

**T.C.
SİİRT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**SOSYAL MEDYADA DİNİ ETKİLEŞİMDE BULUNAN ÜNİVERSİTE
GENÇLİĞİ: SİİRT ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Şeyma SEVGİ ÖZMEN

Danışman: Doç. Dr. Ahmet AKTAŞ

SİİRT-2025

TEZ KABUL TUTANAĞI
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Doç. Dr. Ahmet AKTAŞ danışmanlığında, **Şeyma SEVGİ ÖZMEN** tarafından hazırlanan “**Sosyal Medyada Dini Etkileşimde Bulunan Üniversite Gençliği: Siirt Üniversitesi Örneği**” adlı çalışma, 19 / 06 /2025 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalında **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı : **Doç. Dr. Ahmet AKTAŞ** İmza:
Jüri Üyesi : **Doç. Dr. Cengiz KANIK** İmza:
Jüri Üyesi : **Dr. Öğr. Üyesi Veysel KARATAŞ** İmza:

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir.

.... / /2025

İmza

Doç. Dr. Ahmet SAYLIK

Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	VI
ABSTRACT.....	VII
KISALTMALAR	VIII
TABLOLAR DİZİNİ	IX
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	X
ÖN SÖZ	XI
GİRİŞ	1
I. ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE ÖNEMİ	4
II. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI, SINIRLILIKLARI VE ZORLUKLARI	7
III. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	8
IV. EVREN VE ÖRNEKLEM.....	8
V. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....	11
VI. VERİ ANALİZİ VE YORUMLAMA.....	12
VII. LİTERATÜR TARAMASI	13
BİRİNCİ BÖLÜM	17
1. TARİHSEL SÜREÇTE MEDYA.....	17
1.1. SANAYİ TOPLUMUNDAN AĞ TOPLUMUNA MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ	17
1.2. GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA.....	21
1.2.1. Yeni Medya Çağında İletişimin Dönüşümü ve Web 2.0'ın Etkisi	23
1.2.2. Web 3.0 ve Dijital Ekosistemin Kişiselleşen Evrimi	24
1.2.3. Endüstri 4.0 ve 5.0: Dijitalleşmeden İnsan Merkezli Geleceğe	24
1.3. SOSYAL MEDYANIN TANIMI, ÖZELLİKLERİ VE GELİŞİMİ.....	26
1.4. SOSYAL MEDYA ARAÇLARI VE DİJİTAL PLATFORMLAR.....	32
1.4.1. Bloglar.....	33
1.4.2. Wikiler.....	34
1.4.3. YouTube.....	35
1.4.4. Flickr	37
1.5. SOSYAL AĞLAR	38
1.5.1. Facebook	39
1.5.2. Twitter / X.....	40
1.5.3. Instagram.....	42

1.5.4. Instagram'da Kullanılan Terimler ve Platformun Küresel Etkisi.....	43
1.5.5. WhatsApp Messenger	44
1.6. SOSYAL MEDYA KULLANIMI	45
1.6.1. Dijital 2024: Küresel Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı Üzerine Güncel Veriler	46
1.7. DİJİTAL ÇAĞDA DÖNÜŞEN YAŞAM.....	48
1.7.1. Dijital Devrim ve Toplumsal Yeniden Yapılanma	48
1.7.2. Yeni Medya, Yeni Meslekler	49
1.7.3. Sosyal Medyanın Toplumsal Gücü	49
1.7.4. Dijitalleşen Gündelik Hayat.....	50
1.7.5. Tüketim Kültürü ve E-Ticaretin Evrimi.....	50
1.7.6. Dijital Eğlence ve Oyun Kültürü.....	51
1.7.7. Finansın Dijital Yüzü	52
1.7.8. Zihinsel ve Sosyal Sağlık Üzerine Dijital Etkiler	52
1.7.9. Dijitalleşme ve Din	53
1.7.10. Dijital Çağda Dini Kimlik ve Sosyal Medya	57
1.7.11. Dijital Mahremiyet ve Toplumsal Çözülme.....	57
1.8. SOSYAL MEDYA VE DİN	60
1.8.1. Dinin Geleneksel Medya ile İlişkisi	61
1.8.2. Medya ve Din İlişkine Eleştirel Yaklaşımlar	63
1.9. İSLAM DİNİNİ YAYMA KONUSUNDA İNTERNETTE YAPILAN İLK ÇALIŞMALAR.....	64
1.10. SİBER UZAMDA DİN: DİJİTAL TOPLULUKLAR, RİTÜELLER VE ETKİLEŞİMLER	66
İKİNCİ BÖLÜM.....	72
2. BULGULAR VE YORUMLARI	72
2.1. KUTSAL İLE BİREY ARASINDA: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNDE DİNİ KİMLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ	72
2.2. DİNİ MİRAS VE İNANCIN DÖNÜŞÜMÜ	76
2.3. BAĞLI MIYIZ, BAĞIMLI MI? ÜNİVERSİTELİ GENÇLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIM SÜRELERİ	79

2.4. SOSYAL MEDYA TERCİHLERİ: GENÇLER HANGİ PLATFORMDA, KİMİ VE NEYİ TAKİP EDİYOR?	81
2.5. SOSYAL MEDYAYI KULLANIM AMACI VE ZAMAN YÖNETİMİ	82
2.6. DİJİTALDE DOĞRUYU ARAMAK: GENÇLER DİNİ BİLGİYİ NEREDEN VE NASIL ALIYOR?	85
2.7. KEŞFETTEN KALBE: SOSYAL MEDYADA DİNİ İÇERİKLERE ULAŞIM VE ETKİLEŞİM.....	88
2.8. SOSYAL MEDYADA İNANÇ İZLERİ: GENÇLERİN DİNİ PAYLAŞIM VE ETKİLEŞİMİ	91
2.9. DİJİTAL TESİR: SOSYAL MEDYANIN GENÇLERİN DİNİ YAŞAMINA YANSIMALARI.....	94
2.10. FARKLI İNANÇLARLA DİJİTAL DİYALOG: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN ONLINE DENEYİMLERİ.....	97
2.11. SOSYAL MEDYA VE AİLE: DİJİTAL ARAÇLARIN AİLE İÇİ DİNİ İLETİŞİM VE İLİŞKİLERE ETKİSİ.....	99
2.12. GENÇ DİNDARLIK VE DİJİTAL ETKİLEŞİM: GÜNDEMDEKİ DİNİ TARTIŞMALAR GENÇ İNANIŞLARI NASIL ETKİLİYOR?	101
2.13. TEBLİĞ Mİ, TAHRİF Mİ? GENÇLERİN SOSYAL MEDYADA DİNİ ANLATIYA BAKIŞI.....	107
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	111
ÖNERİLER:.....	113
KAYNAKÇA.....	115
EKLER.....	125

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYAL MEDYADA DİNİ ETKİLEŞİMDE BULUNAN ÜNİVERSİTE
GENÇLİĞİ: SİİRT ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ
Şeyma Sevgi ÖZMEN
2025/ Sayfa: XI+126

Bu çalışma, dijital çağın sunduğu yeni iletişim biçimlerinin dinî yaşantı üzerindeki etkilerini, üniversite gençliği bağlamında ele alarak, sosyal medyada gerçekleşen dinî etkileşimlerin mahiyetini Siirt Üniversitesi örneği üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırma, nitel araştırma yöntemiyle tasarlanmış olup, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniği tercih edilmiştir. Siirt Üniversitesi'nde lisans düzeyinde eğitim gören öğrenciler arasından kartopu örnekleme yöntemiyle seçilen otuz iki katılımcı ile gerçekleştirilen mülakatlar, betimsel analiz ve içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular, öğrencilerin sosyal medyayı sadece bilgi edinme amacıyla değil, aynı zamanda dini kimliklerini ifade etme, dini pratiklerini sürdürebilme ve benzer inanca sahip bireylerle etkileşim kurma aracı olarak da yoğun biçimde kullandıklarını ortaya koymaktadır.

Çalışma, sosyal medyanın bireylerin dini algı, tutum ve davranışları üzerindeki etkilerini çok boyutlu bir şekilde ele alırken, dijitalleşmenin dinî yaşantıya getirdiği yenilikler kadar, beraberinde doğurduğu kırılmalara da dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının genç bireylerin dini gelişim sürecinde oynadığı rol hem fırsatlar hem de riskler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, dijitalleşmenin dinî iletişimde yeni bir paradigmanın habercisi olduğunu göstermekte; gelecekte yapılacak araştırmalara da kavramsal ve yöntemsel zemin sunmaktadır. Çalışmanın sonucunda katılımcıların, sosyal medyada dini içeriklerle etkileşimde bulunurken çoğunlukla bu içerikleri takip ettikleri ancak paylaşım yapma ya da yorumda bulunma konusunda temkinli davrandıkları; dini içeriklerin kaynağına önem verdikleri ve sosyal medyayı hem bireysel dini kimliklerini ifade etme hem de dini bilgiye ulaşma aracı olarak kullandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Din, Sosyal Medya, Gençlik, Dijital Din, Dini Kimlik, Dijital kimlik, Dini Etkileşim.

