırılması o yüzden olduğu anlamına geliyor sadece bunu belirtmek istemiştım." sözlerini dile getirmiştir. Yine benzer bir şekilde katılımcı K7: "...yani imm çok çarpıtılan şeyler oluyor bu yüzden." şeklinde ifade etmiştir. Bunun yanında kastî olsun veya olmasın dinin kaynaklarından biri üzerinden yapılan bir yorumun çıkarlara hizmet ettiği görüşünü katılımcı K1: "Çünkü mesela şey, o bilgiyi paylaşan kişi mesela iyi niyet ya da kötü niyetli fark etmez, bunu genellikle araştırmadan yapıyor ki onun dışında kötü niyetli olarak atılan sözler de olabiliyor. Imm bir şeylerin yorumu mesela yanlış yorumlanmış atıyorum Kur'an-ı Kerim'den bir ayet, o yorumun yanlış olması işine gelen insanlar hemen bunu yapmak istiyor falan, bu tarz şeyler çok fazla yaşanabiliyor." şeklinde ifade etmiştir. Bunu destekler nitelikteki bir ifadede katılımcılardan K4: "Ya bir de şey dinle ilgili kendi fikirlerini beğenenler, genelde fikrini beğendikleri için, sanki

kesin öyle gibi anlattığı için insanlar direkt ona inanabiliyor mesela cahil kesim.” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada dinin de malzeme edildiği paylaşımlara bakıldığında katılımcı K16: “Yani evet şey falan da çok kötü mesela işte kadın açık olduğu için tecavüz edildi veya o şekilde Müslüman olmadığı için, kapalı olmadığı için gibi şeyler oluyor. Bu da bir tık insanlık adına kötü oluyor üzülüyorum yani.” sözleriyle sosyal medyada oluşturulan algının yanlışlığını ve bu durum karşısındaki duygusunu dile getirmiştir. Sosyal medya platformlarından biri olan Twitter hakkında ise genelde yargılamak adına hani, Twitter’da vesaire işte davranışlar çok yanlış lanse ediliyor.” şeklinde ifade etmiş ve olayların yanlış yansıtıldığını belirtmiştir.

Sosyal medyada mizaha konu edilen dinî içeriğin ayrımını yapamama durumunda Katılımcı K17: “...Mizah ama aşırı derecede katıldığı için mesela bunu okuyan kişi bunun doğru olduğunu düşünebilir. Hani orada bir yanlışlığa düşüyor insan” şeklinde sonuçları ifade etmiştir.

Sosyal medyada bulunan ve olumsuz yönüyle dine yaklaşan haberlerin varlığını katılımcılardan K12: “Haberlerde hiç güzel şeylere yer vermiyorlar yani daha çok kötü yöne çekiyorlar dini o yüzden pek de hoş değil bu durum bence.” şeklinde ifade etmiştir.

Kiraz’ın (2020) sosyal medyada yalan haber üzerine yaptığı bir çalışmada, bireylerin farkında olmadan manipüle edici ve sahte haberlerin yayılmasında rolü olduğuna değinilmiştir. Sosyal medya platformlarındaki kullanıcılar, bilginin doğruluğunu sorgulamayıp paylaşımda bulduklarında yanlış haberin yayılmasına neden olmaktadır. Kiraz’ın çalışması ile 12. sınıfların din algısına yönelik yapılan bu çalışmada benzer sonuçlara rastlanmıştır. On ikinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları dinî içeriğe yaklaşımlarında, iyi veya kötü niyetin farkında olmadan kişilerin Kur’an ayetlerinin yanlış yorumlanması hususunda yanlış bir yönlendirme etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte belirtilen bir diğer husus ise yanlış yönlendirici niteliğe sahip içeriğin bazı kötü niyetli kişilerin çıkarları için kullanabildikleridir. Tiyek’in (2017) sosyal medyada ayetlerin paylaşımına yönelik çalışmasında, Kur’an ayetlerinin paylaşımının yaygınlaşması ve ayetlerin günlük hayatın bir parçası durumuna gelmesi açısından bakıldığında, sosyal medyadaki önemli olaylara yönelik ayet paylaşımının arkasında çok da masum

olmayan sonuçların ortaya çıktığı görülmüştür. On ikinci sınıflardan elde edilen bulgular ışığında ulaşılan sonuçlar Tiyek'in (2017) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Bununla bağlantılı olarak dinin emir ve yasaklarının da yanlış anlaşılmasıyla bireyin yanlış davranışlara yöneldiği ve ayrıca insanların yanlış algı yaratan yorumlarından dolayı da yanlış davranışların ortaya çıkabildiğini söylemek mümkündür.

3.5.5. Anlamsız

Sosyal medyada bazı görsellerin paylaşımı esnasında görsele uyum sağlamayan sözlerin yazıldığını katılımcı K22: “Ya hadisleri yazıyorlar. Alakasız fotoğraflar ve alakasız konular oluyor. Öyle olunca çok sinirleniyorum ve şu zamanlarda deprem oldu ya hani onunla alakalı çok saçma şeyler var hani. Zina tablosu var mesela. Öyle şeyler. Ya çok alakasız geliyor zaten bir sürü de hani buna karşı çıkan insanlar da var. Goy goya vuran insan da çok fazla var. Öyle şeyler.” sözleriyle İzmir’de yaşanan depremin ardından zina yapıldığı için deprem olduğu yorumlarından ve buna karşı olan tutumlardan bahsetmiştir.

Sosyal medyada denk gelen din içerikli paylaşımlar için katılımcılardan K7: “...Bazılarında da direkt saçmalık diye hiç şey yapmıyorum.” sözleriyle ifade etmiştir. Katılımcı K3: “Ben karşılaştığım şeylerde genellikle hani çoğunlukla hani yüzde seksen oranında hani tamamen saçma oluyorlar. Hani bunu gördüğüm an hani direkt olarak hani hiç etkileşime girmeden geçebilirim...” sözleriyle saçma paylaşımlara denk geldiğini ve bu durumda ilgisiz kaldığını belirtmiştir. Bunun aksine gördüğü paylaşımından dolayı bilgiyi doğrulama ihtiyacı duyduğunu belirten katılımcılardan K20: “Ben çok fazla gönderiden ziyade yoruma denk geldim hani gönderiye de denk geldim böyle önüme ne yazık, çıktı. Imm açıkçası hiç böyle akıl sır erdiremeyeceğim şeyler gördüm hani. Bunları gerçekten teyit etme amacı duydum normalde geçerim hani ilgilenmem.” şeklinde ifade etmiştir. Din ile ilgili olan bir paylaşım hakkında katılımcılardan K16: “...Kesinlikle yayımlanmış, doğru olarak yayımlanmış ama böyle saçmalıkları gün yüzüne getirmek ki kaç yıl önceki şeyler... Bilmiyorum bana saçma ve anlamsız geliyor.” şeklinde ifade etmiştir.

On ikinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyadaki dinî içeriklere yönelik olarak alakasız bilgi ve görsellerin altında, paylaşımınla bağı olmayan yorumlara denk geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları

dinî içeriklerin anlamsız, saçma, akıl sır erdirilemeyen nitelikte olduğu ve bu sebeple kimi öğrencilerin içeriği dikkate almadan geçip gitmesi kiminin de gördüğü paylaşım karşısında araştırma ihtiyacı duyması sonucuna ulaşmak da mümkündür.

3.5.6. Yüceltici

Sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriğin nitelikleri bir önceki başlıklarda hep olumsuz yönde olsa da bazı katılımcılar dinî içeriğin yüceltici nitelikte de olabileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcılardan K7: “Şimdi ımm gördüğüm bazı şeylerde şimdi dini yüceltiyorsa o yönde etkiliyor ya da...” sözleriyle ifade etmiştir. Katılımcı 10: “...İslami postlarda da genellikle İslam’ı biraz yüceltici şeyler olduğu gibi...” sözleriyle karşılaştığı içeriklerin niteliklerinden birinin de yüceltici olduğunu belirtmiştir.

On ikinci sınıf öğrencilerinden araştırmaya katılan birkaç öğrenciden sosyal medyada gördüğü dinî içeriklerin dinî yücelten nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Menekşe'nin (2005) çalışmasına göre İslam ve Müslümanlık medyada kötü lanse edilmekte ve hak ettiği değeri görememektedir. On ikinci sınıf öğrencilerinin karşılaştıkları dinî içerikten ulaşılan sonuca bakıldığında ise Menekşe ile bu noktada farklılaşma görülmektedir. Çünkü 12. sınıf öğrencilerinin gözünde İslam’ı hep ötekileştiren, genelleyen içeriklerin yanında yücelten içeriklerin de olduğunu söylemek mümkündür.

3.6. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNÎ İÇERİĞİN BİREYSEL ETKİLERİ İLE İLGİLİ BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları din içerikli paylaşımların öğrenciler üzerinde oluşturduğu bireysel etkiyle ilgili görüşlerine yer verilmiştir. Katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları dinî içerikli paylaşımların oluşturduğu bireysel etkiyle ilgili görüşlerine yönelik kavramlar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 12: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Paylaşımların Bireysel Etkisi

Sosyal Medyanın Bireysel Dinî Etkisi

Olumlu Etki	Olumsuz Etki
Doğru-Yanlış Ayırt Etme	Bilişsel Anlamda Değişim
Araştırmaya Yönelme	Duygusal Açıdan Değişim
Eleştirel Düşünceye Yönelme	
Manevi Açıdan Destekleyici	

3.6.1. Olumlu Etki

3.6.1.1. Doğru- Yanlış Ayırt Etme

Dinî emirin toplumu geliştirici etkisi bilinen bir gerçektir. Bu gerçek ışığında katılımcı K20: "...Ama arkadaşımın da dediği gibi ona şöyle bir ekleme yapacağım. şimdi din eskiden şeymiş imm böyle bilim, sanat, işte her ne varsa etkisi varmış çünkü dinin emrettiği bir şey var o da "Oku!". Hani insanlar hakikaten bunun üzerine çalışmışlar, böyle bir uğraş vermişler, bir emek vermişler. O yüzden böyle düşünöldüğünde din, seni böyle daha çok akıl yolunda ilerletebilir. Hani gerçekten daha fazla diyebilirsin ki ben Müslüman olabilirim. Böyle bakmıyoruz. Daha çok işte arkadaşımın, diğer arkadaşımın dediği gibi daha çok olumsuz yönlerine bakıyoruz ama olumlu yönleri de imm geçmişe baktığımız zaman daha da çok var." sözleriyle belirtmiş ve dini emirlerin insanlar tarafından hayata geçirilmesi durumunda olumlu sonuçlarının da yaşanmış ve yaşanabilecek oluşunu dile getirmiştir.

Bireylerin ailelerinden öğrendikleri dinî bilginin önemli olduğunu gösteren bir düşünceyi katılımcı K16: "Ya benim algımı değiştirmiyor. Benim din bilğim bana gayet yeterli. Küçüklüğümde beri hani ben doğru şeyler öğrendiğimi düşünüyorum çünkü ailem bana tutup da yanlış şeyleri öğretmeyecek, değil mi? Doğru şeyleri düşündüğümü düşünüyorum ve yanlış bir şey gördüğümde bu zaten yanlış diyorum ve geçiyorum. Bu doğru, sonunda doğru bir şey çıktı karşıma diyorum ve geçiyorum. Bu kadar benim için." ifadeleriyle yetiştirilirken ona verilen dinî bilgiye güvendiğini ve dinî bilgi konusunda kendisini yeterli düzeyde gördüğü için sosyal medyada karşılaştığı dinî içerikli bir paylaşımın katılımcının algısına etki etmediğini belirtilmiştir. Kendi dinî bilgisine duyduğu güvenden dolayı insanların sosyal medyadaki davranışlarının sebebini bildiği düşüncesini "Ben teyit etmiyorum çünkü bilğim yeterli yani zaten yapılan mizahlar, konuşulan şeyler sosyal medyada insanlar

bilmediği için konuşuyor ve benim bildiğim şeyler onların o kadar üstünde ki hani...” ve “...Yani ben araştırmıyorum çünkü yeteri kadar şey bildiğimi düşünüyorum dinde, ya sadece çok şey bildiğim için de üzülüyorum böyle şeyleri görünce, keşke cahil olsam.” sözleriyle dile getirmiştir.

Dini mizah haline getiren sayfalar karşısında etkilenmeme sebebini katılımcı K17: “Mesela Instagram veya Twitter’da yapılan herhangi dinle ilgili gönderide bu beni etkilemiyor hani çünkü ya mizah anlayışı ya mizah amaçlı yaptıklarını biliyorum ya da dalga geçme amaçlı başka bir grubun paylaştığını biliyorum.” şeklinde ifade etmiştir. Bunu destekleyen düşünceyi katılımcı K13: “Onlara denk geliyorum da ya onlar kurgu olduğu için çok da beni şey yapmıyor hani.” şeklinde dile getirmiştir.

Sosyal medyada gördüğü dinî bilgi karşısında bakış açısından kaynaklı bir etkinin yaşandığını katılımcılardan K22: “Çünkü görerek bunları öğrendiğimiz için hani çevren ne kadar değişirse değişsin bazı şeyler asla değişmiyor din konusunda. Mesela hani farklı gözle bakamıyoruz hiçbir şekilde at gözlüğü ile bakıyoruz. Hani farklı bir şey bize korkunç veya bu kesin yanlış gibi geliyor ama aslında öyle değil.” sözleriyle belirtirken bu durumun farkında olduğunu da göstermiştir.

Sosyal medyada farkındalığa yönelik çeşitli araştırmalara rastlanmıştır ancak bu çalışmalar sosyal medyaya veya dine yönelik bir içerik barındırmamaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerinden elde edilen bilgiler ışığında, sosyal medyada karşılaştıkları dinî içerik karşısında kendi din bilgilerine güvendikleri, karşılaştıkları içeriklere yönelik farkındalık sahibi oldukları ve bu sebeple karşılaşılan paylaşımlardan düşünsel anlamda etkilenmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçtan yola çıkarak hem dinî bilgiyi sağlam temellerle inşa etmenin hem de çevredeki olay ve durumlar karşısında bir farkındalık yaşamının önemli olduğunu söylemek doğru olacaktır.

3.6.1.2. Eleştirel Düşünceye Yönelme

Eleştirel düşünce kendi görüşlerinin yanında başka görüşler olan açıklık, saygı, araştırmaya yönelme gibi özellikleri içinde barındırır. Katılımcılardan K19: “Bana da aslında çok fazla araştırma yetisi kattığını düşünüyorum çünkü din en çok merak ettiğimiz şeylerden biri aslında çünkü insan bir şeye inanma ihtiyacı duyuyor ve dinle ilgili bir şey çıktığında da insanlar araştırıp sorgulamak istiyor aslında ama

böyle üşengeçliğimiz olmasa bence hepimiz yaparız bunu. O yüzden bana da daha çok araştırma yetisi kattı onun dışında pek bir şey katmadı.” sözleriyle araştırma yetisi elde ettiğini ifade etmiştir. Araştırarak öğrendiğini belirten katılımcı K10: “Yani genel olarak bu temalı şeyleri, bu tarz şeyleri sosyal medyadan takip etmemeye çalışıyorum. Böyle şeyleri araştırma falan şeklinde yapıyorum.” sözleriyle ifade etmiştir. Aynı görüşü katılımcı K7: “Ya şimdi internette gördüğüm dinle ilgili şeylere direkt inanmıyorum yani araştırıp doğrularsam inanıyorum.” şeklinde belirtmiştir.

Sosyal medyada din ile ilgili hesap ve sayfaları takip etmese de din ile ilgili konulara ilgisi olan katılımcı K9: “...Bende de şey var ben genelde takip etmiyorum öyle şeyler ama yani imm dini anlamak için meraklı olduğum için onunla ilgili araştırma yapıyorum.” sözleriyle araştırmaya yöneldiğini belirtmiştir. Araştırmalarını dinin temel kaynakları üzerinden yaptığını “Imm araştırıyorum da yani şöyle diyeyim mesela işte şimdi namaz nasıl kılınırın mesela şeyini araştırmıştım. Sonuçta tamam böyle kılıyoruz da nasıl diye. Bununla ilgili hadisler var. Yani Kur’an’ı da temel alırsak yani bir şeyi varsayarak yaptığımızda Kur’an’da bir şey yazmıyor ama hadislerde yazıyor. Ve o dönemde yaşayan insanların ve işte hazırlayan insanlar böyle işte anlatıyorlar işte ben bundan duydum. O diyor ki ben bundan duydum deyip böyle anlatıyorlar ona göre kesinlik ilkesine göre şeyler var onlardan bakmıştım mesela. Imm yani araştırmam genelde bu yönlerde oluyor. Daha kesin yani olabildiğince kesin şeyler üstüne oluyor.” sözleriyle ifade etmiştir. Dini, kişiler ekseninde değil temel bir şekilde ve dinin ana kaynaklarından araştırdığını “... O yüzden zaten genel olarak dini başkalarının fikirleri değil de daha çok temel şekilde incelemeye çalışıyorum.” sözleriyle dile getirmiştir.

Sosyal medyada gördüğü paylaşımların kendisini araştırmaya yönelmesi sebebiyle bunun olumlu bir yön olabileceği düşüncesini katılımcılardan K14: “Olumlu yön aslında şöyle belki olabilir. Mesela dedik ya atıyorum bir yazı okudum dinle alakalı, yazının doğruluğunu veya yanlışlığını bulma amaçlı bir araştırma çabasına girersem mesela atıyorum bu biraz da olumlu bir yönden etkisi olabilir mi?” şeklinde ifade etmiştir. Bir bilgiyi kabullenme sürecinde o bilginin zihinde bir yer edinmesi gerekir. Sosyal medyada karşılaştığı dinî içeriği K11: “Imm mesela biri çıkıp diyor imm dinimizce şu yasak falan diye, ben araştırıyorum.” sözleriyle karşılaştığı herhangi bir dinî bilgiyi kabul etme durumundan önce araştırmaya

yöneldiğini ifade etmiştir. Aklını karıştıran paylaşımlar ile karşılaştığında araştırmaya yöneldiğini katılımcı K3: “...ama bazen hani böyle benim de aklımı karıştıran şeyler olduğunda da gidip araştırmayı tercih ediyorum.” sözleriyle ifade etmiştir.

Dinin bireyin hayatına ne şekilde katkılarının olabileceğine değil de dinden nasıl çıkar sağlanabileceği düşüncesini katılımcı K20: “...Çünkü hiç şeye bakmıyoruz. Din bizim ne işimize yarar işte dinle beraber ne yapabilirize değil, din neye alet oldu? Bu şekilde, o yüzden hani çok etkisi var bu şekilde.” şeklindeki eleştirisini dile getirmiştir. Sosyal medyadaki dinî bilgilerin kendisine katkısını “Sorgulamama yardımcı oldu çok, büyük bir olumlu başka da hiçbir şey yok.” sözleriyle belirtmiştir. Bu görüşleri destekleyen katılımcı K18: “Yani söylenen her şeye katılıyorum onun dışında da hani eğitilmiş olmayan kesime kıyasla kendini geliştirmiş ve eleştirel düşünceye açık insanların hani daha fazla sorgulama yetisini desteklediğini düşünüyorum.” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada karşılaşılan içerikler karşısında izlediği yolu katılımcılardan K6: “Ya bundan kaynaklı olarak da genelde ılımlı insanlarla konuşmaya özen gösteriyorum ama nefret dolu insanlarla konuşsam da konuşmalarının özellikle içeriklerine odaklanıyorum duygulardan ziyade. İçerikler mantıklıysa düşüncelerini öfke temelli olmayan bir şekilde kendime katmaya çalışıyorum. Mümkün olduğunca duygusallıktan uzak bir şekilde düşünceyi alıp daha sonra kendi kendime düşünürken işin içine duygusallık katmaya özen gösteriyorum.” sözleriyle ifade etmiştir.

On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşleri üzerinden sosyal medya ve dine eleştirel bir düşünceyle bakabilmenin olumlu sonuçlar sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Alanda yapılan benzer çalışmalar araştırılmıştır. Seferoğlu ve Akbıyık'ın (2006) eleştirel düşünceye yönelik yaptıkları çalışmada eleştirel düşüncenin eğilimlerinden de söz edilmiştir. Bu eğilimler arasında durumu bütünüyle göze alma, açık fikirli olma, seçenekler arama, başkalarının görüşlerini dikkate alma ve diğer insanların duygu, düşünce, kültürel yapılarına saygılı olmak vb. vardır. Aynı şekilde Şenşekerci ve Bilgin'in (2008) de eleştirel düşünce ile ilgili benzer çalışması mevcuttur. On ikinci sınıf öğrencilerin sosyal medyada gördükleri dinî içerikli paylaşım karşısında bu eğilime sahip oldukları sonucuna ulaşmak mümkündür. Karşılaştıkları paylaşımlardan dolayı bilgiyi araştırmaya yönelerek ele almaları bunu kanıtlar niteliktedir.