ABSTRACT**MASTER THESIS****RELIGIOUS INTERACTION ON SOCIAL MEDIA AMONG UNIVERSITY
YOUTH: A CASE STUDY OF SİİRT UNIVERSITY****Şeyma Sevgi ÖZMEN****2025/ Page: XI+126**

This study aims to examine the nature of religious interactions occurring on social media within the context of university youth, focusing on the case of Siirt University, in order to explore the impact of new forms of communication introduced by the digital age on religious life.

Designed as a qualitative study, this research employed semi-structured interviews as its primary data collection method. Interviews were conducted with thirty-two participants, selected via the snowball sampling technique from undergraduate students at Siirt University, and analyzed using descriptive analysis. The findings reveal that students use social media not only for obtaining religious information but also as a means of expressing their religious identity, maintaining religious practices, and interacting with individuals who share similar beliefs.

The study addresses the multifaceted effects of social media on individuals' religious perceptions, attitudes, and behaviors, drawing attention to both the innovations and disruptions brought about by digitalization in religious life. In this context, the role of social media platforms in the religious development of young individuals is evaluated within a framework that considers both opportunities and risks. The results indicate that digitalization signals a new paradigm in religious communication and provides a conceptual and methodological foundation for future research. The study also finds that participants mostly engage with religious content passively—preferring to follow rather than share or comment—while placing importance on the credibility of content sources and using social media both to express their individual religious identity and to access religious knowledge.

Keywords: Digitalization, Religion, Social Media, Youth, Digital Religion, Religious Identity, Digital Identity, Religious Interaction.

KISALTMALAR

<i>Bkz. / bkz.</i>	: Bakınız
<i>bs.</i>	: Baskı, basım
<i>c.</i>	: Cilt
<i>ç.</i>	: Çeviren
<i>haz.</i>	: Hazırlayan
<i>m.</i>	: Milâdî
<i>Md.</i>	: Madde
<i>M. Ü.</i>	: Marmara Üniversitesi
<i>nşr.</i>	: Neşreden
<i>s.</i>	: Sayfa
<i>S.</i>	: Sayı
<i>thk.</i>	: Tahkik eden

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Katılımcı Bilgi Tablosu	9
--	---



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Katılımcıların Dini Yönelim Dağılımı Grafiği	75
---	----



ÖN SÖZ

Bu çalışmada, dijitalleşen dünyada dinin yeni görünümleri, sosyal medya platformlarının sunduğu olanaklar çerçevesinde ele alınmış; özellikle üniversite gençliğinin bu platformlarda kurduğu dini etkileşim biçimleri incelenmiştir. Tezin temel amacı, dijital mecralarda dini içeriklerle karşılaşan, bu içerikleri üreten ya da bunlarla etkileşimde bulunan genç bireylerin bu süreci nasıl deneyimlediklerini anlamak ve yorumlamaktır. Bu bağlamda, Siirt Üniversitesi öğrencileri örneğinden hareketle gerçekleştirilen mülakatlar, sosyal medya ile din arasındaki dinamik ilişkinin gençlik üzerindeki yansımalarını ortaya koymayı hedeflemiştir.

Bu çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş süreci tarihsel bir perspektifle ele alınmış; sosyal medyanın yapısal özellikleri ile gençlik ve dijital çağ kavramları çerçevesinde kuramsal bir zemin oluşturulmuştur. Ayrıca, sosyal medya platformlarının tarihçesi, işlevleri ve kullanıcı pratikleri incelenmiş; dijital ortamda dinin nasıl temsil edildiği, yeni dini söylemler ve sanal ibadet pratikleri bağlamında değerlendirilmiştir. İkinci bölümde ise, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat tekniğiyle elde edilen veriler doğrultusunda, Siirt Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medyada dini içeriklerle kurdukları etkileşimler betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleriyle ortaya konmuştur.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında emeği geçen, kıymetli bilgi ve rehberliğini her aşamada benimle paylaşan, akademik desteğini esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Ahmet Aktaş'a en derin teşekkürlerimi sunarım. Çalışmanın gelişim sürecinde katkı ve yönlendirmeleriyle bana yol gösteren Doç. Dr. Cengiz Kanık'a da şükranlarımı arz ederim. Eğitim hayatım boyunca olduğu gibi bu çalışmada da her daim yanımda olan, maddi ve manevi desteğiyle yolumu aydınlatan sevgili babam Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Sevgi'ye ve fedakârlıklarıyla hayatımın temel direği olan anneme gönülden teşekkür ederim. Ayrıca, bu sürecin en zorlu anlarında bile desteğini esirgemeyen ve sabrıyla bana güç veren kıymetli eşime de şükran borçluyum.

GİRİŞ

İletişim insanla başlayan, insanla varlığını sürdüren temel bir edimdir. İnsanlık tarihine bakıldığında, iletişimin ilk insanla birlikte ortaya çıktığı görülmektedir. İnsanlar, varoluşlarının ilk dönemlerinde doğayla mücadele etmek, doğanın dilini anlamak, vahşi hayvanlarla baş edebilmek ve doğaya karşı güç birliği oluşturmak amacıyla birbirleriyle iletişim kurma gereği duymuştur. Bu gereksinimin temelinde iletişim olgusu yatmaktadır. İnsanlar başta gelişigüzel çıkardıkları sesleri, mimik ve beden hareketlerini zamanla anlam yüklü jestlere dönüştürerek sistemli bir iletişim yapısı geliştirmişlerdir. Yerleşik yaşama geçilmesiyle birlikte iletişim de düzenli bir hâl almış ve insanın toplum yaşamında sistemli yapılar kurmasında önemli bir araç olmuştur. Tarihsel süreç içerisinde yazı, resim, kâğıt, matbaa, gazete, telefon, telgraf, radyo, sinema, televizyon ve bilgisayar gibi iletişim araçlarının her biri, insanlığın gelişiminde kritik roller üstlenmiştir.¹ Bu tarihsel gelişim içinde, iletişim olanaklarının genişlemesi ve teknik araçların devreye girmesi, bireyler arası etkileşimi köklü biçimde değiştirmiştir.

Modern dönem öncesinde, insanların uzak bölgelerde yaşayan tanıdıklarıyla iletişim kurlmaları neredeyse imkânsız görülüyordu. İletişim, genellikle bireyin yaşadığı kasaba ya da şehir sınırlarından ibaretti. Telefonun icadı ve sosyal medyanın gelişimiyle birlikte, bireyler artık farklı coğrafyalardaki insanlarla iletişim kurabilme imkânına kavuşmuş, ancak yüz yüze görüşme olanağı 20. yüzyılın sonlarına kadar yalnızca bir hayal olarak kalmıştır.² Bu noktada, özellikle kitle iletişim araçlarının evrimi ve çeşitlenmesi, insanlığın bilgiye erişimini ve bilgi paylaşımını derinden etkilemiştir.

İnsanlık, tarih boyunca iletişim kurmak ve bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duymuştur. Kâğıdın icadı bu süreçte önemli bir dönüm noktası olmuş, yazılı basının doğuşunu beraberinde getirmiştir. Yazılı basını, işitsel ve görsel medya takip etmiş ve bu araçlar, 20. yüzyılın son çeyreğine kadar iletişim dünyasında belirleyici bir konumda bulunmuştur. Ancak, 20. yüzyılın sonlarına doğru

¹ Nazife Güngör, *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları* (Ankara: Siyasal Kitabevi, ts.), 36.

² Mustafa Derviş Dereli, *Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Doktora Tezi, 2018), 144.

yaşanan teknolojik gelişmeler, "medyanın dönüşümü" olgusunu gündeme taşımıştır.³ Bu dönüşümün temelinde ise, Sanayi Devrimi ile hız kazanan teknolojik ilerlemeler yatmaktadır.

İnternet tabanlı dijital teknolojilerin günümüzde baskın hale gelmesi ani bir gelişme değil, uzun bir tarihsel sürecin ürünüdür. Bu dönüşümün kökenleri, özellikle Sanayi Devrimi sırasında yaşanan yeniliklere ve teknolojik ilerlemelere dayanmaktadır. Sanayi Devrimi ile atılan temeller, günümüzde "dijitalleşme" ve "dijital çağ" olarak adlandırılan sürecin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu süreç, bireylerin yalnızca günlük yaşantılarını değil, aynı zamanda toplumsal ve dini hayatlarını da derinden etkilemiştir.⁴ Bu teknolojik temelin üzerine inşa edilen en önemli gelişmelerden biri ise, internetin hayatımıza girişi ve giderek yaygınlaşması olmuştur.

Sosyal medya kavramının gelişiminde kritik bir dönüm noktası teşkil eden World Wide Web (WEB), dijital devrimin en önemli ürünlerinden biridir. WEB, internet üzerinden çalışan, "www" uzantılı sayfalar aracılığıyla resim, yazı, grafik, ses ve hareketli görüntülerin bilgisayarlar arasında aktarılmasını mümkün kılmış ve iletişim biçimlerinde köklü bir dönüşüm yaratmıştır.