3.6.1.3. Manevi Açıdan Destekleyici

Dinin insanın maneviyatını kuşattığı düşüncesi ile katılımcı K8: "...Tabii ki de sonuçta insan doğası bir bağlanma ihtiyacı bir manevi boşluk oluşuyor. Ya direkt onlara bağlanıp işte ne kadar güzelmiş ya da fikrim değişti artık devam ediyorum falan değil ama en azından işte böyle insanlar da varmış, yani iyilik yapıldığı zaman ya da iyilik yapılma noktasını dinlere bağlama konusunda olsa bile en azından hani işte ne kadar güzel yardımcı oluyor falan gibi bir düşünce oluşuyor. Ama dediğim gibi hani çok da fazla böyle işte tercihlerim ve kararlarımı etkileyecek şekilde böyle bir argüman olmadığı için sonuçta kendimi de o şekilde yönlendirmiyorum. Yani bu şekilde." sözleriyle karşılaştığı içerikler karşısında olumlu düşüncelere yönlendiğini ifade etmiştir. Din üzerinden olumsuz söylemlerle karşılaşp ve dinî içeriklere karşı bir ilgisinin olmadığı düşüncesini "Şöyle söyleyebilirim. Sonuçta ne kadar kendimizi ileri taşımak istesek de belirli genetik kodlar imm bazı şeyleri sisteme dahil etmenizi sağlıyor. Bunu da şöyle bağıyorum ben yani çok fazla dediğim gibi hani başlangıçta da söylemişim mümkün olduğu kadar bilmiyorum ilgilenmek istemiyorum şahsen. İlgimi çekmiyor ama yine de etik yargısının varlığı beni manevi olarak aslında boşluğumu dolduruyor. Şey de değil yani işte hiç herkesi asarım keserim gibi şey olsun diye böyle söylemlere takılmıyorum." sözleriyle belirtmiş ve maneviyata önem verdiğini ve olumsuz söylemleri dikkate almadığını dile getirmiştir.

Kendi dinî bilgilerinde güven duymasından dolayı katılımcı K17: "Ben bunun doğru olmadığına inanmadığım için hani daha doğrusu içimden bir his bunun doğru olmadığını kanıtlyorsa bu bilgiyi araştırma gereği duymuyorum yani." şeklinde ifade etmiştir. Benzer bir düşüncüyü sosyal medyadaki bilginin güvenilir olmadığı düşüncesi ile birlikte katılımcı K1: "Beni pek etkilemiyor çünkü ben inanıyorum ve bu inancım kendi içimde olan bir şey. Sosyal medya gibi güven, güvenilirliği ve temeli olamayan bir platformdaki söylemler benim inancımı pek etkilemiyor." şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada karşılaştığı din içerikli paylaşımlar karşısında dine olan bağlılığını olumlu şekilde belirten katılımcı K5: "Yani aslında ben de üzülüyorum yani. Çünkü ben açıkçası yani İslam dinine ait çoğu şeye inanıyorum ve mantıklı da buluyorum yani. Mantıklı bulmasam zaten içten bir şekilde inanmam ama yani bilmiyorum." şeklinde duyduğu üzüntüyü ve dine olan yakınlığını ifade etmiştir.

Sosyal medyada karşılaştığı dinî içeriklerden sonra kendi dinî kimliğinin netleştiğini düşünen K16: “Şey arkadaşlarla konuşunca düşündüm de hani dedi ya eskiden işte Müslüman doğduğum için ailem öyle olduğu için Müslümanım diyordum geçiyordum diyordu. Sonrasında sorgulayarak daha uzaklaştığımı düşünüyorum dedi. Beni de sanırım bu durum olumlu etkiliyor düşününce, şu an öyle fark ettim. Imm ben de eskiden direkt Müslümanım deyip geçiyordum ama sosyal medyada işte bu Netflix’te dizileri veya başka kültürleri gördükçe sanki daha çok böyle Müslümanlığa yakınlaştım ben hani daha çok. Hani gerçekten Müslümanmışım dedim. Başka bir din asla olamaz benim için dedim.” sözlerini dile getirmiştir.

Sosyal medyada kendi hayat görüşüne ve inancına uygun bireyleri gördüğünde yalnızlık duygusuna karşı olumlu duygular geliştiren katılımcı K6: “...Yani bu tip noktada ana etkileme olayı şu şekilde oluyor. En azından benim gibi düşünen başkalarının olduğunu görebiliyorum bu noktada rahatlıyorum yalnız olmadığımı görme fırsatım oluyor. Bu yüzden de düşüncelerimden vazgeçmek yerine düşüncelerimin üzerinde daha çok düşünüp eğer mantıklıysa devam etmeyi, mantıksız görüyorsam da bırakmayı genel olarak benimsiyorum.” sözleriyle ifade etmiştir. Kendisi gibi olan insanlarla bir arada bulunmanın davranışlarında da olumlu bir değişim yaşattığını “...Beni bazen daha saldırgan bir tutumdayken daha ılımlı düşüncelere ittikleri de oldu.” diyerek belirtmiştir.

Solmaz ve Şahin’in (2012) ergenlik ve sosyal benliğe yönelik çalışmasında, ergenlik döneminde arkadaşlığın yüksek seviyede olduğu ve bunun birey üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir. Arkadaş grubunda yaşanan deneyimler, kişinin dinî benliği de etkilemektedir. On ikinci sınıf öğrencilerinden K6’nın görüşü üzerinden sosyal medya üzerinden edindiği arkadaşların, katılımcının başka insanların dini yaşamlarına karşı olumlu bir tavır geliştirmesine yardımcı olduğunu söylemek mümkündür. Tosun’un (2016) dünya görüşü ile ilgili çalışmasında farklı insanların dünya görüşleri ile ilgili yeni bilgiler öğrenip sorgulamalar yaparken kendi dünya görüşlerini de daha iyi anlamaya başladıkları ortaya çıkmıştır. On ikinci sınıf öğrencileriyle yapılan bu çalışmada ise bazı öğrencilerin sosyal ağlarda ve sosyal medyada gördüğü bazı kültür, inanç ve yaşantılara yönelik paylaşımlar karşısında kendi dinî kimliklerinin farkına vardığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu yönü ile ele alındığında ulaşılan sonuç, Tosun’un (2016) çalışması ile benzerlik göstermektedir.

On ikinci sınıf öğrencilerinden bir tanesi üzerinden, dinî paylaşımlar karşısındaki ilgisizliğine rağmen sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriğin manevi boşluğu doldurma ve etik ihtiyacı için yardımcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.6.2. Olumsuz Etki

3.6.2.1. Bilişsel Açıdan Değişim

Sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriklerin dine yönelik bir sorgulayıştan çok dinin uygulanış şeklini sorgulamaya neden olduğu düşüncesini katılımcı K2: “...ama hani benim de arkadaşımın dediği gibi dinî şeyleri, beni pek etkilemiyor ama dini uygulayış şekli gerçekten insanı düşündürüyor.” şeklinde ifade etmiştir. Aynı görüşü katılımcı K3: “Benim aslında dinle ilgili görüşümü değil ama dinin uygulanması ile ilgili görüşümü etkiliyor.” sözleriyle belirtmiştir. “Ben açıkçası bu tip olayları gördükçe dine olan bağlılığımızın şeklini hani sorguluyorum. Hani şimdi bunu biraz tabii açmam gerekiyor. Dine toplumsal olarak bir toplum olarak bağlı olmak yerine dine bireysel olarak bağlı olmamızın, hani bunun herkes tarafından sağlanması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü dine, bir dine toplum olarak bağlı olduğumuz zaman hani gördüğümüz sorunların birazcık bundan kaynaklandığını ben düşünüyorum. O yüzden herkesin dini kendine mantığıyla dinin bireyselleşmesi gerekiyor bence.” sözleriyle dinin bireyselleşmesi gerektiğini ve sorunların bu şekilde çözülebileceği düşüncesini dile getirmiştir. Sosyal medyanın din algısına etkisini: “Ben, açıkçası direkt hani, aslında hani en inanan en böyle bağlı olan kişide bile bir etki yarattığını düşünüyorum. Hani genel olarak ister istemez bir noktada insan sorgulamaya başlıyor ve hani bu İslam dini için şu anda, bulunduğumuz konum içerisinde düşünecek olursak hani hiç olumlu değil, tamamen olumsuz.” şeklinde dile getirerek bu etkinin olumsuz oluşunu belirtmiştir. Din hakkında sorgulanan düşüncelerden biri din adamlarının düşünce biçimi ve dolayısıyla dinin aktarılış biçimidir. Bu konudaki düşüncelerini katılımcı K1: “Yani mesela şimdi, din üzerine, kendini bazı din bilimlerine bilgilerine adanmış insanlar bile çoğunlukla bunlar üzerine hiç düşünmeyebiliyor. Onlar da ondan önce anlatılanı kalıp kalıp aktarabildiği için, arkadaşımın da dediği gibi çoğu cevap senin istediği şeyi vermeyebiliyor. Bu adam harbiden böyle mi düşünüyor yoksa aktarıyor mu diye bir şeyde kalabiliyorsun.” sözleri ile belirtmiştir. Dinin anlatılışı ve uygulanışı konusunda bir sorgulama yaşadığını “...Ve hani şey olarak düşünüyorum. Imm biz

yüzyıllardır mı böyleydik? Son zamanlarda mı böyle olduk? Din hep doğru mu uygulandı? Başından beri yanlış mıydı? Bu insanlar gerçekten Müslüman mı? Kalplerinde ne var? Bunları hep bir sürekli sorgulamaya başlıyorum acaba bu adamlar öldüklerinde ne olacak diye?” ifadeleriyle dile getirmiştir.

Sosyal medyada karşılaştığı dinî bilgiden dolayı katılımcı K5: “...ve hani diyelim ki o bilgi yanlış veya kafamı kurcalıyorsa araştırıyorum yani, sorgulamama yani sorgulamama sebep oluyorsa.” şeklinde ifade etmiştir. Dinî paylaşımlar karşısında din hakkındaki araştırmaları üzerinde bir sorgulama yaşadığını ve bu sorgulamanın dinî kimliği hakkında olumsuz etki meydana getirdiğini katılımcı K19: “Benim daha çok sorgulamama sebep oluyor. Yani araştırmalarımı sorgulamama sebep oluyor. Gördüğüm bir şeyi ben onu zaten ciddiye almıyorum. Özellikle mizah tarzı bir içerikse ciddiye almıyorum. Ama ortaya bir tartışma konusu atılmışsa, o tartışma konusu üstünde araştırma yaptığımda daha çok sorguluyorum. Çünkü benim ailemde açık seçik işte din şunu emretmiştir o yüzden şöyledir gibi bir konuşma, tartışma ortamı olmadığı için ben kendi kendime iki üç senedir sorgulama evresindeyim ve tam olarak imm önceden derdim ki ben Müslümanım evet ama hani onu içi dolu söylemezdim. Şimdi diyemiyorum mesela. Bence biraz olumsuz yönde etkiliyor.” sözleriyle ifade etmiştir.

Sosyal medyada bulunan dini içerikten şüphe duymanın yanı sıra tek tanrılı dinlerin de belirsiz durumlarının olduğu görüşünü katılımcı K10: “Genel olarak ilgilendiğim, böyle sosyal medyadaki bilgilerde şüpheye böyle her zaman düşüyoruz ama ben dinî bilgilerde daha çok şüpheye düşüyorum. Çünkü, dinin kendisi mesela bazı monoteistik dinlerde onların da bazı mezhepleri farklı inanışları falan oluyor. Onların bile belirsizliği varken buradaki sosyal medyada gösterilen bilgilerden ne kadar emin olabilirsin? O yüzden daha çok şüpheyle yaklaşıp, yani bazen genel olarak demiyorum, her zaman araştırmam bunun üstüne de fazla düşünmem. Genellikle çok düşünen biri değilim bu konuda bu kadar.” şeklinde ifade etmiştir. Din ile ilgili belirsizlik düşüncesi yaşadığını benzer bir şekilde katılımcı K9: “Ben de böyle düşünüyorum zaten daha önce söylediğim gibi imm bunlar aynı zamanda insan fikri olduğu için, belirli bir belirsizliğe sahipler. Yani biz ne kadar semai din de desek bu dinlerin sonuçta doğruluğu insanca kanıtlanmış bir olasılık var. Hepsi aynı zamanda dinlerin soyut bir şey olduğu ve elimizde elle tutulur gözle görülür bir kesinlik bulunmadığı için ne olursa olsun bir şeyi vardır bence bir belirsizliği.”

şeklinde ifade etmiştir.

Yaşanılan koşulların arka planında dinin olması düşüncesini katılımcı K20: “...Her ne kadar iyi bir durumda olsak da şu an ve bunun nedenlerine bakıyorum. Bu beni dinsel açıdan aşırı bir şekilde sorgulatmaya itiyor çünkü. Bunun bizim içinde bulunduğumuz durumu yaşamayan insanların özellikle, çok iyi bir şekilde yorum yapması işte dinimiz var o var bu var deyip içinde buldukları duruma şükretmeleri... Diyorum ki hani şükredemeyiz, şu an iyi bir durumda değiliz. Neden böyleyiz? Ve bakıyorum kaynağına gerçekten bir din var hani. Bu benim sorgulamama sebep oluyor arkadaşımın da dediği gibi. Eğer din yolunda geriye gidiyorsak, onların söylemiyle, bu olumsuz etkiler beni. Tabii dediğim gibi hani olumlu- olumsuz diyemeyeceğim. Daha çok sorgulama aşamasındayım. Ama bir şey söylemem gerekirse herhalde olumsuz olurdu.” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada karşılaştığı farklı yaşantı şekillerinden dolayı bunu hoş karşılayan toplulukların dini etkiyle hareket ettikleri düşüncesini katılımcı K17: “...Ben, şöyle bir şey oluyor mesela böyle ilişkiler de varmış bazı dinler bunları da savunuyormuş ve bunlar konusunda bir imm bunlar yapılmaz denmiyormuş. Evet bunu öğreniyorum. Bunu öğrenmem benim bilgim açısından iyi bir şey oluyor ama mesela işte Müslümanların orada, Müslümanlara kötü davranılması filmde falan bunlar beni kötü etkiliyor. Ya da mesela işte dışarda kötü bir şey yapılması mesela uyuşturucu satmak vb. şeyler bazı ülkelerde iyi bir şey gibi gözüktürülse de benim ülkemde kötü bir şey oluyor. Ben bunu sorgulamama daha çok neden oluyor. İyi bir şey mi kötü bir şey mi diye, böyle etkiliyor.” şeklinde ifade etmiştir. Bunları dinle mi bağdaştırıyorsun sorusuna cevap olarak ise; “Evet dinle bağdaştırıyorum. Ya onlarda mesela hiç sıkıntı olmuyor mesela eşcinsellik onlarda var bizde yok. Neden bizde yok acaba biz neden bunu desteklemiyoruz diye düşünmeme sebep oluyor.” sözlerini dile getirmiştir.

Yegen’in (2018) yaptığı bir çalışmada, hemen her konuda dezenformasyonun gerçekleşebildiği ve sosyal medyada din, siyaset, eğitim gibi paylaşım yapılan alanların da buna dahil olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yavuz’un (2020) ilahiyat fakültesi öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada, öğrencilerin sosyal medyada karşılaştıkları dinî içeriklere sorgulayıcı ve titiz bir tutumla yaklaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerinden ulaşılan bu tezin sonuçlara bakıldığında ise öğrencilerin dinî bir içerikle karşılaştıklarında sorgulamaya

başladıkları, bazı konularda şüpheye düştükleri ve belirsizlik düşüncesine kapıldıkları görülmüştür. Elde edilen bu bilgiler ışığında, kadın-erkek ilişkisi dışındaki ilişkilere yönelik olan ya da uyuşturucu gibi maddelerin kullanımını hoş gören bazı yabancı içeriklerle karşılaştıklarında bu konuda da dinle bağlantı kurduklarını ve İslam dininin bu durumlara nasıl baktığını sorguladıkları sonucuna da ulaşılmıştır. Yine din ile ilgili bir paylaşım gördüklerinde dini değil de dinin uygulanışını sorguladıklarına dair sonuçlar da bulunmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda Yegen'in (2018) ve Yavuz'un (2020) sonuçlarıyla araştırmanın bu bölümündeki sonuçların benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Bildik'in (2019) yaptığı bir çalışmada katılımcıların sosyal medyadaki dinî içeriklerden dolayı bireylerin tutum ve düşüncelerinde değişimler yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu araştırmada ise 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları dinî içerikler karşısında sadece içeriği değil dini de olumsuz anlamda sorgulamaya başladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada ise 12. sınıflarla yürütülen bu araştırmanın Bildik'in (2019) sonucu ile benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Ulusal'ın (2019) ergenler üzerine yaptığı bir çalışmada, öğrencilerin dindarlığının aile dindarlığına bağlı olarak eksi veya artı yönde değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. On ikinci sınıf öğrencilerinin din algısı üzerine yapılan bu araştırmada ise aile ortamında din üzerine pek fazla konuşulmadığı için kendi başına bir sorgulama evresinde yer alan ve bu sorgulayıştan olumsuz yönde etkilenen bir öğrencinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırma ile Ulusal'ın araştırmasının sonucu benzerlik taşımaktadır.

3.6.2.2. Duygusal Açıdan Değişim

Sosyal medyada karşılaşılan video içeriklerinde işlenen konulardaki mesajların farkında olmadan bireyde yer ettiği düşüncesini katılımcı K17: "...Ama Netflix ya da Youtube'da mesela bir film veya dizi izliyoruz. Biz ne kadar fark etmesek de mesela aslında o dizi veya filmin içine dini içerikli hani bize direkt olarak gönderiler bir şekilde empoze ediliyor. İşte ne bileyim, bizim dinimizde hani ne kadar hani çok kişiyle cinsel ilişkiye girmek normal olarak görülme de mesela farklı dinlerde bu hani sıradanlaştırıldığı için genel bir kitleye hitap ediyor ve belki de bu hani beynimizdeki bazı şeylerin aslında hani normalleştirilmesini sağlıyor. Diyorum ki bunlar için zaten normal bir şey bununla da yatarım bununla da yatarım

gibisinden bir algı oluşuyor insanların kafasında. O yüzden birazcık yozlaşıyor.” sözleriyle düşüncelerini dile getirmiştir.

Katılımcı K6: “Ben yine başlayabilirim tabii ki eğer sıkıntı yoksa. Şimdi şöyle ben genel olarak hani aşırı küçüklüğümden beri din olayına zaten pek sıcak bakmıyordum. Hani çoğu zaman ya şey olduğu dönemler oldu. Arkadaşlarım tarafından böyle dindar olmaya itildiğim dönemler oldu ama hiçbir zaman beceremedim. Büyüdükçe sonra düşüncelerim daha çok sırf dinsizlikten anti-teizme doğru kaydı. Yani ben dinlerin zaten toplumda var olmaması gerektiğini düşünüyorum hani. Yani genel olarak düşünce yapım bu yönde. Dinlerin olmadığı bir dünyanın daha rasyonel ve daha mantıklı bir dünya olacağını düşünüyorum. Ve tabii benim gibi düşünen insanların sayısı fazla değil insanların genel yargısı ben de isteyen istediğine inansın taraftarıyım hiçbir zaman faşistliği desteklemiyorum.”

Toplumda bulunan din adamlarının dini anlatmak yerine kendi düşüncelerini belirtmeleri durumunu katılımcı K9: “...Çünkü şu andaki din adamlarının büyük kısmı tam olarak dini açıklamak yerine daha çok kendi fikirlerini öne atmak veya kendi düşüncelerini atmaya çalışan kendince mezhep kurmaya çalışan insanlar gibi geliyor bana. O yüzden benim böyle bir antipatim oluşuyor dine karşı.” sözleriyle sosyal medyada bulunan dinî içeriği paylaşan din adamlarının dine yaklaşımlarından dolayı kendisinde meydana getirdiği duyguyu dile getirmiştir. Toplumda yer edinmiş insanların dini araç olarak kullanmasının genç bireyleri dinden uzaklaştırdığı düşüncesini: “...Mesela şey, bazı imm nasıl diyeyim? Toplumda etkisi olabilecek insanların mesela dini kullanması birçok genci mesela dine karşı soğutuyor. Bu benim şahsım üzerine, biraz mesela arada kalmış inanmakla inanmamak arasında gidip gelen insanlara tamamen, hiç gereği olmayan bir etmen olarak dinden soğutuyor.” şeklinde ifade etmiştir. Bu görüşü benzer şekilde katılımcı K3: “...İnananların inancı biraz bence zayıflıyor ve hani arada olanlar da az önce de bahsettiği gibi, hani aslında hani kaybedilip gidiliyor denilebilir bence.” şeklinde desteklemiştir. Katılımcı K4: “Imm biraz dinden soğutuyor insanları.” şeklinde ifade etmiştir. Toplumda aynı dine mensup bireylerden bazılarına karşı oluşan kişisel düşüncelerin dinî duyguyu etkilediği yönündeki görüşün katılımcı K23: “Ben soğuyorum hani. Mesela bir dini savunan bir insanı ben eğer desteklemeyip savunmuyorsam o dinden de benim fikirlerim uysa bile çok ters düşünüyorum. Belki de diyorum bu din bana uymuyordur diyorum. Belki de başka bir şeye inanma olayıdır.

Böyle oluyor genelde yani. Bilmiyorum biraz deistliğe kayıyorum her geçen gün.” sözleriyle dile getirmiştir. Sorgulamaktan uzaklaşma ve dine karşı duyarsızlaşma durumunu katılımcı K8: “...Biraz daha, son zamanlarda özellikle, dine karşı duyarsızlaşmaya başladığımı hissettim. Ya bu da şeyden kaynaklı yani net ve somut kazanımlar elde edemediğimi düşünüyorum son zamanlarda. Yani çok fazla düşünmemeye çalışıyorum aslında. Sadece sosyal medyada din takip etmek değil de daha çok din üzerine çok fazla bir şey düşünmüyorum öyle diyeyim.” şeklinde ifade etmiştir. Benzer bir şekilde katılımcı K13: “Ben artık sinir, öfke veya üzüntü duymuyorum çünkü günümüzde çoğu şeyle dalga geçiliyor. Ailevi gibi, ülkesel falan o yüzden duyarsızlaştım bu konuda. Geçiyorum sadece.” sözleriyle tepkisizleştiğini dile getirmiştir. Katılımcı K11: “Ben de aynı şekilde. Çünkü bir şeyleri sürekli öne sürerek insanların modunu düşürüyorlar ya bence ama artık alışılmış bir durum o.” sözleriyle bu durumu desteklemiştir.

Bildik’in (2019) çalışmasında sosyal medyadaki dinî içeriklerin katılımcıların inanç boyutuna güçlü bir düzeyde olmasa da etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Başcı’nın (2018) çalışmasına göre deizm felsefesi günümüzde geniş kitlelere hitap eden bir fikir ve hayat tarzı konumundadır. Bu felsefenin yaygınlık kazanmasının sebeplerinden birisi dine yanlış anlamlar yüklenmesi ve yorumlanmasıdır. Bu sebeple gençler arasında din karşıtı görüşler giderek artmaktadır. Haberli’nin (2018) çalışmasına göre, sosyal medya kullanıcıları bu mecrada edindikleri farklı ve dağınık bilgilerle yeniden bir din anlayışı inşa etmekte ve bu durum İslam kültüründeki inanç ve kabullerin dejenere olmasına yol açmaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerinden ise; gördükleri farklı dizi-film veya paylaşımların içeriğine yönelik bir normalleşme ve yozlaşma olduğu, gördükleri içeriklerden dolayı dinî paylaşımlara duyarsızlaşmaya başladıkları, İslam inancından uzaklaşıp başka felsefi görüşlere yönlendikleri ve din alanında paylaşım yapan kişilerin çıkarları doğrultusunda görüş belirtmeleri üzerine soğudukları sonuçları elde edilmiştir.

3.7. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNÎ İÇERİĞİN TOPLUMSAL ETKİLERİ İLE İLGİLİ BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde 12. sınıf öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları din içerikli paylaşımların öğrencilerin gözünde toplum üzerinde

oluşturduğu toplumsal etkiyle ilgili görüşlerine yer verilmiştir. Katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları dinî içerikli paylaşımların oluşturduğu toplumsal etkiyle ilgili görüşlerine yönelik kavramlar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 13: On İkinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada Karşılaştıkları Paylaşımların Toplumsal Etkisi

Sosyal Medyanın Toplumsal Dinî Etkisi	
Olumlu Etki	Olumsuz Etki
Toplumsal Değerler İle Dinî Emirlerin Ayrımını Yapabilme	Negatif Duygu ve Tutumlara Yönlendirme
Bilgi Paylaşımında Bulunabilme	Yanlış Bilgi Edinme
Farklı Görüşlere Karşı İlimli Tutum Geliştirme	Sosyal Medyanın Yönlendiriciliği
Dayanışma	Doğru Bilgiyi Sorgulamama
	Olumsuz/Düşük Yaşam Koşulları
	Bilgi Karmaşası

3.7.1 Olumlu Etki

3.7.1.1. Toplumsal Değerler ile Dinî Emirlerin Ayrımını Yapabilme

Katılımcı K20: "...Ama arkadaşımın da dediği gibi ona şöyle bir ekleme yapacağım. Şimdi din eskiden şeymiş immm böyle bilim, sanat, işte her ne varsa etkisi varmış çünkü dinin emrettiği bir şey var o da "Oku!". Hani insanlar hakikaten bunun üzerine çalışmışlar, böyle bir uğraş vermişler, bir emek vermişler. O yüzden böyle düşünüldüğünde din, seni böyle daha çok akıl yolunda ilerletebilir. Hani gerçekten daha fazla diyebilirsin ki ben Müslüman olabilirim. Böyle bakmıyoruz. Daha çok işte arkadaşımın, diğer arkadaşımın dediği gibi daha çok olumsuz yönlerine bakıyoruz ama olumlu yönleri de immm geçmişe baktığımız zaman daha da çok var." sözleriyle dini emirlerin insanlar tarafından hayata geçirilmesi durumunda olumlu sonuçlarının da yaşanmış olduğunu ve yaşanabilecek oluşunu dile getirmiştir.

Kayadibi'nin (2006) çalışmasında, Allah tarafından Hz. Muhammed'e gönderilen ilk ayetinin "Oku" ilahî emrini içermesi ve Kur'an-ı Kerim'de 750

civarındaki ayetin ilim, eğitim ve teknik ile ilgili olması İslam'ın eğitime verdiği önemin bir göstergesidir. Ayrıca Hz. Muhammed'in bu konudaki hadislerinin de eğitim ve ilime verilen değeri destekleyici nitelikte olduğu görülür. Ancak Müslümanlar bu konuya dikkat etmemişler sonucuna ulaşılmıştır. Dinin ana kaynağı olan Kur'an-ı Kerim'in ilgili konu ile bağlantılı ayetleri de İslam'ın ilme ve eğitime verdiği önemin göstergesidir. Sosyal medya ve 12. sınıf öğrencileri üzerine yapılan bu çalışmanın sonucu ile ilgili kaynak benzerlik göstermektedir. Katılımcının görüşü üzerinden dinî emirlerin doğru bilindiği ve yaşantıya geçirilmesiyle olumlu yönde değişim olabileceğine inanıldığı fakat toplumda dinin olumsuz yönüne daha çok odaklanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.7.1.2. Bilgi Paylaşımı

Sosyal medyada bilgiye erişimin kolaylığı sayesinde çeşitli insanlardan görüş elde edilebilmektedir. Görüşlerin ve sahip olunan bilginin belirtildiği yorumlar sayesinde bir bilgi alışverişi de mümkün hale gelmektedir. Katılımcılardan K13: “Yani öyle bir şey söylemesi gerekiyor ki sosyal medyada, benim onu merak edip bilmemem gerekiyor ve merak edip sosyal medyadan işte mesela ben ikinci namazının imm farzlarını kaç rekât olduğunu bilmiyorumdur. Orada bir soru sormuştur mesela, bilen yorumlara yazsın şöyle böyle, ben bilmiyorumdur. Google'dan bakarım işte öğrenirim işte, hala da bilmiyorum, mesela on rekattır. Bu şekilde yararlı olur. Başka türlü merak uyandırması gerekiyor bence.” şeklinde ifade etmiştir. Sosyal medyadan farklı din ve inançlar hakkında bilgiler edinmenin mümkün ve faydalı oluşunu katılımcılardan K14: “Mesela şeyler var ya toplumsal fayda dersiniz, atıyorum benim annem atıyorum Hristiyanlık hakkında bir bilgisi yok. Sosyal medyada Hristiyan postuna denk geliyor ve post imm atıyorum hani çok güzel anlatılmış hani ve yorumlara yazıyor işte hani ben bu konuda eksikim bu bu nasıl falandır ve hani güzel bir dönüt alıyorsa bu ve bunu da başka okuyucular da okuduysa hani bu belki toplumsal bir yarar olabilir. Çünkü hani insanı güzel dilde başka bir bilmediği bir konuda bilgilendirmek... Yani önyargı yok anladın mı mesela? Sen nasıl bilmiyorsun o dinî tarzı, senin nasıl bu konu hakkında bilgin olmaz tarzı önyargısız, gerek karşı tarafa bildiklerini aktarma tarzı olumlu bir yanı olabilir.” sözleriyle ifade etmiştir.

Yanık'ın (2017) yaptığı çalışmada sosyal medyanın benzer düşüncelere sahip bireylerin arasında benzersiz bir ortam yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Güneş'in (2016) çalışmasına göre, insanlar coğrafi sınırları aşarak; dünyanın pek çok yerinden insanla iletişim kurma olanağına sahip olmaktadır. Solmaz ve diğerlerinin (2013) çalışmasında fikir alışverişinde bulunma nedeniyle Facebook'un kullanılması ortaya çıkan sonuçlardandır. Ayrıca internet ve sosyal medya kullanımı giderek artan yaygın bir iletişim ve paylaşım aracıdır. On ikinci sınıf öğrencilerinin bazılarının görüşleri doğrultusunda, hakkında bilgi edinmek istedikleri bir konuda sosyal medyada yaptıkları bir paylaşımın gelen yorumlardan veya Google'da araştırma yapma sayesinde o konuda önceden fikir belirtilmişse bilgi sahibi olabildikleri sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde bilgi edinmek için fikri olmadığı bir konuda paylaşımın altına yorum yaptığında öğrencinin gelen güzel dönütler sayesinde de bilgi paylaşımında bulunabildiği sonucuna ulaşılmıştır.

3.7.1.3. Dayanışma

Sosyal medyanın yardımlaşma ve dayanışma çağrılarındaki etkisi inkar edilemez bir gerçektir. Farklı yerlerde bulunan pek çok insanı sanal bir ortamda bir araya getirebilmesi ve tek yürek halinde hareket etmelerini sağlaması bunun bir sonucudur. Katılımcılardan K2: “Şey mesela, mesela hani İslam yani İslam demeyeyim. Hani dini bir şey adına hani mesela ya da İslam dini mesela Ramazan'da arkadaşımın deminki örneği gibi ne bileyim para toplama olabilir, ihtiyaç sahibi insanlar için yani, onun dışında zaten birlik beraberlik duygusu olabilir belki bu daha doğru bir şey. Yani kendini daha iyi hissedersin. Toplum olarak da daha bilinçli olduğunu düşünebilirsin. Bence olumlu olanlar böyle şeyler ama bunlar da maalesef yüzde beş falandır.” sözleriyle sosyal medyanın dayanışmaya etkisini ifade etmiştir. Sosyal medyanın benzer düşüncelere sahip insanların birbirlerini bulup desteklediği yönündeki düşüncelerini katılımcı K25: “Yani ihtiyaç sahibi insanlar oluyor sosyal medyada paylaşıp daha kısa sürede yardım edilebiliyor.” sözleriyle dile getirmiştir. Sosyal medyanın maddi dayanışmalar kadar manevi dayanışmaları sağladığı durumlar da söz konusudur. Manevi olarak bir dayanışma ortamı sağlanabildiği gerçeğini katılımcı K6, “...Ve bu noktada ben sosyal medyayı şu an günümüz durumunda dindarların tarafından aşırı baskılanıp bir köşeye çekilmek zorunda bırakılan insanların seslerini duyurup bu noktada kendileri gibi düşünen insanlarla

beraber daha iyi hissettiklerini görme şansı yakalıyorlar. Onun dışında kendi arkadaş çevremde çok var. Ailesi tarafından dini baskıya maruz bırakılıp sosyal medyada başka aynı duruma maruz bırakılan insanlarla sohbet edip ve bunun sonucunda yalnız olmadıklarını gördükten sonra...” sözleriyle dile getirmiştir.

Karaduman ve diğerlerinin (2017) değerler üzerine yaptıkları bir çalışmada, katılımcıların sosyal medyanın bazı toplumsal olaylarda dayanışma ve yardımlaşmayı artırdığı görüşüne katıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Zafer ve Vardarlar’ın (2019) medya üzerine olan çalışmasına göre, sosyal medya etkin bir şekilde kullanıldığı takdirde üzerinden yapılan çağrılarda, bireylerin toplumsal bağları ve birlik beraberliği sağlamada avantajlı bir şekilde kullanılabilir. Bu sayede insanlara beklenilenden daha kısa sürede ulaşmak kolay hale gelir. Yapılan bu araştırmada benzer çalışmalarda benzerlik görüldüğü tespit edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen sonuçlara göre sosyal medyaya yönelik olumlu algının yardımlaşmayı ve paylaşmayı yaygınlaştırabileceği düşüncesiyle birlikte manevi bir dayanışmanın da bu mecrada insanlara iyi geleceğini söylemek mümkündür.

3.7.1.4. Farklı Görüşlere Karşı İlmli Tutum Geliştirme

Sosyal medyadaki bir paylaşımın o paylaşımın sahibinin mensubu olduğu inanca dair olumlu bir algı geliştireceği düşüncesini katılımcı K3: “Ya aslında mutlaka olmalı hani bir yabancı ya da yabancı olmasına da gerek yok tabii ki, o dine inanmayan bir kişi o dinin mensuplarının yaptığı iyi bir şeyi ya da o dinin gereği sonucu yaptıkları iyi bir şeyi görürse tabii ki aslında bu olumlu bir etki yaratabilir. Hani o dine geçmese bile o dinin mensupları hakkında iyi bir görüş sahibi olmasına şey olabilir ama ben daha bununla karşılaşmadım ama hani bence metruk bir yerlerde falan vardır.” sözleriyle ifade etmiştir. Bunun Müslüman bir kişi tarafından sergilenen bir örneği ile karşılaşan katılımcı K1: “Ya mesela bir video görmüştüm yanlış hatırlamıyorsam Çin’de yapılan bir güreş müsabakasında finale iki kişi kalıyor biri Müslüman diğer rakibinse bacağı kırılıyor öteki rauntta. Müslüman olanın direkt olarak o kırık bacağa yönelip maçı kazanması bekleniyor ama o ise o bacağa bilerek saldırmıyor ve maçı biraz daha eşitlemeye çalışıyor ve bunun sonucunda kaybediyor. Bunun sebebini sorduklarında ise benim dinimde işte hatırlayamadım tam ne dediğini de dinimden dolayı adamın zayıflığını kullanmadım ve eşit bir maç yapmamı sağladım diyor adaletli davrandım diyor. Bunun videosu sosyal medyada

vardı bir ara şimdi mesela bu adamı görenlerin Müslümanlığa sempatisi artacak, videoyu görenler de dolaylı olarak İslam'a karşı bir sempati duyabilir. İslam'ı biraz daha hayatına yedirmiş insanları görüp onlardan etkilenebilir.” sözleriyle sergilenen güzel bir davranış sonucunda o dine karşı sempati oluşabileceğini ifade etmiştir. Benzer bir şekilde yardımlaşma videolarının paylaşılması ile insanların dine karşı da sempati kazanabileceklerini katılımcı K2: “Yani yapılan yardımlarla ilgili aslında olabiliyor. Mesela işte Youtube’da falan hani Ramazan’da hani evsizlere işte hani yardımda bulunduk işte yemeklerini karşıladık, işte sıcak kıyafet ayakkabı falan hani böyle şeylerde mesela hani insanlara hani sempati kazandırabilir hani karşılaştım bunlarla.” sözleriyle dile getirmiştir. Sosyal medyada bulunan ve dini anlatan alanında yetkin kişilerin dini anlatımlarından dolayı insanlara güzel etki ettiğini katılımcı K24: “...Ama bazı örnekleri de var ki çok güzel bir şekilde dini açıklıyor. Hani hocalar olsun, bazı hocalar olsun...” şeklinde ifade etmiştir.

Farklı fikirleri kabullenebilen ve bu farklılıklara saygı duyarak yaşayabilen insanların sosyal medyada kullanıcı oluşları ile ilgili katılımcı K6: “...fikirlerini daha rahat yaşamayı öğrenen ya da fikirlerinin aslında kötü olmadığını onlara ait ailesinin bakış açısı olduğunu kabullenen insanlar gördüm. Bu noktada bu yüzden sosyal medyadaki dinî içeriğin ne olduğu da çok fark etmiyor sadece içerik olmasıyla beraber.” sözlerini dile getirmiş ve farklı fikirlerle tanışıp kabullenebilmenin sosyal medyanın olumlu yönlerinden biri olarak belirtmiştir. “...Çünkü inanmak doğrudan aa bu kötüyümüş inanmayayım aa bu iyiymiş inanayım gibi seçime bağlı yapılabilecek bir şey değil hani. İnanmak birazcık da istemsiz oluyor. Konu üzerine düşünüp bu istemsiz inanma veya inanamama mevzusu gerçekleştikten sonra en azından benim karşılaştığım insanlarda birçok kişi inançsızlıktan sonra ya dindarlara ılımlı bir şekilde inançsızlıklarını yaşıyorlar.” sözleriyle sosyal medyada karşılaştığı farklı inanca sahip insanların uyumlu bir yaşayış benimsediklerini dile getirmiştir. “...Onun dışında yine dışlanmış, aileleri tarafından baskıya maruz bırakılmış ama bunun yanında hani din durumunu konuşulup toplumdan silinmesi gerektiğini düşünen ama bunu insanlara hakaret ederek ya da insanların kalbini kırarak değil, insanlarla objektif bir tartışma ortamı içerisinde bunu ılımlı bir şekilde yapmaya çalışan insanları da gördüm. Hani ben mümkün olduğunca onlardan biri olmaya çalışıyorum hani kendi aramızda yine esprileşiyoruz ama...” sözleriyle dine inanma konusunda baskı görmüş insanlarla karşılaştığını ve bu insanların karşısındaki inanırı

ötekileştirmek yerine uyumlu şekilde yaşamaya çalıştığını ifade etmiştir. Ayrıca “...Yapmak istemeyenler de mesela insanlardan etkilenip kendi içlerindeki nefret veya öfke duygularının yükünü olduğunca bastırıp daha barışçıl bir politika içerisinde kendi düşüncelerini insanlarla tartışmaya veya yaymaya çalışıyorlar. Ama burada sosyal medyanın etkisi daha çok nerede gezdiğinizi geçtim, nerede gezdiğinizle beraber aslında neyi almak istediğinize göre de değişiyor.” sözleri ile sosyal medyada ziyaret edilen sayfalar ve bu sayfalardan hangi açılardan faydalandığının önemini ifade etmiştir.

Manavcıoğlu'nun (2011) yaptığı çalışmada bir araya gelen kişiler sosyal medya araçlarında bilgi paylaşımı grupları kurabilir. Sosyal medya belli amaçlar doğrultusunda birleşen insanları organize edebilir. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda insanların farklı inanışlara sahip olsa da bir arada ılımlı bir şekilde yaşayabildikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada benzer çalışma ile bu çalışmanın sonucunda farklılık görülmektedir. Ayaydın ve Ayaydın'ın (2018) değerler ve sosyal medya üzerine yaptığı çalışmada öğrencilerin sosyal medya ile yardımseverlik duygularının olumlu yönde etkilendiğini belirtmiştir. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşleri üzerinden yardıma yönelik bir içeriğin paylaşılması durumunda toplumda o dinin mensubu kişi veya Müslümanların geneline karşı bir sempatinin gelişeceği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer çalışmayla farklılık gösteren yön ise bu çalışmadaki öğrencilerin yardımseverlik görünümünün olumlu etkisi olması durumudur. Ayrıca 12. sınıf öğrencilerinin dinî anlatan insanların hitabı güzelse dine yönelik olumlu düşünceler beslediği, farklılıklara saygı duydukları da ulaşılan sonuçlardandır.

3.7.2. Olumsuz Etki

3.7.2.1. Yanlış Bilgi Edinme

Sosyal medya pek çok bilgi ile karşılaşılan bir platformdur. Bu platformda bulunan bilgilerin doğruluğunun yanı sıra bilgilerin kasti veya kasti olmayan şekillerde değişimi ile karşılaşmak da mümkündür. Bilginin doğru veya yanlış olması ise bilgiyi araştırmakla ortaya çıkabilecek bir durumdur. Bu konuda katılımcı K24: “Bizim çevremiz bizim toplumumuz araştırmayı seven bir toplum değil. Gördüğüne hemen kanabilen bir toplum. Tabii bunun yüzünden dini yanlış anlayan insanlar çok fazla bence. Yani bunun kırılması lazım hani.” şeklinde ifade etmiştir. Yanlış

bilginin olumsuz duygulara yönlendirme durumu da göz önünde bulundurulduğunda katılımcı K16: “Çünkü bilmiyorlar. Sosyal medyada gördükleri kadarını biliyorlar. Onlar da dediğimiz gibi yanlış olduğu için yanlış şeyler biliyorlar ve olumsuz düşünüyorlar. Yani ben de bilmesem ben de onları okusam ben de olumsuz düşünürüm ve ben de Müslümanlıktan uzaklaşıyorum.” sözleriyle bireylerin sosyal medyadan edindiği dinî bilgiler sebebiyle inanç noktasında olumsuz bir durumun ortaya çıktığını dile getirmiştir. Dinî bir bilgiye sahip olmamakla beraber görünürde dinî inanca sahip bireylerin varlığıyla da sosyal medyada karşılaşılmaktadır. Taklide dayalı bu inanış şekli ile birlikte sosyal medyanın ortaya çıkaracağı durumları katılımcı K16: “...Fikri olmayan ve tamamen uzak olan, düşüncesi olmayan yani bilmiyorum Müslümanım ama işte hiçbir şeyine de uymuyorum sadece Müslümanım falan veya Hristiyanım da hiçbir şeyine uymuyorum gibi davranan insanların veya başka dindeki insanların, tamamen dinlere sosyal medyaya bakıp tamamen yanlış anlayacağından ve hiçbir şekilde doğru bilgi edinmeyeceğinden eminim yani.” ifadeleriyle dile getirmiştir.