Türkiye’de internet kullanımı ilk kez 1993 yılında başlamıştır. Başlangıçta sınırlı bir kullanıcı kitlesine hitap eden internet, zamanla yaygınlaşarak toplumun geniş kesimlerine ulaşmıştır. Bilgisayar fiyatlarının düşmesi, çok sayıda internet servis sağlayıcısının kurulması ve Türkçe içerikli web sitelerinin artması, internetin ülke genelinde hızlı bir şekilde benimsenmesine katkı sağlamıştır.⁵ İnternetin bireyler üzerinde yarattığı bu çok yönlü etkiler, yalnızca sosyal yaşamla sınırlı kalmamış, medya anlayışında da köklü değişikliklere yol açmıştır.

Günümüzde internet, her yaştan, her toplumsal kesimden ve her kültürden bireye sınırsız olanaklar sunan bir iletişim alanı haline gelmiştir. Bireyler, internet üzerinden

³ Mehmet Kartal, “Türkiye’ de Sosyal Medya Raporu”, *İletişim ve Diplomasi* 1 (25 Temmuz 2013), 159.

⁴ İhsan Çapcıoğlu - Hilal Anık, “Sanayi devrimi’nden endüstri 4.0’a: dijitalleşme ve dijital dünyada dinin statüsü”, *Tevilat* 2/1 (2021), 29.

⁵ Tekeli, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği*, 39. Akt. Osman Gürkan, *İnternet Kullanım Kılavuzu ve Chat Rehberi*, 1. Baskı, Ankara: Yargı Yayınları, 2001, s.5

arkadaşlarıyla iletişim kurmakta, televizyon izlemekte, müzik dinlemekte, kendilerini ifade etmekte ve çeşitli insanlarla birlik duygusu geliştirmektedirler. Bu bağlamda internet, geleneksel yaşam alanlarının (birinci mekân: ev ve ikinci mekân: iş yeri) ötesinde, bireyler için bir "üçüncü mekân" işlevi görmektedir.⁶ Aynı zamanda, yurtdışında yaşayan bireyler, internet aracılığıyla ülkelerindeki arkadaşları ve akrabalarıyla düzenli iletişim kurabilmektedir. Bazı kullanıcılar, takma adlar kullanarak ya da kimliklerini gizleyerek çevrimiçi sohbet odalarında buluşmakta ve ortak ilgi alanlarına yönelik tartışmalara özgürce katılabilmektedir.⁷

Medya, toplumun dikkatini belirli konulara çekerek kitlelerin algısını şekillendiren güçlü bir araç hâline gelmiştir. Medyanın hangi haberleri gündeme taşıyacağı, bu haberlerin ne kadar süreyle gündemde kalacağı ve toplumun hangi olaylara sempati ya da antipati besleyeceği gibi kararlar büyük ölçüde medya yöneticileri tarafından belirlenmektedir.⁸

Öte yandan sosyal medyanın çok katmanlı yapısı, bireylere sunduğu özgür ifade alanı ve içerik üretme imkânı, bireylerin kendi gündemlerini oluşturabilmelerini ve geleneksel medya gündemine etkide bulunabilmelerini mümkün kılmıştır. Böylece gündem oluşturma yetkisi, yalnızca güç sahibi kişi ve grupların elinde kalmamış; toplumdaki herhangi bir birey de bu sürece katılabilir hâle gelmiştir.⁹ Bu durum, iletişimde tek taraflılık anlayışını sarsmış ve toplumsal katılımın önünü açmıştır.

İnternetin erişilebilirliğinin artması ve kullanımının yaygınlaşması hem günlük yaşamda hem de kültürel hayatta interneti vazgeçilmez bir unsur hâline getirmiştir. Aynı şekilde internet, bireylerin dini inançlarını ve düşüncelerini paylaşabildikleri, dini içerikli sayfalara erişebildikleri bir platforma dönüşmüştür. Kutsal günlerde ve bayramlarda bireyler internet aracılığıyla elektronik posta göndermekte, hutbeler dinlemekte, dini sohbetlere ve forumlara katılmakta ve dini konularda düşüncelerini özgürce

⁶ Kartal, "Türkiye' de Sosyal Medya Raporu", 160.

⁷ Antony Giddens, *Sosyoloji*, çev. Cemal Güzel (İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2012), 643.

⁸ Fatma Kamiloğlu, "Twitter'in gündem oluşturmaya etkisi..." (Erişim 08 Aralık 2024).

⁹ Kamiloğlu, "Twitter'in gündem oluşturmaya etkisi..."

paylaşabilmektedirler. Böylece internet, dini yaşantının farklı boyutlarına kolay erişim imkânı sunarak, dini kimliğin dijital ortamda da varlık bulmasına olanak sağlamıştır.¹⁰

İletişimin insanlık tarihinin en temel ve vazgeçilmez unsurlarından biri olduğu anlaşılmaktadır. İlk çağlardan itibaren insanlar arasındaki bilgi aktarımı ve etkileşim biçimleri, teknolojik gelişmelerle beraber büyük bir dönüşüm geçirmiştir. Günümüzde dijitalleşmenin etkisiyle iletişim artık sadece bireyler arası bir eylem olmaktan çıkmış, küresel ölçekte etkileşim sağlayan çok boyutlu bir yapıya dönüşmüştür. İnternetin yaygınlaşması, sosyal medyanın etkinliği ve bireylerin bu platformlarda aktif rol üstlenmeleri, geleneksel iletişim kalıplarını değiştirmiştir. Yeni sosyal ve kültürel dinamiklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu gelişmeler hem toplumsal yaşamı hem de bireysel kimliği etkileyerek iletişimi, çağımızın belirleyici gücü hâline getirmiştir.

I. ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE ÖNEMİ

İnsan, tarih boyunca içinde yaşadığı toplumsal çevrede varlığını sürdürebilmek ve ilişkilerini devam ettirebilmek için iletişim diline ve araçlarına ihtiyaç duymuştur. Bu çerçevede her birey, yaşadığı dönemin koşullarına uygun olarak farklı yapısal ve biçimsel özellikler taşıyan iletişim araçlarını kullanmış; bu araçlar sayesinde bağlantı kurarak iletişim kanallarını açık tutmayı başarmıştır. Bugün hâlen etkisini sürdüren gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarına ek olarak, internet ve onun sunduğu sosyal ağlar da önemli bir iletişim mecrası haline gelmiştir.¹¹ İnternet, yirminci yüzyılın sonlarında hayatımıza girmiş ve kısa sürede küresel ölçekte yayılarak hem iletişimde hem de etkileşimde yeni imkânlar sunmuştur. Küresel ile yerel arasındaki sınırları ortadan kaldırmış; giderek artan şekilde işlerin internet üzerinden yürütülmesini mümkün kılarak gündelik hayatı derinden dönüştürmüştür.¹² Günümüzde medyanın etkili olmadığı bir

¹⁰Lokman Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2015), 6. Akt. Recep Vardi, *İletişim Araçları ve Din*, Akademi Titez Yayınları, İstanbul 2013, s.16.

¹¹ İsmail Parlamış, *Sosyal Medyanın Lise Gençliği Üzerindeki Etkileri İzmir Örneği* (Ankara: Eski Yeni, 2023), 19.

¹² Giddens, *Sosyoloji*, 643.

alan bulmak neredeyse imkânsızdır. Medya; siyaset, aile ve din gibi toplumsal kurumlarla iç içe geçmiş ve bu alanlarda belirleyici bir rol üstlenmiştir.¹³

Din, toplumsal hayat içerisinde önemli bir işlevi yerine getirirken, sosyal medya da birey ve toplum yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Kendini dindar olarak tanımlayan bireylerin sosyal medyada dini düşüncelerini ifade etmeleri, "popüler dindarlık" olarak adlandırılan yeni bir kavramın oluşumuna zemin hazırlamıştır. Sosyal medya kullanıcılarının dindarlık algısı, bu platformlarda dolaşan söylemler doğrultusunda şekillenmekte ve bireylerin dini anlayışları sosyal medyanın dinamiklerine göre farklılaşmaktadır. Zira dinin gerçek yaşamdaki tezahürü ile sanal ortamdaki yansımalarının birbir örtüşmesi beklenemez. Sosyal medyanın dönüştürdüğü yaşam tarzları, dindar bireylerin dini pratiklerini ve yaşam biçimlerini de etkileyerek yeni formların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Modern hayatın sunduğu veri akışı ve bilgi çeşitliliği, sosyal medya aracılığıyla hızla yayılmış; bu durum, dinsel yaşamı ve dini iletişim biçimlerini de köklü bir şekilde dönüştürmüştür.¹⁴

Bu bağlamda, çalışmamızın temel konusu, özellikle son yıllarda hayatımızda büyük yer edinen sosyal medyanın üniversite gençliği üzerindeki dini etkilerini incelemektir. Araştırmanın başlığı "*Sosyal Medyada Dini Etkileşimde Bulunan Üniversite Gençliği: Siirt Üniversitesi Örneği*" şeklinde belirlenmiştir. Çalışmamızın amacı, din sosyolojisi disiplini çerçevesinde dijitalleşme olgusunu, sosyal medya ve din ilişkisini, gençlerin dini etkileşim biçimlerini ve bu dinamikler arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışmaktır. Bu doğrultuda sosyal medya platformları tanımlanarak, gündelik hayat içerisindeki dini algıların nasıl şekillendiği analiz edilmiştir. Bu kapsamda, araştırmamızda yanıt aranan temel sorular şu şekilde sıralanabilir:

- Üniversite gençliği sosyal medyayı hangi amaçlarla ve ne kadar süre kullanmaktadır?
- Sosyal medya, öğrencilerin günlük yaşamlarında nasıl bir rol oynamaktadır? (Boş zaman, eğlence, öğrenme vb.)

¹³ İsmail Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim* (Literatürk Academia, 2024), 63.

¹⁴ Nihat Oyman, "Sosyal Medya Dindarlığı", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (15 Aralık 2016), 127.

- Öğrenciler sosyal medyada hangi tür dini sayfaları, kişileri ve platformları takip etmektedir?
- Üniversite gençliği sosyal medyayı hangi platformlarda ve ne sıklıkla kullanmaktadır?
- Öğrencilerin online/sanal topluluklara üyelikleri bulunmakta mıdır?
- Sosyal medya, öğrencilerin dini düşüncelerini ve ibadet alışkanlıklarını nasıl etkilemektedir?
- Sosyal medya; bağış, kurban, zikir gibi hayır faaliyetlerine katılımı teşvik etmekte midir?
- İnternet ve sosyal medyada dini içeriklerle etkileşim, öğrencilere olumlu ya da olumsuz hangi katkıları sunmaktadır?
- Sosyal medya, aile içi ilişkilere nasıl etki etmektedir?
- Günümüz dijital ortamında gençler arasında en çok tartışılan dini konular nelerdir?

Araştırmamızın temel olgusu, sosyal medya kullanımının ülkemizde gençlerin İslam dinine dair yaklaşımlarını, güncel dini meselelere yönelik tutumlarını ve dini etkileşimlerini nasıl etkilediğini din sosyolojisi perspektifiyle incelemektir. Bu bağlamda, sosyal medyanın üniversite gençliğinin dini değerlerine ne yönde ve ne ölçüde etki ettiğini betimsel bir yaklaşımla ortaya koymak, çalışmanın temel hedefini oluşturmaktadır.

Bu çalışma, Siirt Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya ortamında dini içeriklerle nasıl etkileşim kurduklarını inceleyerek, dijital çağda dini yaşantının geçirdiği dönüşümü anlama çabasına katkı sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma, sosyal medyanın dinî bilgilerin aktarımı, paylaşımı ve tüketimi üzerindeki rolünü ortaya koyarken; üniversite gençliğinin bu dijital içeriklerle kurduğu bireysel ve toplumsal ilişkileri anlamaya yönelik özgün veriler sunmaktadır.

Çalışma, özellikle genç kuşakların dinî tutum ve davranışlarının, geleneksel yapılardan dijital mecralara taşınması sürecini anlamlandırmak açısından önem arz etmektedir. Günümüzde sosyal medya platformları, sadece dini bilgiye erişim sağlamakla kalmamakta; aynı zamanda bireylerin inançlarını ifade ettikleri, dini kimliklerini yeniden yapılandırdıkları ve dijital dini topluluklar oluşturdukları önemli bir mecra haline gelmiştir. Bu bağlamda araştırma, gençlerin sosyal medyada sergiledikleri dini

pratiklerin, dini öğrenme biçimlerinin ve dijital dini temsillerin nasıl şekillendiğini çözümlemeye yönelik önemli bir adım niteliğindedir.

Ayrıca bu çalışma, dijitalleşme ile birlikte dönüşen dinî iletişim biçimlerinin anlaşılmasına katkı sunarken, aynı zamanda medya ve din etkileşimini sosyolojik bağlamda değerlendirmek için değerli bir zemin oluşturmaktadır. Literatürde, sosyal medyanın kullanıcıların dini yönelimlerine olan etkisine dair dolaylı çalışmalar bulunmakla birlikte, kullanıcıların sosyal medya kullanımları ile dini inanç ve davranışları arasındaki ilişkiyi doğrudan inceleyen çalışmaların sayısı sınırlıdır.¹⁵ Tezimizde sunulan saha çalışmasının hedeflerinden biri, söz konusu literatürdeki bu eksikliğin giderilmesine katkıda bulunmaktır. Amacımız günümüz gençliğinin dijital platformlarda dinle kurduğu ilişkiyi anlamaya yönelik özgün bir bakış açısı sunarak, modernleşme ve dijitalleşmenin dinî yaşam üzerindeki etkilerine dair de literatürdeki boşlukları doldurmaktır.

Araştırma bulgularının hem akademik literatüre katkı sağlaması hem de dini kurumlar, eğitimciler ve iletişim uzmanları için sosyal medya üzerinden yürütülen dini faaliyetlerin daha etkili ve genç kuşaklara duyarlı biçimde planlanmasına ışık tutması beklenmektedir. Özellikle sosyal medya kullanımının yaygınlaştığı bir dönemde, genç bireylerin dini kimliklerini nasıl ifade ettikleri, hangi içeriklerle etkileşime geçtikleri ve bu sürecin onların dini algı ve yönelimlerini nasıl şekillendirdiği sorularına verilen yanıtlar hem bireysel dindarlığın dönüşümünü hem de dijital dindarlık olgusunu anlamak açısından önemli ipuçları sağlamaktadır. Bu bağlamda çalışma, sadece yerel bağlamda değil, küresel ölçekte de yaşanan dijital dinî dönüşümlere ışık tutmayı amaçlamaktadır.

II. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI, SINIRLILIKLARI VE ZORLUKLARI

Her araştırma, bağlı bulunduğu bilim dalının tüm boyutlarını kapsamayı hedefleyemez; zira zaman, mekân ve maddi imkânlar gibi çeşitli sınırlılıklar buna imkân tanımaz. Bu sebeple, her bilimsel çalışma, belirli konu ve problemler etrafında

¹⁵ Osman Varsak, “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”, *Din ve Bilim – Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi* 5/1 (Haziran 2022), 88.

odaklanmak zorundadır. Dolayısıyla her araştırmanın kendine özgü bir kapsamı ve doğal sınırlılıkları bulunmaktadır.

Bu çerçevede, bizim çalışmamız da coğrafi olarak Siirt ili ile sınırlıdır. Bir saha araştırması niteliği taşıyan bu çalışma, Siirt Üniversitesi öğrencilerinden oluşan bir örneklem grubunu temel almıştır. Ayrıca, araştırmada kullanılan veriler, 2025 yılının ilk aylarında toplanmış olup, bulgular yalnızca bu zaman dilimine özgü koşulları yansıtmaktadır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise, katılımcıların mülakat sorularına verdikleri yanıtların samimi ve doğru olduğu varsayımıdır. Bu nedenle, çalışmanın bulguları hem araştırmacının verilere ulaşma imkânları hem de elde edilen verilerin yorumlanma biçimi çerçevesinde değerlendirilmelidir.

III. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu araştırmada, saha çalışması gerçekleştirilmiş; gençlerin sosyal medya üzerinden takip ettiği dijital dini platformlar, mülakat ve katılımlı gözlem tekniğiyle tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular sistemli bir şekilde değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Çalışmamızda, nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği esas alınarak bir alan araştırması yürütülmüştür. Araştırmanın temel amacı, incelenen olgunun kendi bağlamı içinde anlaşılması olduğundan, katılımlı gözlem ve mülakat teknikleri tercih edilmiştir.

Dijital çağda teknolojik gelişmelerin etkisiyle üniversite gençliğinin dine bakış açısının ve sosyal medyadaki dini etkileşimlerinin analiz edileceği bu çalışmada, öncelikle dijitalleşmenin tarihsel süreci ele alınmıştır. Bu kapsamda ilgili literatür titizlikle taranarak araştırmanın teorik çerçevesi oluşturulmuştur.