Sosyal medyanın her yaştan insana açık olan bir alan olması ve her insanın buradan bilgi edinmesiyle birlikte davranışlarını edindikleri yanlış bilgiye doğru evrilten insanların varlığını katılımcı K15: “Yani hocam bazen nasıl diyeyim hani 13-14 yaş değil de daha büyük insanlar da ama bazı şeylerin bilincine varmamış insanlar da bir yazı okuduktan sonra kendini tamamen ona adapte edip sonrasında o hayatını da öyle yaşayabiliyor öyle hani. Aslında doğru değil yanlış biliyor.” şeklinde ifade etmiştir. Sosyal medya sayfalarında görülen bilgi çeşitliliği sebebiyle insanların dinî yaşayış biçimlerinin gelgitler yaşamasını katılımcı K13: “...Öteki türlü diğer bir sayfada yalan yanlış bir bilgiyi gördüğünde aa bu böyle miymiş, o zaman ben napayım falan.” şeklinde ifade etmiştir.

İmamoğlu'nun (2016) çalışmasına göre; İslam dünyasında olan yanlışın, kavramlara yüklenen yanlış anlam ve içeriklerdir. Bu durum sosyal hayatta da olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Bu yüzden İslam'daki yanlış algılayışı düzeltilmesi ve kavramların anlamlarının gözden geçirilmesi gerekmektedir. On ikinci sınıflarla birlikte yapılan bu tezin araştırmalarından sosyal medyada bulunan yanlış bilginin ve anlayışın eyleme de bu şekilde yansıtacağı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sosyal medyada bulunan dinî bilginin yanlış anlaşılması sonucunda bireyi dinden uzaklaştırması düşüncesi de ulaşılan sonuçlar arasındadır. Güney'in (2020)

çocukların sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı çalışmada, sosyal medya araçlarının kullanımı topluluk içinde kültür, kimlik ve aidiyet oluşumu ile birlikte bireylerin hayatında kendiliğinden, doğal bir şekilde taklit ve gözleme dayalı olarak gerçekleşen bir öğrenme ortamı oluşturmuştur. Avantajlarının yanında sosyal medyanın çocukların kendilerine de zarar verebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebeple sosyal medyada bulunan çocuk veya ergenlerin karşılaştıkları dinî bir içeriğe inanabilmeleri ve hataya düşebilmelerinin olası olduğu sonucuna 12. sınıf öğrencilerinin görüşlerinden ulaşılmıştır. Ayrıca sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriğin yanlış bilgi sunması olasılığından dolayı çocuk ve ergenlerin dinî kimlikleri üzerinde bir hasara yol açabileceği söylenebilir. Ulaşılan sonuç, yapılan çalışmanın sonucu ile benzerlik göstermektedir.

3.7.2.2. Negatif Duygu ve Tutumlara Yönlendirme

Sosyal medyada bulunan din adamlarının dine göre değil de kendilerine göre dini düşünceleri sebebiyle insanların inançlarından uzaklaşıp farklı inanç veya felsefi görüşleri benimsedikleri düşüncesini katılımcı K9: “Ben zaten başta söylediğim gibi öyle şeyler takip etmiyorum. Ve şey olarak benim dine değil de daha çok bu dini nitelendiren ve dini yorumlayan insanlara karşı bir şeyim oluyor. Ya da imamlara ya da işte tasavvufçulara karşı bir şeyim oluşuyor. Çünkü mesela diyelim ki bazen imm dinle düşünmüyorlar kendilerine göre düşünüyorlar. Bu da hem insanların dine karşı şeyini bozuyor. Duruşlarını ve bakışlarını bozuyor. İşte dediğimiz gibi bu şeydeki dönemdeki insanların genellikle deizme ve agnostisizme kaymasının sebebi bu.” sözleriyle belirtmiştir. Sosyal medyada farklı felsefi görüş veya inanca sahip bireylerden biri olarak katılımcı K6: “...Ama mesela bu tarz benim gibi düşünen insanlar genelde toplumda aşırı dışlanıyorlar veya dindarlar tarafından potansiyel tehdit işte nefret edilme amacı olarak falan görülüyorlar. Ki biz genelde başkalarına karşı nefret dolu davranmazken böyle durumlar yaşanıyor.” sözleriyle inancından dolayı potansiyel tehdit olarak görüldüğünü ve nefret unsuru olduğunu dile getirmiş ve “...ama bunun dışında mesela çok fazla kin ve nefret besleyen insanların genelde neden beslendiklerini anlamaya çalışıyorum. Haklı sebeplerim varsa genelde empati yapıyorum ama ana fikrim kin ve nefret besleyen insanlarla beraber kin ve nefret besleyen insanlara itilmemek ki sosyal medyanın en çok yaptığı şeylerden biri bu. İnsanları kin ve nefretle bildiğiniz koyun gibi gütmek.”

diyerek sosyal medyanın bireylerin birbirlerine karşısı olumsuz duygulara yönelttiğini ve bu insanları anlamaya çalıştığını ifade etmiştir. Sosyal medyanın farklı felsefi görüşlere ve farklı inanç şekillerine yönelttiği düşüncesinin aksine “Ben genel olarak şöyle sosyal medyanın hani insanları deizme, agnostisizme ittiğinden ziyade kendi karşılaştıklarımın tabii ki yola çıkararak şunu belirtebiliyorum. Yani dinin inanmak veya inanmamak konusu aslında insanın kendi içinde kısa veya uzun sürede halledebildiği bir durum. Yani bakıyorsun eğer mantıklı geliyorsa ya da cidden hani gerçek olduğuna inanabiliyorsan hani bir dizi olayı kitapların içinde geçen veya herhangi bir dinde kabul edilebilen, kendi içinde kabul ediyorsun, inanmayı seçiyorsun. Fakat söz konusu inanmamak olduğunda ben sosyal medyanın insanları inanmamaya ittiğinden ziyade inançsızlıktan sonra gelen nefret veya nefret etmeme boyutuna gittiğini düşünüyorum.” sözleriyle sosyal medyanın inanç değişikliğine yöneltmesinden ziyade insanların inanç boyutlarına yönelik karşılıklı bir nefret geliştirdiklerini dile getirmiştir. İnanç sahibi olmayan insanların inanırlara karşı oluşturduğu duygu ve davranış tutumlarını “...ya da dindarlardan nefret etme boyutuna gidecek kadar inançsızlıklarını yaşıyorlar. Yani sosyal medyada bu noktada daha çok insanların inançsızlık sonrası nefret veya nefret etmeme durumu aynı şekilde inananların da inanmayanlardan nefret etme veya nefret etmeme durumunu etkiliyor.” şeklinde ifade etmiştir. Sosyal medyada bulunan bireylerin baskıya maruz kaldıktan sonra kendi görüşünü yaşamaya başlaması ile birlikte bu baskılanmanın intikamını almaya çalışmasını “Olumsuz etkiyle alakalı ben en azında şöyle diyebilirim. Hani yine insanın inanıp inanmaması için sürecini geçtikten sonra olan kısmından bahsediyorum. Mesela çeşitli arkadaşlarımda ben şuna şahit oldum. Aileleri tarafından inanılmaya karşı çok fazla baskılandıklarını sosyal medyadaki öbür baskıların baskılanma sonucunda marjinal düşüncelere çekilmiş olmasından dini daha çok yani nasıl diyeyim, dine inananları aşağılayarak kendi baskılanmışlıklarının bir şekilde intikamını almaya çalışan insanları gördüklerinde gidip hani benzer hareketler yapmaya çalıştıklarını gördüm mesela...” sözleriyle dile getirmiştir. Bunu destekleyen bir görüşü katılımcılardan K3: “...Hani inanmayan zaten inanmıyor ama o da nefret duymaya başlıyor.” şeklinde ifade etmiştir. Yine nefret ile ilgili benzer bir görüşü Katılımcı K4: “...Sonuçta bu olacak zaten başka bir şey olmayacak. Hani inanmayanlar daha da nefret edecek...” sözleriyle sosyal medyanın meydana getirdiği etkiyi dile getirmiştir.

Dinin sürekli her konuda ve durumda karşısına çıkmasının dini basitleştirdiği düşüncesini katılımcı K8: “Şey düşündüm toplum genelinde ya sonuçta din konusu böyle nasıl söyleyeyim biraz daha kapsamlı ve çok hassas düşünülmesi gereken bir konu ımm sonuçta Tanrı kaynaklı bir şey olduğu için mümkün olduğu kadar ona uygun yorumlar yapılmalı. Biraz daha akademik dille yorumlamak bence daha mantıklı oluyor. Sosyal medyada da böyle sürekli din tartışmalarının olması, ne bileyim dinsel öğelerin olması sürekli gözümüzün önüne gelmesi bence biraz sanki dinin anlamı konusunda böyle tartışmalara yol açıyor gibi geldi bana yani. Biraz anlamsızlaşıyor aslında yani hani kıraathane konuşması gibi bir şey olunca gerçekten o zaman arkadaşımın da dediği gibi ya nefret etme konusu oluyor.” sözleriyle dile getirmiştir.

Bir kimseyi birebir tanımakla sosyal medyadaki bilgiler ışığında tanımak arasında iletişim anlamında pek çok fark vardır. Bu fark bireye karşı olan duygu ve davranışların değişim ve gelişiminde kendini göstermektedir. Aynı zamanda karşıdaki kişiye karşı olan algıya da yön vermektedir. Bu durumu katılımcı K19: “...Eğer bizzat görüşmeseydim ve eğer dizilerinden, filmlerinden ya da paylaştıkları şeylerden baksaydım çok rahat ve gevşek bir şekilde yaşadıklarını düşünürdüm ya da Yahudilerin de aynı şekilde. Yahudilerin çok fazla bencil olduklarını düşünüyoruz ya da işte çok fazla kapalı olduklarını düşünüyoruz ama aynı şekilde iletişime geçtiğimde onların çok fazla kapalı olmadığını, aslında yeniliklere de açık olduğunu görebiliyorum. Yani insanlar sadece dinle ve sosyal medyada gördükleriyle dinleri damgalıyorlar...” sözleriyle ifade etmiştir. Benzer şekilde kendisine karşı yapılan bir tutumdan dolayı katılımcı K17: “Hani mesela bazı insanlar diyor ki işte hani Türkiye aa Müslüman mısın? Hani direkt hani artık isim doğruluğundan herkes hani öyle bir yargıya varıyor işte. Yargıya varıyor derken herkes öyle düşünüyor hiçbir özelliğimize bakmadan. Ama aslında şöyle bir şey de oluyormuş yaşadığımdan dolayı söylüyorum. Mesela benim bir Arap arkadaşım var. O Arap arkadaşımın gerçekten hani fiziksel olarak görüşüyorduk. Arap arkadaşımınla konuştuk konuştuk mesela. İki gün konuştuktan sonra şey sordu. Ha bizim domuz eti yemediğimizi fark etti. Dedi ki siz Müslüman mısınız? Evet dedik. Hani nasıl olur hani şort giyiyorsunuz dedi. Hani mesela bunun tam karşıtı olarak aslında ımm önyargılara dayanarak veya kıyafete bakarak veya bizim ımm İslam’ı tam anlamamış olmamıza dayanarak onlar da bizim Müslüman olmadığımızı düşünüyor kendi fikirlerince,

kendi gördüklerime dayanarak.” şeklinde belirtmiştir. Giyim şekli veya paylaşımlarından dolayı yargıya maruz kaldığını düşünen katılımcı K20: “Şu çok sinirimi bozuyor. Imm özellikle kadın olduğumuz için giyimimize kuşamımıza göre dinimizi seçiyorlar. Hani atıyorum ben şey giydim şapka taktım veya böyle bikini giydim tatil yerindeyim falan, insanların şeyini hissedebiliyorum ya bana bakıyorlar hani veya sosyal bir medyada atıyorum işte imm benim giydiğim şeylerden dolayı benim Müslüman olamayacağımı düşünüyorlar insanlar veya yediğim şeylerden dolayı işte. Ne denir? Paylaştığımı düşündüğüm şeylerden dolayı benim dinime onlar karar veriyorlar. Sanki benim hiçbir şekilde yorum yapma hakkım yokmuş gibi, öyle.” sözleriyle ifade etmiştir.

Toplumsal düzende birbirini tanımayan insanların gündelik hayatlarına normal bir şekilde devam edebilmesinin yanında sosyal medyadaki profil sebebiyle bir önyargı oluşabileceği düşüncesini K5: “Mesela diyelim ki hani sokağa çıktık ve yürüyoruz yani, hani aslında o insanla mesela diyelim karşılaştık bir yerde ve bir insanla karşılaştık rastgele ve o insana dair aslında hiç olumsuz, kötü herhangi bir şey düşünmüyoruz veya yani ya da iyi düşünmüyoruz. Ama sosyal medyada onunla bir tartışma içine girsek çok daha farklı şeyler düşünebiliriz yani bence.” sözleriyle belirtmiştir. Dünya genelinde terör olayları ile İslam arasında bağ kurulması sebebiyle katılımcı “Mesela, dediğimiz gibi hani, bir ülkede veya bir dini toplulukta olan savaşlar... İşte hani nasıl desem başka? Ayrımcılık ya da işte bunun gibi benzer kötü olaylar, bizim tepki verdiğimiz olaylarda zaten hani direkt herkesin kafasında yani, hani mesela bir olay oluyor, diyelim... Sosyal medyanın genelinde yani veya diyelim ki bazı terör örgütleri yapmış hemen Müslümanlıkla ilgili...” şeklinde düşüncelerini belirtmiş ve insanların önyargıya yöneldiklerini dile getirmiştir. Bu durumu katılımcı K13: “Daha çok yani önyargılı oldukları için biraz sinirleniyorum.” şeklinde ifade etmiştir ve önyargılı tutumlar karşısındaki duygusunu dile getirmiştir.

Sosyal medya platformlarında çekilen ve yayımlanan videolar ile karşılaşan katılımcı K16 başka ülkelerde Türkiye'nin Müslüman bir ülke olması sebebiyle farklı algılandığını; “...Mesela Youtube'da takip ettiğim Amerika'da yaşayan Türkler var. Onlar mesela arkadaşımı Türkiye'ye getirmek istiyorum ama ailesi bizim terörist olduğumuzu, gidemeyeceğini, orada sürekli savaş olduğunu söylüyor, sürekli tecavüz edildiğimizi söylüyor o yüzden göndermiyor mesela...” sözlerini dile getirmiş ve görüşmenin ilerleyen bölümlerinde bu konu ile ilgili “Şey şu an çok ayrı

ve çok ufak bir şey olacak ama mesela şey biri mesela kafede falan Allahu Ekber dediği zaman herkes yere yatıyormuş falan mesela, savaş çıktı veya bizi öldürecekler diye. Yani bu tip algılar da var onu diyecektim.” sözleriyle tekbir getirme ile terörün bağdaştırıldığını gözlemlediğini ifade etmiştir. Karşılaştığı bu durumlar karşısındaki duygu ve düşüncelerini “...sadece bakıyorum ve gerçekten yazık diyorum yani, bu şekilde bakmaları ve başka ülkelere bu şekilde tanıtılmaları yani hani Hristiyanlıkta falan da var başka dinlerde de var kötü şeyler. Katolikler var. Bizim gibi katı olan dinler de var bu şekilde konuşulan bizim dinimizde ama onlar bu şekilde konuşulup da mesela Hristiyanlık da aa böyleymiş deyip aşağılanması olmuyor.” sözleriyle ifade etmiş ve İslam’ın kendi inanırları tarafından da kötü bir şekilde yansıtılmasını dile getirmiştir. İslamofobiden dolayı bütün Müslümanların terörist olarak anılmasını ve bu duruma yönelik düşüncesini “Şey de çok kötü mesela ben bizzat yaşadığım için değil de mesela imm teröristlerin de Müslüman olarak övündükleri için bizi de terörist zannediyorlar.” sözleriyle belirtmiştir. Benzer bir duyguyu katılımcı K2; “...hani böyle Müslümanım diye geçinen insanların, böyle dine karşı insanların bakış açısını değiştirmesi ve hani çoğu kişinin böyle hani kötüdür diye düşünmesine üzülüyorum yani.” sözleriyle Müslüman kimliğine sahip insanların yaptıklarından dolayı Müslümanların geneline yüklenen olumsuzluğu dile getirmiştir. Toplumdaki herhangi bir olayın Müslümanların geneline atfedilmesini “Mesela sosyal medyada bir insanla herhangi bir konu üzerinde fikri bize ters düşerse hani o kişi mesela, atıyorum tartıştığım kişi mesela ateist veya Müslüman. Tartıştığım kişi Müslüman olursa ben direkt Müslümanlar cahil zaten diye mesela bir algı oluşturabilir veya hani çok imm böyle saçma bir hani, saçma bir böyle şey hani düşüncesi olan bir insan hani Müslümansa direkt o insanın dini yüzünden hani böyle böyle böyle diye insanların düşüncesi oluyor diye düşünüyorum.” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyanın toplumdaki bireyler açısından bir anlaşmazlık durumunu meydana getirdiğini düşünen katılımcı K22: “Bence daha çok çatışma var. Olumlu hiçbir şey gelmiyor aklıma.” şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir. Bu durumu destekleyen bir örnek olarak katılımcı K1: “Yani mesela bir de sosyal medyada biz orada kendimiz olarak bulunmuyoruz mesela ve ben mesela atıyorum K2 ile yazıyorum bir sosyal medya üzerinden ve din üzerinden bir kavgaya tutuştuk ve o noktadan sonra artık K2 benim için K2 değil, benim dinime karşı olan bir insan haline geliyor benim gözümde ve bu sosyal medyada mesela Twitter gibi herkese,

herkes tarafından erişilebilir medyalarda daha olumsuz sonuçlar oluşturabiliyor.” sözleriyle sosyal medya kullanıcıları arasında olumsuz sonuçlara sebebiyet veren bakış açılarının oluştuğunu dile getirmiştir.

Başcı'nın (2018) çalışmasına göre tekbirlerle ve bombalarla masum insanları öldürüp kültürel eserleri yakıp yıkmamanın ne insanlıkla ne de İslâm ile ilgisi vardır. Sosyal medyada bulunan dinî içeriklerin oluşturduğu İslamofobi sebebiyle Müslümanlara bakışın olumsuz yönde olduğu ve tekbirlerle bomba patlatan insanlar sebebiyle İslam'a bakışın etkilendiği sonucuna 12. sınıf öğrencilerinde de rastlanmıştır. Öğrenciler İslam'ın bununla bağı olduğu görüşündedir. Yanık'ın (2017) yaptığı çalışmada aynı düşüncelere sahip olmayan bireyler arasında ahlak, kültür ve hukuk kurallarını aşındıran bir söylem ve ötekileştirme ortamı yaratmaktadır. Bilge'nin (2016) sosyal medyada giderek güçlü bir konuma gelen nefret söylemi, normalleşip bir tepki haline gelmektedir. Radikal gruplar tarafından ötekileştirilenler aşağılanmakta ve sahte profillerinde nefret söylemlerini hızla inşa edebilmektedirler. İnternet her ne kadar demokratik avantajlara sahip bir mecra olsa da bu avantajın negatif yönünü nefret söylemine yaptığı hizmetle ortaya koymaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerinden, sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriğin nefret söylemini barındırdığı ve bunun nedenlerinden birinin zamanında baskıya maruz kalanların intikam duygusuyla hareket edişlerinden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Akdoğan'ın (2020) çalışmasında İslam'ın ana kaynaklarının, insanların başka dinlere mensup olmalarını toplumda ayrışmaya ve düşmanlığa neden olmadığını belirtir. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerine bakıldığında hem farklı inançlara karşı hem de kendi inanç sistemi içindeki bireylere karşı ötekileştirici bir tutum sergilendiği sonucuna ulaşılmıştır. İslam dinî ötekileştirici bir tutuma sahip olmasa da günümüzde sosyal medya kullanıcılarının dinî paylaşımda bulunurken kendi yorumunu katarak kullandığı dil ötekileştirmektedir. Bilge'nin (2016) çalışmasında kadın imajının tıpkı geleneksel medyadaki gibi sosyal medyada da ötekileştirilen bir söylem nesnesi haline gelmesi yer almaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerinden elde edilen bilgiler ışığında, kadınların giydikleri kıyafetlerden dolayı Müslüman olup olmama sorgulaması ile karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

3.7.2.3. Doğru Bilgiyi Sorgulamama

İnsanların araştırma yapmadan ve sorgulamadan dini öğrenmelerini katılımcı K21: “Kaynak olarak dinin öğretmesi gereken kuralları öğrenmiyorlar daha çok kulaktan dolma bilgiler işte. Halk arasında söylenen şeylere bakıyorlar o yüzden olmuyor yani. Doğru kaynaktan öğrenilmesi gerekiyor.” sözleriyle dile getirmiştir. Bu görüşü destekleyici şekilde katılımcı K24: “Körü körüne bağlanan insanlar bilip bilmeden çok fazla bir şekilde onu savunuyorlar ve hani yanlış bir şekilde savunuyorlar. Doğrusunu bilenler onun yanındayken hala kendi bildiğini savunuyor ve bu hani insanlara biraz da yani o insanın cahilliğine irrite ediyor ve soğutuyor.” sözleriyle ifade etmiştir. Din hakkında bilgi edinmenin sorgulayıcı ve araştırmacı bir tavırla olması gerektiğini düşünen katılımcı K5: “...Ben hani kendime çok içten, tamamen inanıyorum diyemem ama yani bence yani insanların yaptığına değil de sadece dini araştırıp buna göre bir karar vermeleri gerekiyor. Ben bilmiyorum yani. Açıkçası biraz kötü hissediyorum çünkü toplum böyle çok hani gerçekten aklını kullanamıyormuş gibi geliyor bazı insanlar, o yüzden hani üzülüyorum açıkçası.” şeklinde ifade etmiştir. Ancak bu durumun görülmediği belirten ifadeleri ise katılımcı K19: “...araştırmıyorlar hiçbir şekilde. Bu yüzden de çok fazla etkisi var bence din algısı üstüne.” ve “Sorgulamıyorlar. Araştırmıyorlar.” şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca insanların sorgulamadığı düşüncesi ile birlikte bu insanların başkalarının da sorgulamamasını istedikleri düşüncesini katılımcı K23: “...Çünkü hani nasıl desem mesela ben ateistim deyince aileleri “Nasıl ateistsin?!” falan diyen çok insan vardır. Yani hiç sorgulanmadan inanmamızı isteyen çok kişi var bu da çevre faktörü büyük ihtimalle. Baya etkiliyor yani insanı.” şeklinde ifade etmiştir. Bunu takip eden görüşlerinde ise “...üşenip okumayıp kim ne derse ona inanan çok var. Uygulamamız için diretenler onlar oluyor genelde zaten. Yanlış bir şeyi uygulamamızı direttiklerinde sen yanlış olduğunu bildiğinde soruyorsun zaten otomatik olarak.” sözleriyle doğru bilgiyi sorgulamayan insanlar hakkındaki görüşünü dile getirmiştir.

Karşılaşılan bir bilgiye dair olan tavırlarının önyargı ile birleşmesinden dolayı sorgulamadıkları görüşünü katılımcı K17: “Bilmiyorlar ve önyargılı yaklaşıtları için bilmeye de çalışmıyorlar. Uğraşmıyorlar.” şeklinde ifade etmiştir. Sorgulamayan insanların birlikte hareket edişini K8: “...ya da sorgulamadan gerçekten o an orada herkes ne diyorsa işte herkes birlikte katılıyor ve o fikirden devam ediyorlar.”

şeklinde ifade etmiştir. Bireylerin davranışlarının doğruluk seviyesini göz ardı edişini katılımcı K15: “Hani bir şey gördü biliyor. Buna göre hareket ediyor ama bu hareket etmesinin yolu doğru mu yanlış mı sorgulamıyor.” şeklinde ifade etmiştir. Sorgulamadan hareket etmeyi katılımcı K12: “Direkt körü körüne bağlanıyor gördüğü o şeye.” şeklinde ifade etmiştir.

İnsan yaratılışı itibarıyla merak eden ve anlam arayışı olan bir varlıktır. Bu sebeple etrafında gördüğü şeyleri sorgular. Sosyal medyada bulunan dinî içeriklerin öğrencilerin düşünce dünyasında oluşturduğu algıya bakıldığında, öğrencilerin olumsuz düşünceler belirttiği gözlemlenmiştir. Bu düşüncelerden biri de toplumun geneline bakıldığında karşılaşılan bilginin sorgulanmadan kabul edilmesidir. On ikinci sınıf öğrencilerinden 25 kişi ile yapılan bu çalışmadaki 8 öğrenci, insanların karşılaştıkları dinî bilgileri sorgulamadan, düşünmeden ve körü körüne kabullendikleri düşüncesindedir. Kiraz’ın (2020) çalışması bu sonucu destekler niteliktedir.

3.7.2.4. Olumsuz/Düşük Yaşam Koşulları

Bireyler içine doğdukları ve içinde buldukları çevrenin koşullarına göre inanç, düşünce ve davranış açısından şekillenirler. Bu şekillenmede etkili olan unsurlardan biri de politikadır. Dinî politikaya malzeme edilmesi durumunda toplumdaki bireylerin sosyal ve dinî açıdan olumsuz sonuçlarla karşılaştıkları da göz önünde bulundurulduğunda katılımcı K3: “Ya işin ucunda bence biraz siyasal İslam da var.” sözlerinin ardından anlatmak istediğini biraz daha açıklayarak “Ya aslında tam sözlük tanımını ya da hani asıl kullanım şeklini bilmiyorum ama hani bence ne dediğim anlaşılmalıdır. Ama hani ben kendime göre tanımlayacak olursam da siyaset içerisinde yöneticilerin ımm bir noktada dini kendilerine bir araç olarak kullanmaları bence. Hani ben bu şekilde tanımlayarak kullanıyorum.” sözleriyle din ve siyasetin de sosyal medyadaki paylaşımlarda yer aldığını dile getirmiştir. Bu ifadenin ardından “...çünkü hani yaptıkları şeylerin sonucunda olumlu şeyler yaşanmıyor genellikle ve aslında bunu yaparak birazcık hani aslında ülkede herkes Müslüman olmak zorunda da değil ve hani bunu biraz engellemiş ve o azınlıkları biraz itmiş oluyorlar. Hani bence bunun etkilerinin sonucunda da bazı şeyler ortaya çıkıyor.” sözleriyle siyasetle uğraşan insanların din ile ilgili söylemlerinin olumsuz sonuçlar ortaya çıkardığını belirtmiştir.

Din ve politikanın beraber olma durumunu katılımcı K5: “Siyasal İslam’la ilgili, mesela yani herhangi bir ülke için konuşuyorum. Yani mesela diyelim ki bir ülke yani İslam hani, ülkenin yöneticileri hani İslam’la ilgili, yani her şeyini buna bağlıyorsa mesela kendimden örnek vereyim. Hani ben şu an hani sorguluyorum belki ileride tamamen inanacağım belki de tamamen farklı bir yola gideceğim ama şu an kendimi arada hissettiğim için hani mesela ülkenin bütünlüğünü dine bağladıkları için ben bu sefer ülkeden dışlanmış hissediyorum açıkçası yani hani mesela diyelim ki bir savaş oldu hani ben sanki tam olarak ülkemden değilmişim gibi hissediyorum yani, hani ülkemden olmak için illa bu dine tamamen inanıp inanmam gerekiyormuş gibi yani, bence böyle yani.” sözleriyle belirtmiş ayrıca politikanın dini kullanması ve kendi inanç durumundaki belirsizliğin bütünleşmesi sonucu kendini dışlanmış bir kimse olarak hissettiğini dile getirmiştir. Katılımcı K4: “Ya zaten solcuları dinî insanlar gösterge olarak kullanmaya başlıyor. Mesela bazı kişiler gizli yapıyor namaz, oruç, yardım etmek falan filan. Sosyal medyada herkes birine yardım ediyor videosunu çekiyor, atıyor. Ya sanki ilgi çekmeye çalışıyor gibi oraya koydukları.” sözleriyle sağ-sol çatışmasının sosyal medyadaki dinî içeriklere de yansıdığını ifade etmiştir. Katılımcı K10: “Ya ben Türk tarihi boyunca bakacağım çünkü dinlerle yönetim falan açısından halifelik açısından Türk devletleri biraz daha önde o yüzden dinle yönetme şeklinde olduğu için biraz dinle insanlar daha kolay yani ortak düşünce içinde toplanabildiği için veya daha kolay empoze edilebildiği için daha kolay benimsediği için yönetime katkı amacıyla olduğunu düşünüyorum.” sözleriyle devletin yönetim şeklinde dinin bulunmasının sebebinin, dinin ortak bir değer olması ve insanlara din yoluyla bir şeylerin daha kolay aşılabilirdiği düşüncesiyle olduğunu belirtmiştir.

Bireyin dine bakışını etkileyen diğer etkenler ise ekonomi ve eğitimidir. Ekonominin iyi olmasıyla yaşam şartlarının iyileşeceği ve dolayısıyla her alanda bireyin imkanının artacağı gerçeği göz önünde bulundurulduğunda katılımcı K20: “...Imm sosyal mecralarda bir sürü insanla beraber etkileşim içerisindeyiz ve aramızdaki sosyo-ekonomik farklar açıkça gözle görülüyor yani. Imm insanlarla aramdaki farka bakıyorum. Öncelikle ülkemizin nasıl bir şekilde yansıtıldığına, burada öne çıkan şey milliyetçilik veya bilimsel buluşlar veya sanatsal bir şey değil, din hani. Türkiye Müslümanların başındaki o ülkedir olarak gösteriliyor diğer ülkelere karşı. Dediğim gibi aradaki farklılıklara bakıyorum. Imm bizim ekonomimiz biraz bu

durumda bizi zorluyor.” sözleriyle sosyo-ekonomik durumun bireylerin din ve başka alanlara yönelimini etkilediğini dile getirmiştir. Eğitim, bilgiye bakış açımızı değiştiren önemli etkenlerden biri olmakla birlikte K20: “Bunların kökü eğitimden geçiyor ya. Eğitim, eğitim, eğitim! Yani ben mesela küçükken hatta hala bana coğrafyada Dünya’nın şeklini anlatıyorlar. Kaç yıldır üst üste dinliyorum bunu. Ve hani sen bana bunun nasıl oluştuğunu, nedenini anlatmadan ben nasıl anlayabilirim ki? Sadece ezbere dayalı bir şekilde ilerliyoruz ve ben atıyorum şu an imm din konusuna şey değilim, açık değilim açıkçası. Bana birisi bir şey dediği zaman açıkçası buna şey yapmam. Önceden de söylediğim gibi gidip bakmam yani. Konuşmam da ama konuşan bir sürü insan var kimse de hiçbir şey bilmiyor bu konu hakkında. Çünkü sürekli küçükken bize sadece ezbere dayalı bir şekilde eğitim imm ne denir hizmeti verildi.” sözleriyle ezbere dayalı eğitimin de insanların karşılaştıkları paylaşım ve bilgiler karşısında düşünme yetisinden uzak kalmalarına neden olduğunu ifade etmiştir. Bu görüşü destekleyecek eleştirel bir görüş ise katılımcı K18 tarafından “Sureler bile ezbere dayalı” şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı K20 ise katılımcılardan K18’in ifadesini: “Kesinlikle hani orada onun neden mesela surede mesela neden böyle bir şey yazılmış? Veya bunun bir hikayesi nedir? Sonuç olarak bunu şey indiriyordu hani aralıklarla indiriliyordu bu Kur’an.” sözleriyle desteklemiş ve eğitimde görmek istediği sorgulayıcı tavrı dile getirmiştir.

Bireyin doğduğu dünyada onu şekillendiren ve ilk eğitimini veren kurum ailedir. Ailenin dinî inanç ve dine bakış açısının şekillenmesindeki rolü büyüktür. Bu durumu katılımcılardan K13: “Ama o biraz ailelerden de kaynaklanıyor bence. Yani bizim ülkemizin yüzde doksanı Müslüman olduğu için diğer dinler hiç konuşulmuyor. Mesela bir çocuk büyüdüğünden beri hep Allah’ı biliyor. Dinsel, Müslümanlık açısından dinsel şeyleri biliyor terimleri. Bir çocuğa Hristiyanlığı da anlatacağın, işte diğer dinleri de anlatacağın ki o neyin doğru neyin yanlış olduğunu veya diğer dinlerle Müslümanlığı kıyaslayabilsin.” şeklinde ifade etmiştir.

İnanılan dinin gerekliliklerini ve anlatmak istediğinin toplumun bireyleri tarafından bilinmemesi durumunu katılımcı K23: “Cahillik çok fazla var bu ülkede hani cahil insan çok fazla kendi inandığı dini bile bilmiyor. Kitabı açıp okumuyor bile belki de eğitimi yetmiyordur ona bir şey demiyorum ama...” sözleriyle eğitim ve dini dile getirmiştir.

Sekin'in (2008) çalışmasına göre, Türkiye'de ilköğretimden üniversiteye kadar dinî, ahlaki, kültürel konularda ezbere, sorgulamadan ve eleştirel düşünce yapmadan devam eden öğrenme şekli varlığını korunmaktadır. On ikinci sınıf öğrencilerin belirttikleri görüşlerden yola çıkarak, sorgulamayı ve ezbere dayalı olan eğitim sisteminden kaynaklı olan ve sosyal medyadaki dinî içeriğe bakış açısını da etkileyen bir unsur olarak eğitim ve eğitimin niteliğine dair yetersizlik sonucuna ulaşmak mümkündür. Ayrıca eğitimin düşünme üzerine olmasını gerektiği, öğrenilen bilgilerin sebepleriyle bilinmek ve bilgiyi sorgulamak istedikleri sonucuna da ulaşılmıştır. Öğrencilerin eleştirdikleri sistem ile çalışmada belirtilen eğitim sistemine bakış açısı benzerlik göstermektedir. Pehlivan'ın (2016) çalışmasında ekonomik olayların, birer sosyal oluşu ve sosyal olayların da bireylerin etkileşimleri neticesinde gerçekleştiğine değinilmiştir. Bu etkileşimde dinin de büyük bir söz yere sahip olduğu söylenmiştir. On ikinci sınıf öğrencilerine göre sosyal medyadaki içerikler doğrultusunda toplumda gelişen olumsuz din algısının sebeplerinden biri de ekonomidir. Öğrencilerin görüşleri üzerinden sosyo-ekonomik düzeyin bireyin hayata ve dine bakış açısını değiştirdiği düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu açıdan alanda yapılan çalışmayla benzerlik göstermektedir.

Geçer'in (2016) yaptığı çalışmaya bakıldığında Türkiye'de çok partili döneme geçtiği sıralarda dinî söylemler pek sık kullanılmıyordu ancak son yıllarda yaşanan muhafazakârlaşmanın da etkisiyle hemen her siyasi liderde dinî motiflere rastlanır oldu. Ayrıca dinî ilkelere bakıldığında bireysel hayat ve sosyo-politik ilkeler hoşgörüyeye dayalı olmalıdır. Bu sebeple siyasi ve diplomatik alanda düşmanlık üretimi ve ötekileştirmenin sorun oluşturabileceği düşünülmektedir. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşleri doğrultusunda siyasi liderlerin, dini siyasi söylemlerde kullanmasının toplumda olumsuz durumlar yaşanmasına neden olduğuna ve toplumdaki bireylerin kutuplaşma, ötekileştirmeye sevk edildiği sonucuna ulaşmak mümkündür. Ayrıca tarih boyunca halifelik ile yönetimde dinin insanları birleştiren bir unsur olduğu sebebiyle kullanıldığı görüşünde oldukları sonucuna da ulaşılmıştır. Yapılan çalışma ile bu araştırmanın sonuçları karşılaştırıldığında İslam'da olması gereken hoşgörüyeye dayalı sosyo-politik ilkelerin sosyal medyada bulunmadığı, ötekileştirme düşüncesinin hâkim olduğu elde edilmiştir. Ancak benzerlik olarak dinin siyasi söylemlerde kullanıldığı sonucuna ulaşılabilir.

Aydın'a (2003) göre ailede çocuğun soluduğu dinî hayatın içeriği, ailenin dine olan ilgi ve tutum çocuğun gelecekteki dinî şahsiyetini şekillendirmektedir. On ikinci sınıflardan elde edilen sonuç da bu görüşle bir nevi benzerlik göstermektedir. Ulaşılan benzer sonuca göre aile dine bakışın şekillenmesinde önemli faktördür fakat katılımcıların farklı inançların da sebepleriyle öğretilmesi gerektiği düşüncesinden dolayı bu noktada farklılık göstermektedir.

3.7.2.5. Bilgi Karmaşası

Sosyal medyada yer alan bilgi çeşitliliği ve kirliliği nedeniyle bireylerin inanç ve düşünce boyutunda karmaşa yaşadıkları gerçeğini katılımcılardan K10: "...böyle bilgi karmaşası falan yaratıyor ve bazen aklımda böyle bir karışıklık ortaya çıkıyor karışıklık da yani gençlerin genel olarak deizme kayması ya da agnostik olması gibi sebeplere götürüyor ama genellikle kafa karışıklığını böyle biraz üstüne düşünce hallediyorum." şeklinde ifade etmiştir. Benzer şekilde sosyal medya kullanım yaşının düşmesi sebebiyle sosyal medyada karşılaşılan içerikten dolayı küçük yaş gruplarının etkileneceğini düşünen katılımcı K13: "...Çocuğun bilgisi karışıklaşıyor." şeklinde ifade etmiştir. Bu ifadeyi katılımcı K15: "Bu sefer o da hani gittiği yol boyunca hangisine inanacağını falan şaşıyor." sözleriyle ifade etmiştir.

Arslan'ın (2016) çalışmasında medya ve kitle iletişim araçlarının bireylerin bilgiye ulaşırken kendi ilgi ve kültürlerine göre yol izleyebileceği avantajından söz edilmiştir. Fakat bu mecralarda bulunan dinî içerik aynı zamanda bilgi kirliliğine de maruz kalmaktadır. Bu da hem din hem birey açısından büyük bir sorundur. Utma'nın (2018) sosyal medya ve dindarlık üzerine yaptığı çalışmada, bilgi artışı sebebiyle oluşan algı değişiminde de benzer sonuçlara rastlamak mümkündür. On ikinci sınıf öğrencileri ile yapılan bu tezin araştırmalarından elde edilen sonuç ile Arslan'ın çalışması bu noktada benzerlik göstermektedir. Çünkü bilgi karmaşası karşısında inancın sarsıldığı veya farklılaşmaya başladığı durumunun bir sonuç olarak söylenmesi mümkündür.

3.7.2.6. Sosyal Medyanın Yönlendiriciliği

Bazı ağlar üzerinden erişilen dizi ve filmlerdeki içerikler ile din arasında olumsuz bir bağ kurulabileceği görüşünü katılımcılardan K17: "Mesela az önce arkadaşım demişti ki hani mesela yanlışları gördüğümde kendi dininin daha doğru

olduğunu anlıyorsun. Ama mesela toplum açısından bu tam tersi. Mesela bir film izler bir dizi izler görür ki diğer dinler aslında kendi dininden daha serbestmiş, ona daha çok olanak sağlıyormuş. Böyle düşünüp farklı bir dini kabul etme çabasına girerken kendi dinini inkâr eder. Yani daha çok aslında arkadaşımızın dediği yargının tam tersi halkta hani biriktiği için olumsuz bir etkiye sahip oluyor kendi dinleri açısından.” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medyada çocukların da bulunmasını göz önünde bulundurarak onların yanlış yerlere yönlenebilmesini katılımcılardan K22: “Ya hani sosyal medyada yaş sınırı yok ya. Her yaşta insan kullanabiliyor. Küçük çocuklar da kullanabiliyorlar. Hani onlarda bakıp kanabilirler veya doğru olup olmadığını anlamayabilirler. O yüzden etkileyebilir. Ama başka pek düşünmüyorum.” şeklinde ifade etmiştir. Bu görüşü K15: “Çünkü artık biz 18’imize gireceğiz bazı şeyler belli kafamızda ama mesela 14- 13 yaşındaki bir çocuğun da sosyal medyası var ve o çocuk bu tür sayfaları gördüğünde yanlış bir düşünce biçimine giriyor. Yani bence yeni nesil için sapma.” sözleriyle ifade etmiştir. Toplumun yapılan yanlış yorumlara kanmasını ve bazı yetişkinlerin çocukları kandırması olasılığını katılımcı K24: “...Zaten bir şey var o şey üzerinden yorum yapıyoruz ama çok yanlış yerlerden yapıyorlar ve toplum buna tabii ki de kanıyor. Çünkü hani küçük çocuk nereden araştırıp baksın veya büyük abiler hani kandırıyorlar insanı.” şeklinde ifade etmiştir. Bu görüşü destekleyici bir şekilde katılımcılardan K11: “Aynen bizim yaş sınırimızda yok şu an ama arkadaşımın dediği gibi daha küçük yaşlarda olan insanlar için baya etkileyici bir şey oluyor.” sözleriyle sosyal medyanın toplumsal anlamda etki ettiği kesimi dile getirmiştir.

Sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriğin din algısına etkisinin olmadığını ancak dinin yaşanışı ile ilgili bakış açısının değiştiğine yönelik düşüncelerini katılımcı K3: “Benim aslında dinle ilgili görüşümü değil ama dinin uygulanması ile ilgili görüşümü etkiliyor. Hani dinde hani biz genellikle olumsuz şeylere denk geliyoruz ama bu olumsuzluğun dinle alakalı değil ama insanların dini yaşamaları ya da yaşayamamasıyla alakalı olduğunu düşünüyorum.” sözleriyle dile getirmiştir.

Sosyal medyada yer alan din içerikli paylaşımların din adamları ve paylaşımları sebebiyle olumsuz bir etki ortaya çıkardığını katılımcı K9: “Ben en başta söylediğim gibi insanların dine karşı bir zıtlaşması zıtlaşma bilinci oluşuyor yani din adamları yüzünden veya paylaşımlar yüzünden...” şeklinde ifade etmiştir.

Dinde yeri olmayan bir durumun normalleştirilmesi sebebiyle bireylerde meydana getirdiği etkiyi ve insanların dine bakış açılarından kaynaklanan durumu; "...Diyor ki birisi mesela dinde mesela normalde olmayacak bir şey mesela azıcık bir sigara içmek herhangi değer bir şey yapmaz diyor mesela. İnsanlar ona uyuyorlar yani şeydeki gibi Hristiyanlıkta veya diğer dinlerdeki gibi veya bu sefer bundan tam tersi oluyor. Mesela dinde diyor ki adam işte temiz olunuz diyor mesela işte temiz kendinize iyi bakınız diyor. Bu sefer insanlarda mesela zıtlaşarak diyorlar ki biz pis olacağız diyorlar öyle ya da işte diyor ki adam burada diyor ki eşiniz diyor. İşte bir tane olsun diyor. Eğer başka birisini de koruyup gözetecekseniz birden fazla eşiniz olsun diyor. Ama bunu insanlar kötü algılıyorlar. Gidiyorlar işlerine geldiği gibi algılıyorlar." sözlerini dile getirmiştir. Ayrıca "...Ve insanların birden fazla eş olmalı diyorlar aslında böyle bir şey yok mesela bu bir yalan bu da toplumun yozlaştırıldığı, dinin yozlaştırıldığı hurafeler sokulduğu, biat edildiği şeyler..." şeklinde ifade etmiştir. İnsanların dine yaklaşımlarında araştırma ile öğrenip yol izlemenin değil de bir kişinin fikirlerine bakarak yaşamayı ve bunun insanların algısını yönlendirmek olduğunu "...Mesela şey bir kapı var bir koyun oradan geçiyor ve tüm sürü onu izliyor. Dine karşı insanların oluşturduğu zihinsel şey de bence yani bu işte." sözleriyle dile getirmiştir. Bu durumu, dinin araç olarak kullanılıp insanları olumsuz şekilde etkilediği düşüncesiyle katılımcılardan K20: "...Din şu an şey kullanılıyor, daha çok insanın kendi özelliklerine ve diğer insanlara böyle yansıtılma aracı olarak kullanılıyor. Araç olarak ve bence bu yanlış, bu daha da çok bizim din üzerine konuşmamıza, sapmamıza neden oluyor." şeklinde ifade etmiştir. İnsanların dini kendilerine göre yanlış şekillendirmelerini ise K24: "Bazı yanlış örnekler de var bence hani mesela "kapanmak" buraya örnek vermek istiyorum mesela kapalıysın ama dine göre kapanman gerekiyor. Göstermemen gereken yerleri göstermemen gerekiyor. Hatlarını belli etmemen gerekiyor ama bunun aksine, kapananlar bunu bilmelerine rağmen doğru bir şekilde kapanmıyorlar." sözleriyle dile getirmiştir.

Sosyal medyada din hakkında fikri olan insanların fikir yürütmeyenler üzerindeki olumsuz etkisini katılımcı K25: "Bir fikri olmayanlar fikri olanlara inanıyor onu bilen kişi yine kendi bildiğini kabul etmeye devam ediyor." sözleriyle belirtmiştir. Sosyal medyadaki dinî içeriğin toplumun dinamiklerine göre şekillenip toplumu yönlendirme amaçlı olduğu düşüncesini katılımcılardan K8: "Kendi adıma

konuşacak olursam ya direkt sosyal hem sosyal medyada hem genel toplum üzerinde ben yani din üzerinde fikir belirtildiğinde sanki hani bu belirtilen idealleri ve fikirlerin, böyle belli bir mümkün olduğu kadar politik olmaya çalışacağım bu konuda ama, mümkün olduğu kadar şey belli bir şey hedefleniyor ve o hedeflenen şeye ulaşma konusunda böyle insanların nasıl söyleyelim damarına basmak denir ya, biraz da aslında toplumun dinamiklerine göre hareket ediliyor bence ona göre hareket ediyor bence din algısı yani toplum üzerinde anlatılan din algısı bence biraz böyle şekilleniyor. Sosyal medyada da bunun yansımalarını görüyoruz aslında.” sözleriyle ifade etmiştir. Din kavramının güçlü etkisinin ve bunun sosyal medyada sıkça görülmesinin sebebini katılımcılardan K10: “Din üzerine herhangi bir şey herhangi bir sayfa hesap takip etmiyorum ama mesela ilk başta düşündüğümde sosyal medyada dinî içerikli şeyler paylaşılması falan arkadaşlarıma mantıksız geliyor ama sosyal medyanın toplum üzerindeki etkisinin genel olarak biliyoruz. Ve yani bazı hukuksal şeylerin bile önüne geçebiliyor. Herhangi bir demokrasinin etkisini gösteriyor. Bu yüzden de dini orada da yansıtmaya çabaları olduğu için onun gibi postlar ve hesaplar paylaşılmış oluyor o yüzden o hesaplar oluşuyor ve gelişim aşamasına geçiyor. O yüzden bizim karşımıza genellikle çıkmaya başlıyor. İşte toplum algısı yönetmek için yapılan şeyler olarak düşünüyorum.” sözleri ile belirtmiştir. Ayrıca bir ekleme yaparak tarih ile din bağlantısını “Ben şeyi ekleyeceğim. Bence geç tarihte yapıldığı gibi insanları yönlendirmek için sosyal medyadaki din kavramını kullanıyor olabilirler.” sözleriyle dinin tarihte yapıldığı gibi insanları yönlendirme amacıyla sosyal medyada dinî içeriklerle karşılaştıklarını ifade etmiştir.

Güneş’in (2018) çalışmasına göre, din toplumların en hassas değerlerindedir ve olumsuz propagandadan nasibini almaktadır. Dinmiş gibi verilen doğruluktan uzak ve gerçek dışı bilgiler olduğu gibi kimi zaman kasten din ve dinle ilgili her şey olandan farklı yansıtılmaktadır. Güvenilir bir kaynağa dayanmayıp din adı altında verilen bilgiler, bilginin muhataplarını yanlışlara sürükler. Eksik ve tutarlı olmayan bilgilerle dinî hayatını şekillendirmeye çalışan bireyler hem bu dünya hem de ahiret hayatı açısından yanlış uygulamalara maruz kalırlar. On ikinci sınıf öğrencilerinden ulaşılan sonuçlar da Güneş’in çalışmasındaki ifadelerle benzerlik göstermektedir. Çünkü 12. sınıf öğrencilerine göre sosyal medyada yer alan yanlış bilgiler, bireyleri doğru olmayan algı ve davranışlara sürüklemektedir. Bazı öğrenciler dinin olumsuz

yönü olduğundan ziyade dinin uygulanış ve yaşanışının yansımalarının olumsuzlukları ortaya çıkardığı görüşündedir. Din hakkında doğru bilgiye sahip olmayan bireylerin, medya ve sosyal medyada karşılaştıkları farklı inançları içeren paylaşımlardan dolayı başka inançlara yönelebileceği de bu sonuçlardan biridir. Yegen'in (2018) çalışmasında sosyal medyanın yeni ve demokratik bir alan olduğundan söz edilmektedir. On ikinci sınıf öğrencileri ile yapılan tezin araştırmasından elde edilen sonuçlar bu açıdan benzerlik göstermektedir. Ayrıca 12. sınıf öğrencilerinden elde edilen bulgularla sosyal medyada din açısından sürü psikolojisi oluştuğu sonucu elde edilmiştir. Eren'in (2014) çalışmasında sosyal medyanın çocuklar üzerindeki zararlı yön ve sonuçlarına değinilmiştir. On ikinci sınıf öğrencilerinin görüşlerinden ulaşılan sonuç bu çalışmayla benzerlik göstermektedir. Çünkü henüz din hakkında tam bir bilgi sahibi olmayan çocukların düşünceleri üzerinde sosyal medyanın olumsuz bir yönde etki oluşturabileceği görüşüne sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

3.8. ON İKİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA KARŞILAŞTIKLARI DİNİ İÇERİĞİN DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİNE YANSIMASINA İLİŞKİN BULGULAR

Sosyal medyanın modern hayatta pek çok alana etki etmesi göz önünde bulundurulduğunda, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi derslerinin de bu etki altında kalacağı gerçeği ile karşılaşmaktadır. Bu bağlamda katılımcı K1: “Yani bazen sosyal medyadaki din ile ilgili yalan yanlış bilgiler bir öğrencinin aklına takıldığında o da haliyle Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi öğretmenine sorabiliyor. Yani bunun sonucu olarak da bazen işte o yanlış bilgiler diğer öğrencilerin kafasında yer edinebiliyor ya da öğretmen bu bilgiyi düzeltirken vakit kaybı yaşanabiliyor ama onun haricinde çok bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.” sözleriyle sosyal medyada görülen dinî içeriğin derslere yansması ve başka öğrencilerin de zihninde yer edinme etkisinin bulunduğunu ve ders vaktinin verimli kullanımına etkisi olduğunu dile getirmiştir. Bu durumun aksine katılımcılardan K4: “Bu tür şeylerin dersin akışını çok etkilediğini düşünmüyorum. Zaten dersin akışını etkilemesi için ya da dersi etkilemesi için genel olarak öğrenciden ziyade öğretmeni etkilemesi lazım. Ki zaten öğretmenlerin de genel olarak kendi fikirleri, kendi prensipleri olduğu için kolay kolay etkilenmiyorlar. Sadece kendilerine göre bazen yanlış gördükleri şeyi bize

açıklamak istiyorlar sosyal medyada. Bunun dışında çok bir etkisi olduğunu hiç sanmıyorum kendi gözlemlediğim üzere.” şeklinde öğretmene etki ederse derse etki edeceği görüşünde olduğunu belirtmiştir.

Sosyal medyada karşılaşılan ve olumsuz din algısına sebep olan dinî içerikli paylaşımların öğrencilerin derse karşı bakış açılarını değiştirebileceği gerçeğini katılımcılardan K3: “Şu anda sosyal medya üzerinden direkt olarak din olgusu hakkında olumsuz bir algı yayılıyor. Tabii ki bunun bence din derslerine de etkisi var. Çünkü hani bazı öğrenciler hani din konusunda eğer ki olumsuz fikirlere sahiplerse Din dersi görmenin de onlara böyle bir dayatma olarak gösterildiğini düşünüyor olabilirler. Bu da tabii onları ders hakkında olumsuz etkileyebilir. Yani derse odaklanmama şey gibi. Ama tabii üniversite sınavında vesairede din dersinden sorumlu oldukları için bazen zorla hani çalışma gibi bir durum oluyor. Bu da onları dinden daha da uzaklaştırabilir bence. Eğer sosyal medyada din konusunu ilgilendiren bir olay gündem olduysa vesaire bunlar bizim derslerimizde de konuya yansıyor, üzerinde konuşuluyordu. Özellikle evlilik, boşanma gibi meselelerde açıkçası ben çokça hani dini tartışmalar yaptığımızı hatırlıyorum. Yani tabii ki inanmak inanmamak ya da yapılan kara mizah adı altında yapılan şeylerden de bazen bahsedildiği oluyor. Onların işte hani mizah olup olmadığı ya da ne kadar doğru olup olmadığı tartışılıyor. Yani ben şahsen açıkçası yani sosyal medyada gördüğüm şeyleri hani derste böyle konuşma taraftarı değilim. Çünkü sosyal medyadaki insanların neyi ne amaçla yaptığı ya da kendi düşüncelerinin ne olduğu belli olamayabiliyor. Ya da kendi düşüncelerinin ne olduğunun dışında sosyal medyada nasıl yansıtmaya çalıştıkları da belli olmayabiliyor. Yani bu yüzden ben çok böyle yansıtmamaya çalışıyorum ama sosyal medyadaki içeriklerin derse yansıdığı bir gerçek bence.” sözleriyle ifade etmiştir.

Sosyal medyadaki din içerikli paylaşımların öğretmenlerin dersi işleyişine yansımadığını ancak bu platformları kullanan öğrencilerin inanç ve görüşlerinde değişiklik yaşayıp bunu derse yansıttıklarını katılımcı K6: “Ya öncelikle hani şu şekilde başlayayım hemen. İmm hani din kültürü öğretmenlerimizin ben hani şahsen sosyal medyadaki dinî içeriklerden etkilendiğini görmedim. Ya da hani bunlarla alakalı çok fazla konuştuklarını da görmedim. Hani ama hani din dersinde tabii hocayla öğrenci arasında sohbet geçerken hani öğrencilerin etkilendiği oluyor. Ama bunun üzerinden hani maksimum diyebileceğim öğrencilerin hani sosyal medyada

kendi dini kimliklerini keşfetmesi veya dini kimlikleriyle alakalı gelişmeler yaşanmasından ötürü hani hocayla konuşmalarında bunlar yansıyabiliyor. Atıyorum hani öğrencinin inancı değişebiliyor ya da hani inancı farklıysa bile bununla alakalı cesaret kazanabiliyor ve derste bununla alakalı daha rahat konuşabiliyor öğretmenle. Ya da hani karşıt bir fikir edinip derste bu karşıt fikri de belirtebiliyor. Onu geçtim internet üzerinden başka insanların argümanlarını dinleyip o argümanları kendisi de benimsedikten sonra bunları din dersinde hocaya da sunabiliyor ama genel olarak bir müfredatı temel aldığımızdan ve bu müfredat dolayısıyla bir sınava gireceğimizden sınavda çıkacak sorular belli olduğundan bu tarz konuşmalar derste genelde fazla geçmiyor çünkü hani eninde sonunda bir anlamı olmuyor. Sınavda çıkacak sorular belli. Yani beni genel olarak düşüncem bunlar.” sözleriyle dile getirmiştir.

Sosyal medyadaki dinî bilgi ile Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinde görülen dinin farklılık gösterdiği ve bu farklılıkların kaynaklarını katılımcılardan K8: “Sosyal medyada gördüğüm dini içerikler Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersine olan bakış açımı nasıl etkiliyor sorusuna cevap vermem gerekirse öncelikle şöyle söyleyeyim: Hani sosyal medyayı kullanım biçimimde pek dini içerikler yer almıyor. Yani pek tercih etmiyorum onlara bakmayı fakat hani şöyle rast geldiğim zamanlar için bir yorum yapacak olursam ya ben aslında işi şöyle ayıracağım; Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi ve aynı zamanda da o dinî içerikli görseller sınıflandırması yaparak ikisinin de özelliklerini söyleyeyim. Bir o dini içerikli görseller çoğunlukla böyle insanlara ımm burada zulüm var buna yok mesela bu insanlara yardım edin. İşte fakirlik var ımm dayanışmayı artırın. Ne bileyim işte bakın burada zulüm oluyor ımm sessiz kalmayın gibi mesajlar verirken Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi bunları yapıyor ama bunları yaparken ımm Kur’an-ı Kerim’i ımm temel alıyor. Hz. Muhammed’in sözlerini temel alıyor. İmm ondan sonra uzman görüşlerini alıyor. Genel olarak hani bilim adamlarının ımm akademisyenlerin görüşlerini ele alıyor. Bu yüzden aslında ımm dini içerikli ımm görseller internette gördüğümüz dini içerikli görseller pek böyle Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinin önemini artırmaktan ziyade orada işte ımm zaten belli bir yaş grubuna hitap ediyor. Takdir edersiniz ki pek böyle gençlere hitap eden görseller olmuyor çoğunlukla. O yüzden hani onlar daha çok böyle işte ımm yani siz Allah’a kulluk edin, devam edin... Biraz daha böyle kısa mesajlar yani küçük mesajlar vermek adına ama işte Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi müfredatı Millî Eğitim Bakanlığı’nın hazırlamış olduğu müfredat biraz daha

işin teknik kısmına dayanıyor. İbadet nasıl yapılır? İşte ondan sonra farz olan ibadetler nelerdir? Ne bileyim işte İslamiyet’i tanıtan bir sürü aslında bir içerik silsilesine sahip. Ya bu yüzden benim bakış açımı aslında somut olarak etkilemiyor. Hani bunu söylemem lazım. Fakat hani gördüğümde de imm sadece hani çok da fazla aslında bakmıyorum. Görmezden geliyorum diyemem tabi ki de. Hani sonuçta gördüğüm zaman böyle bir düşünüyorum acaba burada ne anlatılmak istenmiş ama imm yani net bir şey olmadığından dolayı hani buna da tam net bir cevap veremedim aslında.” şeklinde ifade etmiştir.

On ikinci sınıf öğrencilerinden bazılarına göre sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkisi altında kalan alanlardan biri de dindir. Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinde sosyal medyada görülen içeriğin öğrenciler tarafından derse yansıtılması sebebiyle de bazı etkilerle karşılaşmaktadır. Arpacı’nın (2013) öğretmen adayları ile yaptığı çalışmada değerler eğitiminde ayet ve hadislerden yararlanmanın Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinde değerler eğitimi açısından önemli olduğu belirtilmiştir. On ikinci sınıf öğrencileri ile yapılan bu çalışmada da katılımcılar, öğretmenlerinin derslerde Kur’an-ı Kerim ve sünnet temelli yaklaşımlarından söz etmişlerdir. Ayrıca sosyal medyada değerlerin mevcut olduğunu ancak bunların Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinde sosyal medyada bulunduğu şekilden ziyade basitçe yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda benzer çalışma ile tutarlılık görüldüğünü söylemek mümkündür. Öğretmenlerinin derste yararlandığı kaynakların sosyal medyadaki dinî içeriklerden farklı olması sebebiyle 12. sınıf öğrencileri sosyal medyadaki din eksenli paylaşımların dersin işlenişine etkide bulunmadığı ve ayrıca bu derse akademik anlamda yaklaşımın olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır. Nazıroğlu’nun (2015) çalışmasında medya okuryazarlığını gerektiren önemli nedenlere değinilmiştir. Bunlar dinî enformasyon, taraflı ve yanlış içeriklerin bulunması, yanlış inanç oluşumudur. Sosyal medyanın etkisine dair yapılan bu çalışmada 12. sınıf öğrencilerinin görüşleri benzer çalışma ile tutarlılık göstermektedir. Çünkü 12. sınıf öğrencilerinin görüşlerinden sosyal medyada gördükleri din içerikli paylaşımların kendi inançlarında bir farklılaşmaya neden olabildiği ve bunun derse yansiyabildiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin din algılarının olumsuz yönde değişime uğramamalarının nedenlerinden birisi de bazı öğrencilere göre öğretmenin sosyal medyadaki dinî içerikten etkilenmemesidir.

SONUÇ

Modern hayatta bireylere din eğitimi vermek, geçmişe kıyasla çok daha zor ve karmaşık bir hale gelmiştir. Bu duruma neden olan pek çok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlardan biri dinin öğrenildiği ve dinî bilgiyle karşılaşılan kaynaklardaki artıştır. Dinî içeriklerin sunumunun giderek popülerleştiği günümüz sosyal ağlar ve sosyal medya dünyasında, içeriğin yozlaşmasına ve özünden uzaklaşmasına neden olunabilmektedir. Din eğitiminin doğru bir şekilde verilebilmesi ve öğrencilere etki edebilmesi için bu alana hizmet eden ya da engel teşkil eden hususların belirlenmesi gereklilik arz etmektedir. Bu bölümde, 12. sınıf öğrencilerinin görüşlerine dayalı olarak elde edilen bulguların incelenmesi ile ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir.

Sosyal medyaya ilişkin bilgileri ortaya koyarak sosyal medyanın 12. sınıf öğrencilerinin din algılarına etkisinin değerlendirildiği bu tezde, 1990'lı yılların getirilerinden biri olan sosyal medyanın gerek bireysel gerek toplumsal hayattaki din algısını etkileyen bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin bazıları sosyal medyada karşılaştıkları dinî içeriklere ve edindikleri bilgilere güvenmemektedir. Bu güvensizliğin sebebi sosyal medyada bulunan bilginin çeşitli özellikleri sebebiyledir. Güvenebilen bazı öğrencilerin de karşılaştıkları dinî bilgi veya içeriğe güvenme kriterlerinin olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Öğrencilerin sosyal ağlarda ve sosyal medyada bulunan bilgilerin güvenilirliğine dair bakışları göz önünde bulundurulduğunda, öğrenciler dini bu platformlardan öğrenmelerinin genel olarak birey ve toplum açısından olumsuz etkilere sebebiyet verdiğini düşünmektedir. Dine olan bakış açısındaki ve dine bağlılıktaki değişim bu olumsuz etkinin sonucudur.