IV. EVREN VE ÖRNEKLEM

Çalışmanın evrenini, Siirt Üniversitesi'nde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Sağlıklı ve güvenilir sonuçlara ulaşabilmek için ideal olan, Siirt Üniversitesi'ne kayıtlı toplam 11.263 lisans öğrencisinin tamamına ulaşmak ve bu

geniş evren hakkında kapsamlı bilgi edinmektir. Ancak bu durum; zaman, emek ve maddi kaynaklar bakımından ciddi sınırlılıklar doğurmakta ve araştırmanın uygulanabilirliğini zorlaştırmaktadır.¹⁶

Sosyal bilimlerde sıkça karşılaşılan bu tür kısıtlar nedeniyle, evrenin tamamı yerine, onu temsilen seçilmiş daha dar bir örneklem üzerinden çalışma yürütülmesi tercih edilmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın örneklem grubunun evreni temsiliyet gücünü artırmak amacıyla, farklı fakülte ve bölümlerde öğrenim gören, çeşitli sosyo-kültürel geçmişlere sahip öğrenciler çalışmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada, örneklem belirleme sürecinde kartopu örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır. Kartopu örnekleme, başlangıçta belirlenen bir katılımcıdan hareketle, bu kişinin referansları doğrultusunda yeni katılımcıların belirlenmesine dayanan ve olasılığa dayanmayan bir örnekleme yöntemidir. Bu yöntem, özellikle ulaşılması güç gruplara erişimde etkin bir yol sunmaktadır.¹⁷ Bu teknikle birlikte, araştırmamızın örneklemini 32 kişiden oluşmuştur.

Tablo 1.1. Katılımcı Bilgi Tablosu

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Fakülte
K1	Kız	İlahiyat Fakültesi
K2	Kız	İlahiyat Fakültesi
K3	Kız	Eğitim Fakültesi
K4	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K5	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K6	Kız	Eğitim Fakültesi
K7	Kız	Eğitim Fakültesi
K8	Erkek	Eğitim Fakültesi
K9	Erkek	İlahiyat Fakültesi
K10	Erkek	Fen Edebiyat Fakültesi
K11	Erkek	Fen Edebiyat Fakültesi

¹⁶ Parlaş, *Sosyal Medyanın Lise Gençliği Üzerindeki Etkileri*, 30. Akt. Gökçe Birsen, Toplumsal Bilimlerde Araştırma, Savaş Yayınları Ankara, 1988, s. 76

¹⁷ W. Lawrence Neuman, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*, çev. Sedef Özge (Ankara: Yayınodası, 2014), 1/325.

K12	Erkek	Fen Edebiyat Fakültesi
K13	Kız	Eğitim Fakültesi
K14	Kız	Eğitim Fakültesi
K15	Kız	Eğitim Fakültesi
K16	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K17	Erkek	Eğitim Fakültesi
K18	Kız	Eğitim Fakültesi
K19	Kız	Eğitim Fakültesi
K20	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K21	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K22	Kız	Sağlık Bilimleri Fakültesi
K23	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K24	Kız	Eğitim Fakültesi
K25	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K26	Kız	Eğitim Fakültesi
K27	Kız	Sağlık Bilimleri Fakültesi
K28	Kız	Eğitim Fakültesi
K29	Kız	Eğitim Fakültesi
K30	Erkek	Eğitim Fakültesi
K31	Kız	Fen Edebiyat Fakültesi
K32	Erkek	Eğitim Fakültesi

Görüşmeler, "veri doyumu" ilkesine göre sürdürülmüş; katılımcıların verdikleri yanıtlar belirli bir noktadan sonra tekrar etmeye başladığında, yani yeni bilgi elde edilemediği gözlemlendiğinde veri toplama süreci sonlandırılmıştır. Böylece, nitel veri toplamada geçerli olan anlam derinliğine ulaşılmış ve analiz için yeterli veri sağlanmıştır.

V. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu araştırmanın temel veri toplama aracı, mülakat tekniği olmuştur. Araştırmanın doğası gereği, konunun anket yöntemiyle yeterince derinlemesine incelenemeyeceği düşünülmüştür. Veri toplama sürecinde, temel araç olarak yarı yapılandırılmış soru formuna dayalı derinlemesine mülakat tekniği benimsenmiştir. Bu teknik, katılımcıların açık uçlu sorulara verdikleri ayrıntılı cevaplar aracılığıyla zengin veri elde edilmesini sağlamaktadır.¹⁸ Görüşmeler, yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Derinlemesine mülakatların yanı sıra, katılımlı gözlem ve literatür taraması da bilgi toplama araçları arasında kullanılmış, böylece araştırmanın verileri çok yönlü bir bakış açısıyla zenginleştirilmiştir. Elde edilen veriler, uygulanan mülakatların analizine dayalı olarak değerlendirilmiştir.

Görüşmelerde, yarı yapılandırılmış mülakat tekniği tercih edilmiştir. Bu yöntemin kullanılmasındaki temel gerekçe, görüşme süreci içerisinde ortaya çıkabilecek öngörülemeyen durumlara esneklikle yanıt verme imkânı sunmasıdır. Araştırmacıya, ihtiyaç duyulduğunda yeni sorular ekleme ya da mevcut soruların biçimini değiştirme olanağı tanıyan bu teknik, katılımcıların verdiği yüzeysel cevapları derinleştirmeye ve konuyu daha kapsamlı şekilde irdelemeye imkân tanımıştır.

Mülakat sürecinde, katılımcıların kişisel mahremiyetine azami derecede özen gösterilmiştir. Görüşmeler sırasında elde edilen bilgiler metne aktarılırken, katılımcılara isimlerinin açıklanmayacağına dair güvence verilmiş ve bu ilkeye sadık kalınmıştır. Görüşmeler, farklı zaman dilimlerinde ve üniversite ortamı içinde gerçekleştirilmiştir; kimi zaman üniversite bahçesinde, kimi zaman kantinlerde, kimi zaman ise uygun bulunan sınıf ortamlarında yapılmıştır. Katılımcıların, üçüncü şahısların varlığında kendilerini rahat ifade edemeyeceği göz önünde bulundurularak, görüşmelerin mümkün mertebe birebir ve yalnız gerçekleştirilmelerine dikkat edilmiştir. Katılımcıların kişisel mahremiyetlerini korumak amacıyla her bir katılımcıya özgün bir kod adı atanmıştır. Bu kodlamalar, katılımcıların sıralarını, cinsiyetlerini ve öğrenim gördükleri fakülteleri yansıtabilecek şekilde yapılandırılmıştır. Örneğin, birinci sıradaki, kadın cinsiyetine mensup ve İlahiyat Fakültesi öğrencisi olan bir katılımcı "K1, K, İ.F." şeklinde kodlanmıştır.

¹⁸ Neuman, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*, 1/325.

Fakültelere ilişkin kısaltmalar ise Eğitim Fakültesi için "E.F.", Fen-Edebiyat Fakültesi için "F.E." ve Sağlık Bilimleri Fakültesi için "S.B." biçiminde belirlenmiştir. Bu kodlama yöntemi, verilerin analiz sürecinde katılımcıların kimliklerinin gizliliğini sağlamak amacıyla kullanılmıştır.

Mülakatların uygulanmasına geçilmeden önce, Siirt Üniversitesi Etik Kurulu'na başvuruda bulunulmuş; 12.01.2024 tarihli ve 746 sayılı kurul oturumunda, araştırmanın etik açıdan herhangi bir sakınca teşkil etmediğine dair resmî izin alınmıştır. Mülakat süreci, 2025 yılının ocak ve şubat ayları arasında gerçekleştirilmiş; bu süreçte toplamda 32 öğrenciyle birebir görüşme yapılmış ve elde edilen veriler analiz sürecine dâhil edilmiştir.

Mülakat sorularının bir bölümü, araştırmanın teorik erevesi oluşturulurken yapılan literatür taraması doğrultusunda hazırlanmıştır. Görüşmeler sırasında önemli görülen noktalar anlık olarak not alınmış, ayrıca tüm görüşmeler sesli olarak kayıt altına alınarak daha sonra analiz edilmek üzere arşivlenmiştir.

VI. VERİ ANALİZİ VE YORUMLAMA

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde yürütülen saha çalışması sonucunda çok sayıda veri elde edilmiştir. Ancak bu veriler, ham ve işlenmemiş hlleriyle araştırmaya doğrudan katkı sunamayacaklarından, anlamlı bir yapıya kavuşturulmaları amacıyla çeşitli analiz süreçlerinden geirilmıştir.

Araştırmanın birinci bölümünde ele alınan konu başlıkları doğrultusunda, bilgisayar ortamında tematik klasörler oluşturulmuştur. Öğrencilerle gerçekleştirilen mülakatlar, ses kayıtlarından yazılı metin hâline getirilmiş ve bu metinler belirlenen klasörler altında bir araya getirilmiştir. Her mülakat metni okunmuş, ilgili ifadeler ve görüşler konularına uygun olarak ayrıştırılmış ve tematik klasörlere yerleştirilmıştir. Böylece, toplanan veriler sistematik bir düzene kavuşturularak analiz sürecine hazır hâle getirilmiştir.

Katılımcıların aynı sorulara verdikleri farklı yanıtlar karşılaştırılmış, bu cevaplardan yola çıkılarak anlam kümeleri ve kavramsal erevesler oluşturulmuştur. Ana metnin kaleme alınma sürecinde ise bu verilerden kimi zaman doğrudan alıntı yapılmış, kimi zaman da yorumlanarak anlatıma dahil edilmiştir.

Kapsamlı biçimde sınıflandırılan veriler hem betimsel analiz hem de içerik analizi yöntemleriyle değerlendirilmiş; elde edilen niteliksel veriler bu çerçevede çözümlenmiştir. Katılımcıların görüşleri yazılı forma dönüştürülerek analiz sürecine tabi tutulmuş ve sonuçlar, araştırmanın genel çerçevesiyle bütünlük oluşturacak biçimde yorumlanmıştır. Bu sayede, dijital çağda üniversite gençliğinin sosyal medya üzerinden kurduğu dini etkileşimler, analiz edilerek anlaşılmaaya çalışılmıştır.

VII. LİTERATÜR TARAMASI

Dijitalleşmenin toplumsal yapılar üzerindeki etkisi, son yıllarda sosyal bilimler alanında artan bir ilgiyle ele alınmaktadır. Bu ilgi yalnızca teknolojik dönüşümün bireyler üzerindeki yansımalarını değil; aynı zamanda dinî düşünce, pratik ve kimliklerin dijital ortamlarda nasıl yeniden üretildiğini anlama çabasını da kapsamaktadır. Ancak dijital mecralar ile dinî pratikler arasındaki etkileşim hâlâ derinlikli ve bağlamsal analizlere ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda hazırlanan “Sosyal Medyada Dini Etkileşimde Bulunan Üniversite Gençliği: Siirt Üniversitesi Örneği” başlıklı bu tez, hem kavramsal düzeyde hem de yerel bağlamda özgün katkılar sunmayı hedeflemektedir.

Bu çalışmayı özgün kılan temel unsur, sosyal medyada dinî etkileşim olgusunu Siirt Üniversitesi öğrencileri üzerinden yerel bağlamda ele almasıdır. Literatürde sosyal medya ve din ilişkisine dair çeşitli tez ve akademik çalışma yer almaktadır. Örneğin Sezen Aycan (2019),¹⁹ dindar muhafazakâr kadınların sosyal medyada mahremiyet algılarını; Hilal Gökbayrak (2021),²⁰ dijital dinin kuramsal temellerini; Nurullah Bora (2023),²¹ sosyal medya vaizliğini; Sümeyra Yakut (2023)²² ise Z kuşağının sosyal medya üzerinden dinî öğrenme deneyimlerini incelemiştir. Bu çalışmalar değerli katkılar sunmakla birlikte, çoğunlukla kuramsal çerçevelere ya da geniş ölçekli nicel verilere dayanmaktadır. Oysa bu tez, kendine özgü sosyo-kültürel dinamiklere sahip bir bölgede, genç bireylerin sosyal

¹⁹ Sezen Aycan, *Dijital Dindarlıkta Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Instagram Paylaşımları Örneği* (Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019).

²⁰ Hilal Gökbayrak, *Dijital Dinin Kuramsallaştırılması: Paradigmalar, Terimler, Sorular, Konular ve Yöntemler* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021).

²¹ Nurullah Bora, *Din Eğitiminin Referans Noktası Olarak Sosyal Medya Vaizliği İstanbul Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2023).

²² Sümeyra Yakut, *Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini Öğrenmelerine Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma* (Malatya: İnönü Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

medya üzerinden dinî içeriklerle kurduğu ilişkiyi inceleyerek, dijital dindarlığın farklı coğrafi ve kültürel bağlamlardaki tezahür biçimlerine ışık tutmaktadır. Yerel bağlamı merkeze alması, çalışmaya hem ampirik derinlik hem de kavramsal özgünlük kazandırmaktadır.

Çalışmada benimsenen nitel yöntemsel yaklaşım, veri derinliği açısından dikkat çekicidir. Literatürde sosyal medya ve din ilişkisi çoğunlukla istatistiksel eğilimler üzerinden analiz edilirken, bu tez bireylerin kişisel anlatıları, deneyimleri ve dijital davranışları üzerinden daha katmanlı ve nüanslı bir analiz sunmaktadır. Özellikle yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakatlar yoluyla elde edilen veriler, üniversite gençliğinin sadece neye inandığını değil, bu inançları dijital alanda nasıl yaşadığını ve görünür kıldığını da ortaya koymaktadır. Benzer yöntemler Hacer Sönmez (2023)²³ ve Yüstra İsenç (2023)²⁴ gibi çalışmalarda da görülse de bölgesel derinlik açısından bu tez daha özgün bir konumda yer almaktadır.

Çalışmanın bir diğer ayırt edici yönü, sosyal medyayı yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda dinî kimliğin inşa, temsil ve müzakere edildiği bir dijital alan olarak ele almasıdır. Bu yaklaşım, dinî etkileşimi sadece bilgi aktarımıyla sınırlamayan; aksine bireylerin dijital çağda anlam dünyalarını nasıl kurduklarına odaklanan bütüncül bir bakış açısı sunmaktadır. Bu bağlamda dijital dindarlık kavramı hem teorik düzeyde tartışılmış hem de saha verileriyle somutlaştırılmıştır. Nitekim Ayşe Işık (2025),²⁵ Uğur Arslan (2024)²⁶ ve Simge Aydoğdu (2023)²⁷ gibi çalışmalarda benzer kavramsal çerçeveler kullanılsa da bu tezdeki anlatı çeşitliliği ve bağlamsal özgünlük daha geniş bir perspektif sağlamaktadır.

²³ Hacer Sönmez, 13. *İmam Hatip Gençliğinin Dini Kimlik Oluşumunda Sosyal Medyanın Etkisi* (Elazığ: Fırat Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

²⁴ Yüstra İsenç, *Dindar Kadınların Sosyal Medya Kullanım Pratikleri üzerine Sosyolojik Bir Araştırma* (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

²⁵ Ayşe Işık, *Sosyal Medyadaki İslam ve Kadın Konulu İçeriklerin Din Eğitimi Açısından İncelenmesi: Youtube Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2025).

²⁶ Uğur Arslan, *Sosyal Medya ve Mahremiyetin Yıkılışı: Youtube Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2024).

²⁷ Simge Aydoğdu, *Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısı ile Kullanıcıların Tutumları Üzerindeki Rolü* (İstanbul: İstanbul Medipol Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

Metodolojik açıdan da çalışma titizlikle yürütülmüştür. Kartopu örnekleme yöntemiyle oluşturulan örneklem, araştırma evreninin çeşitliliğini yansıtmayı amaçlamış; farklı fakültelerden öğrencilerle yapılan görüşmeler, bulguların temsiliyet gücünü artırmıştır. Görüşmelerde veri doygunluğuna ulaşılması, elde edilen verilerin güvenilirliğini desteklemektedir. Bu yöntemsel hassasiyet, sosyal medya bağımlılığı ve dindarlık ilişkisini ele alan Azimenur Ayaz (2023)²⁸ ve Esra Küçük Aydın (2023)²⁹ gibi çalışmalarla yöntemsel paralellik taşımaktadır.

Son olarak, çalışmanın güncel dijital pratiklerle geleneksel dinî normlar arasındaki gerilim alanlarını görünür kılması da literatüre önemli bir katkı olarak değerlendirilebilir. Gençlerin sosyal medyada dinî içeriklere temkinli yaklaşımları, paylaşım yaparken mahremiyet ve güvenlik kaygısı taşımaları gibi bulgular, dijitalleşmenin bireysel dindarlık üzerindeki etkilerine dair derinlemesine analizler sunmaktadır. Bu yönüyle çalışma, Zeynep Nasıroğlu'nun (2023)³⁰ İslam hukuku perspektifinden sosyal medya mahremiyetine yönelik değerlendirmeleriyle anlamlı biçimde örtüşmektedir.

Bu tez, dijitalleşmenin dinî yaşama etkisini genç bireyler ekseninde nitel bir saha araştırmasıyla ele alarak, dijital dindarlığın güncel ve yerel görünümüne dair özgün bir katkı sunmaktadır. Üniversite öğrencileriyle yürütülen görüşmeler aracılığıyla, sosyal medya platformlarında dinî içeriklerle kurulan çok katmanlı etkileşim biçimleri analiz edilmiştir. Bu çerçevede çalışma, yalnızca dijital ortamdaki dinî pratikleri betimlemekle kalmamakta; bireylerin inançlarını dijital düzlemde nasıl ifade ettikleri, yeniden yapılandırıdıkları ve temsil ettikleri üzerine sosyolojik bir analiz geliştirmektedir. Bu yönüyle tez, dijital dinî tutum ve davranışların inşasına ilişkin teorik yaklaşımları ampirik veriler ışığında sorgulama ve derinleştirme fırsatı sunmaktadır.