Din ile ilgili paylaşımların çeşitlilik gösterdiği ve dinle bağı olmasa da sosyal medyada herhangi bir konunun din kapsamında değerlendirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyada yer alan din içerikli paylaşımların 12. sınıf öğrencilerinin genelinde olumsuz algıya sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu olumsuz algının sebeplerinin genelinde ise ötekileştirici tavrın etkili olduğunu söylemek mümkündür. On ikinci sınıf öğrencilerinden elde edilen bulgular üzerinden, toplumdaki bireylerin farklı inanç, felsefi görüş, yaşam ve giyim tarzı gibi sebeplerle sosyal medyada ötekileştirilmelerinin din anlayışına ve Müslümanlara olan bakış açısına zarar verdiği sonucuna ulaşılmıştır. On ikinci sınıf öğrencilerinin

bulgularından elde edilen sonuçlar kapsamında sosyal medyada Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi'nin 18. Maddesinin ihlal edildiği sonucuna da ulaşılabilir çünkü her birey inanç ve düşüncelerini özgürce yaşama hakkına sahiptir. Ancak bu haklar başka bir birey için de geçerli olmalıdır. On ikinci sınıf öğrencilerinin bulgularından toplumdaki bireylerin birbirlerinin inanç, düşünce, giyim, yaşam farklılıklarını çok anlayışla karşılamadıkları ve sosyal medyada insan haklarının ihlaline yol açtıkları sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda hakların ihlal edilmesi din eğitimindeki ahlaki değerlere göre de hoş görülmemektedir. Bu sebeple sosyal medyadaki bazı içeriklerin ahlaki değer ve ilkeleri de olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılabilir. Ayrıca sosyal medyadaki dinî içeriklerin fazlalığı ve istenmeden de olsa bu içeriklerle karşılaşılması sebebiyle sosyal medyanın din eğitimine etkide bulunduğu sonucuna ulaşılabilir. Araştırmada öğrencilerin sosyal ağlarda ve sosyal medyada bulunan bilgilerin güvenilirliğine dair bakışları göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin sosyal medya kullanımına çeşitli amaçlarla devam ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan 12. sınıf öğrencilerinin bir kısmından elde edilen bulgulardan, dinin doğru bilgi kaynaklarından öğrenilmesi ve ahlaki değerlere uyulması halinde sosyal medyanın hem birey ve toplum üzerinde olumlu gelişmelere fayda sağlayabileceği hem de bu tarz içeriklerin paylaşımının Müslümanlara dair bakış açısını da olumlu yönde etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sosyal medyadaki bazı din içerikli paylaşımlar toplumda bireyler arasındaki bağı kuvvetlendirmekte ve bireyi farklılıklara karşı saygı ve hoşgörü noktasında olumlu yönde etkileyebilmektedir. Bireyin bakış açısı ve sosyal medyanın doğru kullanımıyla olumlu gelişmeler yaşanabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin dinî bilgiye ulaşma açısından dinin temel kaynaklarının ne olduğuna dair bilgi sahibi olduğu ve karşılaştıkları bilgiyi araştırırken bu kaynaklara başvurdukları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyada gördükleri dinî içeriklerin Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi derslerine yansıdığı ancak bu durumun onların üzerinde olumsuz bir din algısına neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında sosyal medyada görülen dinî içeriklerin öğrencilerin derse karşı olan yaklaşımlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal medyanın kontrol altında tutulamayan bir alan olması ve paylaşımların anlık olması bilinen bir durum olmakla beraber dinî bilgilerin ve paylaşımların da yer aldığı sosyal medyada bilginin kaynağının denetlenememesi, bilgi kirliliğinin önlenememesi ve içeriğin herkes tarafından üretilebilmesi gibi sebeplerle dine yönelik algının değiştiği tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrenciler din ile ilgili bilgi alabilmek için özellikle internete girip buradan bilgi almayı tercih etmemektedirler. Ancak internet ve sosyal medyada bulunan ortamları kullanmayı tercih etmeseler de Instagram’da genel sayfaya düşen paylaşımlar, Twitter’da gündem oluşturan din ile ilgili haberler gibi sebeplerle yapılan paylaşımlara maruz kalmaktadır.

Sosyal medyadaki din içerikli paylaşımlar çoğunlukla olumsuz etki oluşturabildiği gibi olumlu etkileri de sağlayabilmektedir. Bu etkiler öğrencilerin hayatın amacına, anlamına ve dine yönelik sorgulamalara neden olabilmektedir. Kendi inançlarına ve başka inançlara yönelik bakış açılarında çeşitli etkiler meydana getirebilmektedir. Kendi inançlarına yönelik olumlu bir etki olarak eğer gençler din alanındaki bilgilerine güveniyorlarsa kendi dinî kimliklerinin farkına varmalarını sağladığı sonucu ortaya çıkmıştır. Olumsuz bir yön olarak ise din hakkında sorgulama evresinde bulunan gençlerin asılsız paylaşımlar sebebiyle dinden uzaklaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Tepkisel dindarlık gösterildiği sonucuna ulaşmak da mümkündür. Başka inançlara bakış açısına yönelik olarak kimi öğrencilerden ulaşılan sonuç şudur: Sosyal medya bireylerin çatışmasına, kutuplaşmasına ve birbirlerini acımasızca yargılamasına sebebiyet vermektedir. Bu sonuç olumsuz bir etkidir ancak sosyal medyanın tümüyle olumsuzluk aşıl原因an bir mecra olduğunu söylemek mümkün değildir. Çünkü bazı katılımcılardan ulaşılan sonuç ise sosyal medyanın farklı kültür, inanç ve yaşantılara karşı sempati gelişimini sağladığı yönündedir. Sosyal medyada bireylerin din, kültür, ahlak, değer ve vatandaşlığı temsil edişleri göz önünde bulundurulduğunda bu kimliklerin olumlu veya olumsuz temsilinin mensubu olunan dine bakışın da temsil edilise göre şekillendiği sonucuna ulaşılmıştır.

ÖNERİLER

1) Öğrencilere Öneriler

Her yaş grubundan öğrenci sosyal medyada karşılaştığı dinî içerik karşısında dinin temel kaynaklarının ne olduğunu bilmeli ve bilgiyi bu kaynaklardan edinmelidir.

Sosyal medya kullanımında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinde öğrenilen ahlaki değerlere uyum sağlamaya dikkat edilmelidir.

Sosyal medyada bulunan kaynağı belirtilmemiş ve din alanında akademik eğitimi olmayan kişiler tarafından paylaşılan dinî bilgilere şüpheyle yaklaşılmalıdır.

2) Eğitimcilere Öneriler

İnternet ve sosyal medyadaki bireylerin kendilerini ifade etme, özgür düşünce ve davranış haklarının olduğunun kabullenilmesi ve kişilik haklarının korunması için sosyal medya kullanımına yönelik olarak ahlak ve değerler eğitimi, insan hakları çerçevesinde verilmelidir.

Sosyal medyadaki dinî bilgilerle karşılaşma durumu ve bu durumun etkileri göz önüne bulundurulmalıdır. Sosyal medyada bulunan dinî içeriğe yaklaşım açısından okullarda, dinî sosyal medya okuryazarlığı eğitimi verilmelidir.

Son yıllarda giderek artan sosyal medya kullanımı ve bu mecrada karşılaşılan dinî içerik sebebiyle oluşan algının olumsuz sonuçlarından birinin ötekileştirici bir tutum olduğu ele alındığında sosyal medyada başka inanç ve fikirlere saygı duyma önemli bir konuma gelmektedir. Bu bağlamda Tosun'un (2016) dünya görüşü yaklaşımı din eğitiminde 'öteki'ne yaklaşım açısından okullarda dünya görüşü eğitimi olarak verilmelidir.

Öğrencilerin derse yaklaşımlarının olumsuz yönde olma riski göz önünde bulundurulmalı, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi öğretmenleri sosyal medyayı kullanmalı ve doğru içerikleri paylaşmalıdır.

3) Kurum/ Kuruluşlara Öneriler

Sosyal medyadaki dinî paylaşımların denetlenmesinin mümkün olmadığını göz önünde bulundurarak din alanı ile ilgili gerekli devlet kurumları ve kuruluşları sosyal medyada resmi hesaplarıyla dinî bilgi konusunda daha aktif duruma gelmelidir.

Ders kitaplarında sosyal medya, din ve sosyal medyada dinî içerikle ilgili güncel bir konuya yer verilmelidir.

Kurum ve kuruluşların dijital medya okuryazarlığı eğitimi verilmelidir.

KAYNAKÇA

- Acılioğlu, İ. (2015). *İş'te Y Kuşaağı*. Ankara: Elma Yayınevi.
- AİHS. (1950, Kasım 4). *11 ve 14. Protokoller İle Değiştirilen Metin*. Kasım 11, 2020 tarihinde [danistay.gov.tr: https://www.danistay.gov.tr/upload/avrupainsanhaklarisozlesmesi.pdf](https://www.danistay.gov.tr/upload/avrupainsanhaklarisozlesmesi.pdf) adresinden alındı
- AİHS. (1950, Kasım 4). *11 ve 14. Protokoller İle Değiştirilen Metin*. Kasım 11, 2020 tarihinde [danistay.gov.tr: https://www.danistay.gov.tr/upload/avrupainsanhaklarisozlesmesi.pdf](https://www.danistay.gov.tr/upload/avrupainsanhaklarisozlesmesi.pdf) adresinden alındı
- Akdoğan, M. N. (2020). Din Şiddeti Onaylar Mı? *Gençliğin Korunması Bağlamında Din İstismarı ile Mücadele*. içinde Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Akgün, E. (2018). Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi. *Yeni Medya Hakemli, Akademik, E-Dergi*(4-5).
- Akıncı Vural, Z., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.
- Akıncı, V. B., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), 3348-3382.
- Akkaya, Ü. H. (2018, Ekim). Kültür Endüstrisi, Popüler Kültür ve Yabancılaşma Bağlamında Medya Din. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 590-606.
- Akt:Okumuş, E. (2014). Sosyolojinin Din Sorunsalı. M. Bayyigit (Dü.) içinde, *Din Sosyolojisi* (s. 77-104 s.94). Konya: Palet Yayınları.
- Akyavaş, R., & Akt:Parlak, A. (1960). *Ahlak Tarihi*. Ankara: İstiklal Matbaa.
- Alver, F. (2016). Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri. *Din Sosyolojisi Perspektifinden Din ve Dinin Geleneksel ve Yeni Medyada Temsili*, 59. (İ. T. Üniversitesi, Dü.) İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Arpacı, M. (2013). Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmen Adaylarının Değer ve Değerler Eğitimine İlişkin Görüşleri. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 13(2).
- Arslan, M. (2016). Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine. *Birey ve Toplum*, 6(11).
- Arslan, M. (2016). Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine. *Birey ve Toplum*, 6(11), 5-25.
- Ayan, B. (2016). *Sosyal Ağlar Tarihi*. İstanbul: Abaküs.

- Ayaydın, Y., & Ayaydın, Y. (2018). Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 16(35).
- Ayaydın, Y., & Ayaydın, Y. (2018). Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 16(35), 59-60.
- Ayaz, O. (2015, Temmuz). Sosyal Medyanın Ergenlerin Sosyalleşmesine Etkileri Sakarya/Akyazı Örneği. *Tez*, 1-135.
- Aydın, A. R. (2003). Çocuğun Dini Kişiliğinin Gelişiminde Aile Faktörü. *EKEV Akademi Dergisi*(15).
- Babacan, M. E. (2016). Toplumsal Derinlik, Sosyal Medya ve Gençlik. *İnsan ve Toplum*, 6(11), 1-45.
- Babacan, M. E. (2017). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Babacan, M. E. (2017). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: İletişim Kitaplığı.
- Başcı, V. (2018). Deizm Kavramı ve Ortaya Çıkardığı Problemler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1).
- Bildik, E. (2019). Dini Bilgi Edinme Sürecinde Sosyal Medya. İstanbul.
- Bilge, R. (2016). Sosyal Medyada Nefret Söyleminin İnşası ve Nefret Suçlarına İlişkin Yasal Düzenlemeler. *Yeni Medya Hakemli, Akademik, e-Dergi*(1).
- Bilgin, A. (2014). Din, Dindar, Dindarlık: Özeleştiril Bir Değerlendirme. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 75-84; s.76.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Boyd, D., & Akt:Eren, Ş. (2007;2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. (Ş. Eren, Dü.) *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4).
- Bulunmaz, B. (2011). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırma Dergisi*(7), 22-29.
- Bulut, H. İ. (2015). Semavi Dinlerin Ortak Ahlak İlkeleri Ya Da Evrensel Değerler. *Yakın Doğu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2), 68-77.
- Bunt, & R., G. (2007). *Dijital Çağda İslam*. (N. Erdoğan, Çev.) İstanbul.
- Carey, & Akt: Haberli, M. (2019, Aralık). Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 307-315 s.309.
- Çalışır, G., & Kızıloğlu, K. Ş. (2018). Çocukların ve Gençlerin Geleneksel ve Yeni Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Necatibey Eğitim ve Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi*, 6(1), 1-306.

- Çamdereli, M. (2016). Medya ve Din Tartışmaları. *Medya ve Dinin Panoraması*, 2. (İ. T. Üniversitesi, Dü.) İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Çamdereli, M. (2016). Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri. *Medya ve Dinin Panoraması*, 2. (İ. T. Üniversitesi, Dü.) İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Çamdereli, M. (2018, Temmuz). Dinsel Söylem Yok Olmuyor, Medyatikleşiyor. *TRT Akademi*, 777-778.
- Çokluk, Ö., Yılmaz, K., & Oğuz, E. (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi. *Kuramsal Eğitim Bilim Dergisi*, 4(1), 95-107 s.97-98.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(17).
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(17), 173-188 s.175-180.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(17), 173-188 s.175-180.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 27-50 s.28-29.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 27-50 s.31.
- Dikme, G. (2013). Üniversite Öğrencilerinin İletişimde ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği.
- Durak, H., & Sefetoğlu, S. S. (2016). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46).
- Erciyes, C. (2001, Mayıs Haziran). Medya Etiği ve Klasik Etik Kodları, Türkiye ve Siyaset Dergisi. s.49.
- Erdoğan, Ö. H. (2019). İslamofobi Bağlamında Müslüman Kadın İmgesi. *dergiabant*, 7(14).
- Eren, Ş. E. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4).
- Furat, Z. A. (2019, Haziran). Din Eğitimi Ekseninde Türkiye'de Medya ve Din Araştırmaları. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 29-51.
- Geçer, E. (2016). Siyasal İletişim ve Din: Birlikteliğin İmkânı. *Mütefekkir*, 3(6).

- Gerring, j. R., & Zimbardo, G. P. (2016). *Psikoloji ve Yaşam Psikolojisi Giriş*. (G. Sart, Çev.) İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gezginci, G., & Işıklı, Ş. (2018). Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz. *MEDIAAD*, 1(1).
- Glesne, C. (2012). *Nitel Araştırmaya Giriş*. (A. Ersoy, & P. Yalçınoğlu, Çev.) Ankara: Anı Yayıncılık.
- Göçeri, N. (2002). Dinî Eğitim ile Din Eğitimi Kavramları Üzerine Bir Analiz Derlemesi. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(1).
- Gök, B., Kırık, A. M., & Akşit, M. (2019). Y ve Z Kuşağının Youtube Kullanım Alışkanlıkları. *Asya'dan Avrupaya Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*(10), 77-89 s.88.
- GSB. (2013). *Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu*. 05 25, 2021 tarihinde <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/gencler-sosyal-medyada-gunde-en-az-3-saat-geciriyor-40034757#:~:text=Gen%C3%A7lik%20ve%20Spor%20Bakanl%C4%B1C4%9F%C4%B1n%C4%B1n%20deste%C4%9Fiyle%2C%2026%20ilde%20%20bin%2057,saatini%20sosyal%20medyada%20ge%C3%A7irdi%C> adresinden alındı
- Gül, R. (2016). Sosyal Medyada Hadis Kullanımı- Facebook ve Twitter Özelinde-. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(30).
- Güleç, V. (2018). Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 2(1), 105-120 s.106.
- Güler, İ. (2016). Sosyal Medyada Din. *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*. İstanbul.
- Güllüpnar, H., & Özarslan, C. (2018, Ekim). Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Günlük Yaşam Algılarına Etkileri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları*, 1-80.
- Gümrükçüoğlu, S. (2020). *Din Eğitiminin Sosyal Medya Kullanımına Etkisi*. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.
- Günay, Ü. (1998). *Din Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Güneş, A. (2013, Temmuz). Kil Tabletlerden Elektronik Tabletlere: İletişim Araçlarının Tarihsel Gelişim Süreci. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 8(3), 277-300 s.299.
- Güneş, A. (2018). Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(1).
- Güneş, A. (2018, Ocak). Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(1), 203-216.
- Güneş, U. P. (2016). Toplumsal Değişim, Teknoloji ve Eğitim İlişkisinde Sosyal Ağların Yeri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2).

- Güney, Z. (2020). Çocukların Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(1).
- Güz, N., & Yegen, C. (2017, Güz). Ölü Canlar'dan Instagram'a: Kimlik ve Statü Sahibi Olmanın Allomorfizmi Üzerine. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(45), 103-123 s.109.
- Güzel, M. (2006, Bahar). Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü . *Küresel İletişim Dergisi*(1), 1-16 s.10.
- Haberli, M. (2014). *Sanal Din: Tarihsel Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Haberli, M. (2018). Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenereasyonu Üzerine Bir Değerlendirme. *I. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*, (s. 644-646).
- Haberli, M. (2018). Sosyal Medyada Dinî İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenereasyonu Üzerine Bir Değerlendirme. *I. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*.
- Hadden, J. K., Cowan, D. E., & Akt: Vardi, R. (tarih yok). İnternet Ve İslam: Din Sosyolojisi Açısından Dini Siteler Üzerinde Bir Araştırma. 80.
- Hazar, M. (2011, Bahar). Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(32), 151-176.
- Henkoğlu, Ş., Mahiroğlu, A., & Keser, H. (2015). Ortaokul Öğrencilerinin Bilgiye Erişim Aracı Olarak İnternete Yaklaşımları:Betimleyici Bir Çalışma. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6(1).
- Hoşgör, K. (2016). Algı Problemi Üzerine. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 1, 11-29 s.12-15.
<https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>.
(tarih yok). <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> adresinden alınmıştır
- <https://medyaakademi.com.tr/2020/02/03/2020-sosyal-medya-kullanici-sayilari/>.
(tarih yok). <https://medyaakademi.com.tr/2020/02/03/2020-sosyal-medya-kullanici-sayilari/> adresinden alınmıştır
- İli, K. (2013). Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrenci Davranışlarına Etkisi (Gaziçiiftliği Anadolu Lisesi Örneği). Ankara.
- İmamoğlu, T. (2016). Düşünce-Eylem İlişkisi Açısından Din Algısı Üzerine Felsefi Bir Değerlendirme., (s. Uluslararası Yanlış Algılar ve Doğru İslamSempozyumu Bildirileri). Şanlıurfa.
- İnan, M. (2013). Lise Öğrencilerinin Medya-Din İlişkisi Algıları. *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 121-146.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2).

- Irak, D., & Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya* (1 b.). Okuyan Us Yayın.
- Işık, M. (2002). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kara, T., & Özgen, E. (2012). *Sosyal Medya-Akademi* (1 b.). Beta Yayınları.
- Karaboğa, M. T. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 912-936 s.913.
- Karaduman, H., Köse, Ç. T., & Eryılmaz, Ö. (2017). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarına Göre Sosyal Medyada Değerler. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 8(2).
- Karaduman, M. (2011). Sosyal Medya, Geleneksel Medyanın Alternatifi Olabilir Mi? *Yeni Düşünceler*(6), 57-58.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80 s.63.
- Kaya, R. A. (2009). *İktidar Yumağı(Medya- Sermaye- Devlet)*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kayadibi, F. (2006). Kur'an'ın Eğitim Bilim ve Araştırmaya Verdiği Önem. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(14).
- Kerimov, E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri İle Din Algıları Üzerine Bir Araştırma. 1-101 s.11. Samsun.
- Kılıç, R. (1999, Ocak-Nisan). Din Öğretimini Temellendirme Problemi. *Dini Araştırmalar*, 1(3), 205-212 s.210.
- Kılıç, R. (2016). Din ve Ahlâk İlişkisi. R. Kılıç, & M. Reçber içinde, *Din Felsefesi* (s. 343-344). Ankara: Grafiker.
- Kınık, H., & İlter, E. (2019). Müslümanlara Yönelik Medya Algısı:İngiliz Yazılı Basını. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(3).
- Kiraz, E. (2020). Sosyal Medyada Sahte Haberin Yayılmasında Kullanıcı Faktörü. *İNİF E-DERGİ*, 5(1).
- Kırık, M. A. (2014, Şubat). Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 337-347 s.345.
- Kocabay Şener, N. (2019, Haziran). Türkiye'de Medya ve Din Araştırmalarını Yeniden Düşünmek: Eksiklikler Nasıl Doldurulabilir? *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 53-69.
- Koçak, C. Z. (2019). Günümüz Yerleşik Peygamber Tasavvurunun Genç Zihinlerde Karşılığı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 22(2).
- Kral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(15), 170-189 s.173-177.

- Kuyucu, M. (2017). Medya Güven Sorunsalı ve Bunun Geleneksel Medya İle Yeni Medyaya Olan Yansımaları . *MSBAD*(1).
- Kuzudişli, A. (2013, Kasım 28-30). Din Eğitimi ve Sanal Alem. *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Uluslararası sempozyumu Bildiri Kitabı*, 1-436.
- Küçükcan, T. (2005). Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini iletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler). (s. 211-220 s.215). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları/ 644.
- Manavcıoğlu, K. (2011). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi: Kurumsal Blog Odaklı Bir İnceleme. İstanbul.
- Marshall, v., Akt: Kalaman, S., & Fatih, Ç. (2019). Türkiye'deki Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımlarının Evlilikleri Üzerine Etkisi: Nitel Bir Araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 426-453 s.428.
- Mayfield, A., Aktaran: Vural, A. Z., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of Yasar University*, 20(5), 3348-3382 s.3351-3352.
- MEB. (2018). *Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programları*. Ekim 25, 2020 tarihinde <https://dogm.meb.gov.tr/www/ogretim-programlari/icerik/14> adresinden alındı
- MEB. (tarih yok). *Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programı*. Ekim 25, 2020 tarihinde <https://dogm.meb.gov.tr/www/ogretim-programlari/icerik/14> adresinden alındı
- Menekşe, Ö. (2005). Türk Sinemasında Din ve Din Adamı İmajı. *II. Uluslar Arası Dini Yayınlar Kongresi*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Miles, b., & Huberman, M. (2016). *Nitel Veri Analizi*. (A. Altun, & A. Ersoy, Çev.) Ankara: Pegem Akademi.
- Mora, N. (2008). Medya, Toplum ve Haber Kaynağı Olarak Sembolik Seçkinler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), s. 7-8.
- Morgan, t. (2011). *Psikolojiye Giriş*. (S. Karakaş, & R. Eski, Çev.) Konya: Eğitim Akademi Yayınları.
- Nazıroğlu, B. (2015). Din Eğitiminin Gerekliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 15(2).
- Nazıroğlu, B. A. (2015). Din Eğitiminin Gerekliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*(2), 191-220.
- Okumuşlar, M., & Genç, F. (2015). Din Eğitiminin Bilimselleşmesi/Neliği. R. Doğan, & R. Ege içinde, *Din Eğitimi* (s. 61). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Onat, F., & Alikılıç, A. Ö. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Ağla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 3(9), 1111-1143 s.1118.

- Osmanoğlu, C. (2015). Ders Kitaplarına Göre Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersinin Din Anlayışı. *International Journal of Social Science*(31), 265-285.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*(16).
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*(28), 125-167.
- Özdemir, Ö., & Tellan, T. (2020). Yeni/Dijital/Sosyal Medya: Teorik Belirsizliği Gidermek. *Sosyal Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar-2*. içinde Ankara: Gece Kitaplığı.
- Özdemir, Ş. (2020). Sosyal Medyada Etik. *Sosyal Medya Psikolojisi*. içinde Ankara: Nobel.
- Özkan, F. (2016). Dinin Anlaşılmasında Kültürel Etki. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(10).
- Özkan, Ö., & Kaya Şermet, Ş. (2015). Bilimsel Makalede "Sınırlılıklar" Neden ve Nasıl Yazılır? *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 14(6), 497-498.
- Özpolat, V. (2014). Postmodern Bir Sosyalleşme Mecrası Olarak Sosyal Medya ve Gençlik. *Gençlik ve Kültürel Mirasımız, Uluslararası Kongre II*, (s. 48-50). Samsun.
- Özpolat, V. (2014). Postmodern Bir Sosyalleşme Mecrası Olarak Sosyal Medya Ve Gençlik. *Gençlik ve Kültürel Mirasımız;Uluslararası Kongre*, 1-143.
- Parladır, S. (1995). Din Eğitiminde Hedefler. *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi*(9).
- Pehlivan, M. (2016). Din-Ekonomi İlişkisi ile Bu İlişkinin Toplumların ve Bireylerin Davranışlarındaki Yansımaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6).
- Saldana, J. (2019). *Nitel Araştırmacılar İçin Kodlama El Kitabı*. (T. A. Akcan, & N. S. Şad, Çev.) Ankara: Pegem Yayınları.
- Sanders, v., Akt.Özen, Ü., & Sarıcı, K. B. (2010). Yalnızlık Olgusu ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(149-159).
- Seferoğlu, S., & Akbıyık, C. (2006). Eleştirel Düşünme ve Öğretimi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*.
- Sekin, S. (2008). Türkiye'de Ezberci Öğretim ve Nedenleri. *Marmara Coğrafya Dergisi*(18).
- Solmaz, B., & diğerleri, v. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4).
- Solmaz, B., & Şahin, A. (2012). Ergenlerde Dindarlık ve Sosyal Benlik. *Marife*.

- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017, Haziran). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426 s.423.
- Sucu, İ. (2012, Mart). Sosyal Medya Oyunlarında Gerçeklik Olgusunun Yön Değiştirmesi: Smeet Oyunu Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(3), 55-88 s.64.
- Sümer, H. H., & Yıldız, S. (2010). Medya ve Ahlaki Panik. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(3), 35-46 s.36.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21(83).
- Şahin, E. (2016). Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri. *Dini Kurum ve Kuruluşlarda İletişim Yönetimi*, 46. (İ. T. Üniversitesi, Dü.) İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Şenol, T. F. (2014). SOSYAL MEDYADAKİ AHLAKİ PANİK TEPKİSİ: FACEBOOK'TAKİ "T.C." ÖRGÜTLENMESİ. *Global Media Journal*, 4(8), 276-304 s.277.
- Şenşekerci, E., & Bilgin, A. (2008). Eleştirel Düşünme ve Öğretimi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*(14).
- TBMM, İ. H. (1949, Mayıs 27). Kasım 11, 2020 tarihinde [danistay.gov.tr: https://www.danistay.gov.tr/upload/insanhaklarievrenselbeyannamesi.pdf](https://www.danistay.gov.tr/upload/insanhaklarievrenselbeyannamesi.pdf) adresinden alındı
- Thinktech, S. T. (2017). *Yeni Medya Düzeninde Bilgi Güvenilirliği ve Toplumsal Etkileri*.
- Thomas, D., & Brown, J. (2016). *Yeni Nesil Öğrenme Kültürü Sürekli Değişen Bir Dünya İçin Hayal Gücü Yetiştirmek*. (H. Uysal, Çev.) Ankara: Pegem Akademi.
- Tiyek, F. (2017). Sosyal Medyadaki Ayet Paylaşımlarında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar(16 Nisan 2017 Referandumu Bağlamında). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(30).
- Tokat, L. (2007). Dinî Çoğulculuk Hangi Açıdan Mümkündür? *Milel ve Nihal İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*, 4(2).
- Tosun, A. (2016). Din Eğitiminde Ötekini Tanıma ve Dünya Görüşü Yaklaşımı: Bir Alan Araştırması. *Din Araştırmalar*, 19(48).
- Tozlu, İ. (2018). Sosyal Medya Hadis Paylaşımlarında Tekfir Problemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*(21).
- Tucker, K. (2016). *Boğucu Hiçlik Evcilleştirme, Patolojik Dikkat Dağınıklığı ve Sosyal Medya Üzerine Notlar*. (D. Kurt, Çev.) İstanbul: SUB Yayınları.
- Turanalp, M. F. (2016). İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım. *Marife*, 16(1), 111-131.

- Türk, M. (2014). Sosyal Medya ve Gerçeklik. *Kamuda Sosyal Politika*(27).
- Türkoğlu, T. (2013). *Dijital Tefekkür: Her Güne 10 Tablet İnternet*. İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Ulusal, R. (2019). Ergenlik Döneminde Narsisizm, Dindarlık ve Sosyal Medya Tutumları İlişkisi. İstanbul.
- Utma, S. (2018). Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyetin Serüveni. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59).
- Uysal, E. (2003). Değerler Üzerine Bazı Düşünceler ve Bir Erdem Tasnifi Denemesi: İnsani Erdemler-İslami Erdemler. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi*, 12(1), 52.
- Üçer, N. (2016). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Media Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12).
- Ünal, T. A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. s.75.
- Vural, A. Z., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of Yaşar University*, 20 (5), 3348-3382; s.3351-3352.
- Vural, S. (1994). *Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri*. Ankara: Özışık Matbaacılık.
- Vural, S. (1994). *Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri*. Ankara: Özışık Matbaacılık.
- Wallace, A. (1966). *Religion: An Anthropological View*.
- Yağmurlu, A. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya. *Selçuk İletişim*, 1(7), 5-15.
- Yalçınalp, S., & Aşkar, P. (2003). Öğrencilerin Bilgi Arama Amacıyla İnternet'i Kullanım Biçimlerinin İncelenmesi. *The Turkish Online Journal of Education Technology*, 2(4).
- Yanık, A. (2017). Sosyal Medyada Yükselen Nefret Söyleminin Temelleri. *Global Media Journal TR Edition*, 8(15).
- Yapıcı, A., & Emre, Y. (2018). Mizah Anlayışı İle Dindarlığın Farklı Görüntüleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *Bilimname XL*(4).
- Yavaşgel, E. (2016). Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri. *Dini Çoğulculuk ve Diyalog Tartışmaları*, 76-77. (İ. T. Üniversitesi, Dü.) İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Yavuz, S. (2020). İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Dinî Paylaşım Tutumları. *Dini Araştırmalar*, 23(57).
- Yegen, C. (2018). Doğru Haber Alma Hakkı ve Sosyal Medya Dezenformasyonunu Doğruluk Payı ve Yalansavar ile Tartışmak. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4).

- Yemenici, A. (2019). Wattpad Kitaplarında Din,Ahlak ve Eğitim Temaları Üzerine Nitel İçerik Çözümlemesi- (Kötü Çocuk I) Örneği. M. Selçuk, C. Tosun, & D. Recai (Dü) içinde, *Prof.Dr.Beyza Bilgin'e Armağan Beyza Bilgin'de Din Eğitimi, Din Eğitiminde Beyza Bilgin* (s. 541-563). Ankara: Grafiker.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013, Ekim). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Türkiye: Seçkin/ Sosyal Bilimler.
- Yıldız, A., & Demir, F. M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği. *Sosyal ve Beşeri İlimler Araştırmaları Dergisi*(17).
- Yücesoy, H. (2005). 11 Eylül Sonrası Amerikan Sesli Görüntülü Medyasında Müslüman ve İslam İmajı İle Bu İmajı Yayan ve Destekleyen Unsurlar Üzerine Bazı Öneriler. *İkinci Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Yüksel, G. (2014). *Eğitim Sosyolojisi*. (M. Ç. Özdemir, Dü.) Ankara: Pegem.
- Zafer, C., & Vardarlıer, P. (2019). Medya ve Toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2).

EKLER

EK 1. Etik Kurulu İzni



T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurul



Sayı : 64075176-299-E.148345
Konu : 2019.19.02.Karar.

26/12/2019

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Aybiçe TOSUN SÜVÜT
İlahiyat Fakültesi
Din Eğitimi Anabilim Dalı Öğretim Üyesi

Sorumlu Araştırmacısı olduğunuz "*Sosyal Medyanın 12.Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri*" başlıklı çalışma hakkında alınan karar ilişikte gönderilmektedir.

Bilgilerinizi ve gereğini saygı ile rica ederim.

Prof. Dr. Eyüp ARTVİNLİ
Kurul Başkanı

BU BELGE ELEKTRONİK
İMZALI ASLI İLE AYNI DİR.
26.12.2019

Sibel AK
Bilgisayar İşletmeni

Bu evrak 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'na göre elektronik olarak imzalanmıştır. Evrak doğrulama adresi:
<https://ebysnetim.ogu.edu.tr/Home/Doğrulama/95e8c1d3-ca80-4fc5-932e-8d6cc5fb6cf3>

Adres	: Meselik Kampüsü PK:26480 Odunpazarı	Ayrıntılı Bilgi	: Münevver Sibel AK
Telefon	: 0222 2391750-5074	Faks	:
E-Posta	: sibelak@ogu.edu.tr	Elektronik Ağ	: http://www.ogu.edu.tr
		KEP Adresi	: esk.osmangaziunirek.ou.hs01.kep.tr

T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
ESKİŞEHİR

Toplantı Tarihi : 11.12.2019

Toplantı No : 2019-19

GÜNDEM :

2. Başvuru Sahibi : Dr.Öğretim Üyesi Aybiçe TOSUN. **Konu :** “Sosyal Medyanın 12.Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri” konulu araştırmasının görüşülmesi.

KARAR :

2. Dr.Öğretim Üyesi Aybiçe TOSUN'un “Sosyal Medyanın 12.Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri” veri toplama araçlarını uygulamak için gerekli yerlerden yasal izinleri almak şartıyla Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Ve Yayın Etiği Kurulu'na uygunluğuna, oy birliğiyle karar verildi.



Prof. Dr. Yaşar SARI
Başkan Yardımcısı



Prof. Dr. Eyüp ARTVİNLİ
Başkan

Prof. Dr. Nuri KAVAK
Üye (Görevli)




Prof. Dr. Ferit USLU
Üye

Prof. Dr. Erdoğan BOZ
Üye (Görevli)



Prof. Dr. Zeki KARTAL
Üye

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA
VE YAYIN ETİK KURULU DEĞERLENDİRME FORMU

Araştırma No : 02	
Araştırma Başlığı : Sosyal Medyanın 12.Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri	
Sorumlu Araştırmacı : Dr.Öğretim Üyesi Aybıçe TOSUN	
Başvuru Tarihi : 04.12.2019	
<input checked="" type="checkbox"/> Kabul	
<input type="checkbox"/> Düzeltme Gereklidir	Gerekçe: 1. 2. 3.
<input type="checkbox"/> Red	Gerekçe: 1. 2. 3.
Başkan	
Adı Soyadı Prof.Dr.Eyüp ARTVİNLİ	Tarih 11.12.2019
 İmza	

EK 2. İzin Belgeleri



T.C.
ESKİŞEHİR VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü



Sayı : 88074293-605.01-E.2862096
Konu : Araştırma İzni

07/02/2020

VALİLİK MAKAMINA

İlgi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğünün 29/01/2020 tarihli ve 42179729-300-E.12828 sayılı yazısı.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Fatma Dolunay ÖZTÜRK' un "Sosyal Medyanın 12. Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri" başlıklı uygulama çalışması Müdürlüğümüz Araştırma ve Sosyal Etkinlik İzinleri İnceleme Komisyonu tarafından değerlendirilmiş ve uygulanmasında sakınca görülmediği bildirilmiştir.

Müdürlüğümüzce de uygun görülmüş olan, Sosyal Medyanın 12. Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri konulu araştırma çalışmasının, 2019-2020 eğitim öğretim yılı içerisinde ve eğitim öğretimi aksatmamak kaydıyla, ilimize bağlı okullarda uygulanmasını takdirlerinize arz ederim.

Hakan CIRIT
İl Millî Eğitim Müdürü

O L U R
.../02/2020

Akın AĞCA
Vali a.
Vali Yardımcısı

Büyükdere Mah. Atatürk Blv. No:247 ESKİŞEHİR
Elektronik Ağ: www.eskisehir.meb.gov.tr
e-posta: Strateji26@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için: L.TOKAT.
Tel: (0 222) 280 27 08
Faks: (0 222) 280 27 28

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 7703-43c2-3e26-94ab-d1f4 kodu ile teyit edilebilir.



T.C.
ESKİŞEHİR VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü



Sayı : 88074293/605.01/2970897
Konu : Araştırma Projesi

10.02.2020

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
(Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü)

İlgi: a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü'nün 2020/02 sayılı genelgesi.
b) 29/01/2020 tarihli ve 42179729-300-E.12828 sayılı yazınız.
c) 07/02/2020 tarihli ve 2862096 sayılı olur.

İlgi (b) yazı ile istemiş olduğunuz "Araştırma Projesi" incelenmiş, uygun görülmüş ve ilgi (c) olur ekte gönderilmiş olup, Bakanlığımızın ilgi (a) genelgesinin 25. maddesi gereği; çalışmalarınızda ekteki imzalı ve mühürlü ölçme araçlarının kullanılması hususunda;

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Hakan CIRIT
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdürü

EK:
1-İlgi (c) Valilik Oluru (1 sayfa)
2-Araştırma ve Değerlendirme Formu (2 sayfa)
3- Ölçme Araçları (4 sayfa)

Büyükdere Mah. Atatürk Bldv. No:247 ESKİŞEHİR
Elektronik Ağı www.eskisehir.meb.gov.tr
e-posta: strateji2022@meb.gov.tr

Bilgi için: L. TOKAT
Tel: (0 222) 280 27 08
Faks: (0 222) 280 27 28

Her eylem güvenli elektronik imza ile onaylanmıştır. <https://www.kaygci.meb.gov.tr> adresinden 8085-e029-3b93-a186-c74d koda ile sayıya erişilebilir.

EK 3. Veli Onay Mektubu ve Gönüllü Katılım Formu

Veli Onay Mektubu

Sayın Veliler, Sevgili Anne-Babalar,

'Sosyal Medyanın 12. Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri' başlıklı bir çalışma kapsamında lise son sınıf öğrencilerinin, sosyal medyanın din algısı üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda çocuklarımızın, hazırlanmış olduğumuz görüşme sorularını cevaplamalarına ve görüşlerini bizimle paylaşmalarına ihtiyaç duymaktayız.

Katılmasına izin verdiğiniz takdirde çocuğunuz okul derslerinden sonra görüşmeye katılacak ve önceden hazırlanmış soruları cevaplandıracaktır. Çocuğunuzun cevaplayacağı soruların onun psikolojik gelişimine olumsuz etkisi olmayacağına emin olabilirsiniz. Çocuğunuzun sorulara vereceği cevaplar kesinlikle gizli tutulacak ve bu cevaplar sadece bilimsel araştırma amacıyla kullanılacaktır. Bu formu imzaladıktan sonra da çocuğunuz görüşmeye katılmama hakkına sahiptir. Araştırma ile ilgili sorularımızı aşağıdaki e-posta adresini veya telefon numarasını kullanarak bize yöneltebilirsiniz.

Saygılarımızla,

Fatma Dolunay ÖZTÜRK

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

İlahiyat Fakültesi İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Bölümü

Tel: 05533416633

E-posta: fdolunayozturk@hotmail.com

Lütfen çocuğunuzun bu araştırmaya katılmasına izin verip vermediğiniz konusundaki tercihinizi aşağıdaki seçeneklerden size uygun gelen kutuyu işaretleyerek belirtiniz, imzalı bir şekilde bu formu çocuğunuzla okula geri gönderiniz.

A) Bu araştırmaya çocuğum'nın tamamen gönüllü olarak katılımcı olmasına,

İzin veriyorum İzin vermiyorum

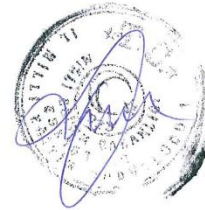
B) Çocuğumun çalışmayı istediği zaman yarıda kesip bırakabileceğini biliyorum ve verdiği bilgilerin bilimsel amaçlı olarak kullanılmasını,

Kabul Ediyorum Kabul Etmiyorum

Veli Adı-Soyadı.....

İmza.....

Tarih:.....



ÖRNEK ARAŞTIRMA GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

Bu çalışma, "Sosyal Medyanın 12. Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri" başlıklı bir yüksek lisans araştırma çalışması olup Eskişehir ili Tepebaşı ve Odunpazarı ilçelerindeki lise son sınıf öğrencilerinin sosyal medyanın ve din bilgisi/algısına etkilerini yansıtmaya amacını taşımaktadır. Çalışma, Dr. Öğr. Üyesi Aybiçe TOSUN danışmanlığında Fatma Dolunay ÖZTÜRK tarafından yürütülmektedir.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, görüşme yapılarak sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler şifreleme yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü Din Eğitimi Anabilimdalı Dr. Öğr. Üyesi Aybiçe TOSUN'a yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı :Fatma Dolunay ÖZTÜRK

Adres : Özel Atayurt Okulları

İş Tel :

Cep Tel :

05533416638



Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.

(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