²⁸ Azimenur Ayaz, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Aracı Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma* (Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

²⁹ Esra Küçük Aydın, *Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)* (Bursa: Uludağ Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

³⁰ Zeynep Nasıroğlu, *İslam Hukuku Açısından Sosyal Medya Mahremiyeti* (Elazığ: Fırat Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

Araştırma bulguları, bireysel dindarlığın dijital mecralarda nasıl dönüştüğünü; mahremiyet, temsil, otorite ve aidiyet gibi kavramlar etrafında şekillenen deneyimlerle ortaya koymaktadır. Dijital dinî pratiklerin yalnızca geleneksel dinî normların yansıması olmadığı; aksine bireysel kimlik sunumu, dinî bilgiye erişim biçimleri ve sosyal onay arayışlarıyla iç içe geçtiği görülmektedir. Bu bağlamda çalışma, sosyal medya-din etkileşimini gençlik bağlamında çok boyutlu olarak ele alarak, bu alanda yapılacak teorik ve uygulamalı araştırmalara zemin oluşturmaktadır. Nitel saha verileri, literatürde çoğunlukla ihmal edilen gençlerin bireysel algı, tutum ve deneyimlerine dair derinlemesine bir içgörü sunmakta; dijital dindarlığın kültürel bağlamlara göre nasıl farklılaştığını anlamaya yönelik önemli bir akademik açılım sağlamaktadır.

Özetle, bu tez, dijital dinî etkileşimlerin yerel bir üniversite gençliği bağlamında nasıl tezahür ettiğini anlamaya yönelik nitel yöntemli özgün bir çalışmadır. Kavramsal çerçevesi, saha verileri ve yorum gücü ile benzer çalışmalardan ayrılmakta; hem kuramsal hem de uygulamalı düzeyde literatüre anlamlı bir katkı sunmaktadır. Bu yönüyle, dijitalleşen dünyada dinin dönüşen biçimlerini anlama çabalarına bağlamsal olarak özgün ve güncel bir perspektif sağlamaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TARİHSEL SÜREÇTE MEDYA

Zamanla birlikte değişen iletişim biçimleri, bireylerin dünyayla kurduğu ilişkiyi de dönüştürmüştür. Özellikle dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte sosyal medya, yalnızca bir haberleşme aracı olmanın ötesine geçmiş; düşüncelerin, kimliklerin, inançların ve yaşam tarzlarının sergilendiği yeni bir mekâna dönüşmüştür. Bu mecra, bireyleri birbirine bağlarken aynı zamanda toplumsal yapıyı, kültürel kalıpları ve dini anlayışları da yeniden şekillendirmektedir.

Bu bölümde, medyanın tarihsel seyrine kısa bir bakışla başlanacak; sanayi toplumundan ağ toplumuna geçiş sürecinde medyanın geçirdiği dönüşüm ele alınacaktır. Ardından, geleneksel medyadan yeni medyaya geçişin izleri sürülecek; sosyal medyanın tanımı, özellikleri ve gelişim evreleri açıklanacaktır. Dijital platformların çeşitliliği, sosyal ağların yapısı ve bireylerin bu mecralarla kurduğu ilişkiler de değerlendirilecektir.

Bölümün ilerleyen sayfalarında ise sosyal medyanın dini yaşantılar üzerindeki etkisi mercek altına alınacaktır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte İslam'ın dijital alandaki temsili, çevrimiçi dini pratikler ve siber uzamda oluşan yeni topluluklar üzerinden tartışılacak; böylece dijital çağın inanç dünyasına getirdiği imkânlar ve meydan okumalar bütüncül bir yaklaşımla ele alınacaktır.

1.1. SANAYİ TOPLUMUNDAN AĞ TOPLUMUNA MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ

Sanayi Devrimi ile başlayan üretim odaklı toplumsal yapı, zamanla teknolojik gelişmelerin etkisiyle yerini bilgi ve iletişim temelli bir yapıya bırakmıştır. Bu süreçte medya, yalnızca bilginin aktarımını sağlayan bir araç olmaktan çıkmış, bireylerin gündelik yaşamını ve toplumsal ilişkilerini şekillendiren temel bir unsur haline gelmiştir. Bu çalışma, sanayi toplumundan ağ toplumuna geçiş sürecinde medyanın geçirdiği dönüşümü ele alarak, bu dönüşümün toplumsal yapı üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

İnsanlık tarihi incelendiğinde, her dönemde belirgin gelişim aşamalarının ve bu aşamalara bağlı olarak farklı düzeylerde dönüşümlerin yaşandığı görülmektedir. Rönesans ve Reform hareketleriyle başlayarak Aydınlanma Çağı'na, ardından Fransız

Devrimi'ne, Sanayi Devrimi'ne ve Teknoloji Devrimi'ne uzanan bu tarihsel çizgi, son olarak Bilişim Devrimi ile yeni bir evreye taşınmıştır. Yaklaşık dört yüzyılı kapsayan bu süreç, yalnızca değişimlerin hızı bakımından değil, aynı zamanda insanlık hayatı üzerindeki köklü etkileri açısından da önceki dönemlerdeki dönüşümlerle kıyaslanamayacak ölçüde derinlik ve genişlik arz etmektedir.³¹

18. yüzyılın ortalarına dek üretim süreçleri büyük ölçüde insan ve hayvan gücüne dayanırken, 1750'li yıllarda başlayan sanayileşme hamleleriyle birlikte bu tablo köklü biçimde değişmiştir. Önce su gücünden yararlanılmış, ardından değirmenler ve makinelerle donatılmış fabrikalar üretim alanında belirleyici rol oynamaya başlamıştır.³²

İngiltere'de ortaya çıkan Sanayi Devrimi, yalnızca teknolojik ürünlerin egemen olduğu yeni bir üretim biçimine geçişi değil, aynı zamanda köklü teknolojik, toplumsal, ekonomik ve demografik dönüşümleri de ifade eden kapsamlı bir kavramdır. Bu devrimin İngiltere'de filizlenmesinin temel nedenlerinden biri, ülkenin finansal başarıya duyduğu saygı ve feodal düzenden ticaret odaklı bir toplumsal yapıya geçiş sürecini başarıyla yönetmiş olmasıdır. Ekonomik kalkınma ve ticaretin gelişimi adına atılan bu büyük adımlar, aynı zamanda bilimsel ve teknik ilerlemelere de zemin hazırlamıştır. İngiltere, geliştirdiği patent sistemiyle yeniliklerin ve buluşların kayıt altına alınmasını mümkün kılarak, teknolojik gelişmeleri teşvik eden bir ortam yaratmıştır. Özellikle pamuk üretiminde makineleşmeye geçilmesiyle birlikte dokuma sanayisi başta olmak üzere birçok sanayi kolunda hem verimlilik hem de ürün kalitesi belirgin şekilde artmıştır. Bu süreçte büyük fabrikalarda ve çeşitli atölyelerde buhar makineleri yaygın olarak kullanılmaya başlanmış, üretim biçimleri köklü bir dönüşüm geçirmiştir.³³ İşgücünün giderek makinelerin kontrolüne girmesiyle, tarihe "Sanayi Devrimi 1.0" olarak geçen dönüşüm süreci başlamıştır.³⁴ Makineleşmenin hız kazanması, büyük ölçekli fabrikaların kurulmasına öncülük etmiş ve bu dönem aynı zamanda "makineleşme çağı" olarak

³¹ Mehmet Emin Maşalı, "Küreselleşmenin Payandalığında Dijital Dünya ve Ahlak", *TDV-İstanbul Müftülüğü Dergisi* 39 (2019), 5.

³² İsmail Parlamış, *Sosyal Medyanın Lise Gençliğinin Değerleri Üzerindeki Etkileri İzmir Örneği* (Ankara: Eski Yeni Yayınları, 2023), 58. Akt. John J. Macionis, *Sosyoloji*, Çev. Tuğçe Poyraz Taşoğlu, Ed. Vildan Akan, Nobel Yayınları, Ankara 2020, s. 91-92

³³ Müslime Sözen - Talat Mescioğlu, "Endüstri 4.0'ın İtici Güçlerinin Türkiye ve Çin Üzerindeki Etkileri", *International Journal of Social Inquiry* 12/1 (26 Haziran 2019), 291-292.

³⁴ Tay, "Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları", 184.

anılmıştır. Bu gelişmeler, tarım toplumunun sınırlarını aşarak üretimin merkezine makineleri yerleştiren bir sanayi toplumu modeline geçişi mümkün kılmıştır. Böylece insanlık, toprağa dayalı üretimden, fabrika sistemine dayalı üretime evrilmiş; avcı-toplayıcı yaşam biçiminden ve tarımsal faaliyetlere dayalı ekonomiden, teknolojinin yön verdiği ve üretimin makineler aracılığıyla gerçekleştiği modern bir toplum yapısına adım atmıştır.³⁵

Üretim biçiminin büyük ölçüde makinelerin denetimine girmesiyle, geleneksel küçük esnaf ve zanaatkârlar geçim kaynaklarını yitirmiş; bu süreçte makinelerin gölgesinde yeni bir işçi sınıfı doğmuştur. Öte yandan, üretim araçlarına ve fabrikalara sahip olan sermaye sahipleri, emek gücünü denetleyen birer işveren konumuna yükselmişlerdir. Böylece sanayileşmenin doğal bir sonucu olarak toplumsal yapıda sınıfsal ayrımlar belirginleşmiş, emeğin metalaşmasıyla birlikte sömürü ilişkileri derinleşmiştir. 19. yüzyılın sonlarına ve 20. yüzyılın başlarına gelindiğinde ise, elektriğin yaygınlaşması ve teknolojik buluşların birleşimi sayesinde seri üretim mümkün hale gelmiş; bu gelişmeler Sanayi Devrimi 2.0 olarak adlandırılan yeni bir dönüşüm evresini başlatmıştır.³⁶ Bu süreçte telgraf ve telefonun icadı, daha sonra ise televizyonun yaygınlaşması, iletişim tarihinde devrim niteliğinde yenilikler olarak kayda geçmiştir.³⁷

Teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim araçları giderek daha taşınabilir ve kullanıcı odaklı bir yapıya bürünmüştür. Bu evrimsel süreç; radyo, CD çalar, çağrı cihazı, GSM telefon ve dizüstü bilgisayar gibi teknolojik araçlar üzerinden somut bir biçimde izlenebilmektedir.³⁸ Aslında söz konusu dönüşüm, matbaanın icadıyla başlayıp gazete, dergi, radyo, televizyon ve telefon gibi geleneksel iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla şekillenmiş; sonrasında ise bilgisayar ve internet ekseninde gelişerek yeni bir boyut kazanmıştır.³⁹ Yeni medya, bu bağlamda yalnızca bir araç değil, aynı zamanda iletişimin doğasını dönüştüren çok yönlü bir platform olarak ortaya çıkmıştır. Konuşma, veri ve

³⁵ Avşin Avşar, *Sanayileşmenin Türkiye'deki Kültürel Değişmelerle İlişkisi* (Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2006), 13. Akt. Nusret Ekin, *Endüstri İlişkileri*, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1994, sy. 1.

³⁶ Tay, "Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları", 184.

³⁷ Dereli, *Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma*, 141.

³⁸ Sedat Özel, "İletişimde Mobilizasyon ve Mobil Hayatların Bilimsel Çalışmalardaki İnşası", *Yeni Medya Üzerine...*, ed. Müge Demir, 2016, 234.

³⁹ Mehmet Emin Babacan, *Sosyal Medya ve Gençlik* (İstanbul: Bir Yayıncılık, 2017), 51.

metnin aynı mesaj içinde bütünleşebilmesi, bu medyanın sunduğu yeniliklerden biridir. Zamanla bu bileşenlere fotoğraf, video ve hareketli görseller de eklenmiş; günümüzde ise etkileşimli öğeler olarak animasyonlar ve dinamik içerikler, iletişimin görsel ve işitsel zenginliğini katbekat artırmıştır.⁴⁰

Sanayi devrimlerini tarihsel bir perspektiften ele aldığımızda, bu sürecin dört temel aşamadan oluştuğu görülmektedir. İlk sanayi devriminde dokuma tezgâhı, eğirme makinesi ve buhar makinesi gibi buluşlar ön plana çıkmış; bu gelişmelerin bir devamı olarak buharla çalışan lokomotiflerin icadı, dönemin üretim ve ulaşım anlayışında köklü bir değişimi beraberinde getirmiştir. Bu teknolojik sıçrama, insanlık tarihini derinden etkileyen sanayileşme sürecinin ilk adımlarını oluşturmuştur.⁴¹ Van Dijk, dünya genelinde yaşanan teknolojik dönüşümü dört ayrı döneme ayırarak açıklamaktadır. Ona göre, 1800-1850 yılları arasındaki birinci dönem, buhar makinesinin icat edilmesiyle karakterize edilmektedir. İkinci dönem, 1850-1900 yıllarını kapsamaktadır ve bu zaman diliminde elektrik enerjisinin yaygınlaşması ile birlikte ilk iletişim araçlarının (telgraf, telefon vb.) ortaya çıkışı dikkat çekmektedir. Üçüncü dönem, 1900-1950 yılları arasında şekillenmiş olup, petrol, çelik ve içten yanmalı motorlar bu evrenin başlıca teknolojik unsurlarını oluşturmuştur. Dördüncü ve son dönem ise 1950-2000 yılları arasına tekabül etmekte; bu dönemde elektronik temelli makinelerle birlikte bilgisayar teknolojisinin sunduğu devrimsel yenilikler, üretim süreçlerinden bilgi aktarımına kadar pek çok alanda köklü dönüşümlere yol açmıştır.⁴²

Dijital devrim olarak adlandırılan bu çağ, programlanabilir ürünlerin geliştirilmesiyle birlikte bilgi teknolojilerinde köklü bir dönüşümün habercisi olmuştur. Bilgisayar ve internetin gündelik yaşama entegre edilmesiyle dijitalleşmenin temelleri atılmış; yapay zekâ teknolojilerinin doğuşuna zemin hazırlanmıştır. 2011 yılından itibaren belirginleşen bu dijital gelişmeler, günümüzde Endüstri 4.0 kavramı altında şekillenmiş; yapay zekâ, nesnelerin interneti ve siber-fiziksel sistemler aracılığıyla çağımızın üretim ve yaşam pratiklerini yeniden tanımlamıştır. Tüm bu dönemlerde

⁴⁰ Jan Van Dijk, *Ağ Toplumu*, çev. Özlem Sakin (Epsilon Yayıncılık Ltd. Sti, 2016), 20.

⁴¹ Gülistan Tay, “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme”, *Dijitalleşme ve Din*, ed. İhsan Çapcıoğlu- Fatma Çapcıoğlu (İstanbul: Kriter Yayınevi, 2022), 194.

⁴² Jan Van Dijk, *Ağ Toplumu*, çev. Özlem Sakin (Epsilon Yayıncılık Ltd. Sti, 2016), 95.

yaşanan teknolojik ilerlemeler, insan hayatına yalnızca ekonomik değil, kültürel, sanatsal, siyasal ve toplumsal alanlarda da önemli katkılar sağlamış; bireylerin yaşam tarzlarını ve toplumsal yapılarını derinden etkilemiştir.⁴³

Sonuç olarak, sanayi toplumundan ağ toplumuna geçiş, yalnızca teknolojik bir değişimi değil, aynı zamanda medya aracılığıyla birey ve toplum ilişkilerinin yeniden biçimlenmesini ifade etmektedir. Yeni medya teknolojileri, iletişimi daha hızlı, etkileşimli ve yaygın hale getirerek bireylerin bilgiye erişimini kolaylaştırmış; bu da toplumsal yapının ve düşünme biçimlerinin dönüşümünü beraberinde getirmiştir.

1.2. GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA

Teknolojik gelişmeler, medya dünyasında köklü bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Geleneksel medya araçları olan gazete, televizyon ve radyo, merkezi ve tek yönlü iletişimi sağlarken, dijital medya bu yapıyı etkileşimli hale getirmiştir. Bu değişim, iletişimi daha dinamik ve kullanıcı odaklı bir hale getirmiş, bireylerin içerik üretme ve paylaşma süreçlerine aktif katılımını mümkün kılmıştır.

Teknolojik gelişmelerin ivme kazanmasıyla birlikte, günümüzde bireyler arasındaki iletişimi sağlayan ve mesajların iletiminde en etkili araç haline gelen unsur medya olmuştur. Kavramsal olarak "medya", temelde “mesaj” anlamını taşımaktadır.⁴⁴ Tarihsel sürece bakıldığında medya, genel olarak iki ana başlık altında değerlendirilmektedir: Geleneksel medya ve yeni (interaktif) medya.

Geleneksel medya döneminde, gazete, dergi, radyo, sinema ve televizyon gibi sesli ve görsel iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla, iletişim süreci tek yönlü bir yapı arz etmiş; mesajlar merkezi bir kaynaktan çıkarak çok sayıda alıcıya ulaştırılmıştır. Bu dönemde medya tüketicileri, bireysel anlamda geri bildirimde bulunma imkânına sahip olamamış; geri dönüşler ise çoğunlukla dolaylı ve gecikmeli biçimde gerçekleşmiştir.⁴⁵ Örneğin, televizyon haberleri gibi yayınlar izleyicilere tek taraflı olarak sunulmuş; izleyicilerin bu içeriklere doğrudan ve anlık katkı sunmaları mümkün olmamıştır. Buna

⁴³ Tay, “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları”, 194.

⁴⁴ Parlamiş, *Sosyal Medyanın Lise Gençliği Üzerindeki Etkileri*, 72.

⁴⁵ Mustafa Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın* (Konya: Palet Yayınları, 2019), 18. Akt. Harvey Kerric, *Encyclopedia of Social Media and Politic*, 2014, sy. 1158.

karşın dijital medya, geleneksel medyaya kıyasla çok daha etkileşimli bir yapıya sahiptir. Bu yönüyle yeni medya, iletişim sürecinde kullanıcıya daha aktif bir rol tanıyarak, güç dengesini potansiyel olarak tüketici lehine dönüştürmüştür.⁴⁶

Bostancı'ya göre, kitle iletişim araçları yalnızca bilgi aktaran araçlar olmakla kalmayıp, aynı zamanda sahiplerine güç ve nüfuz kazandıran birer iktidar alanı olarak da değerlendirilmelidir. Medyanın kitleler üzerindeki etkileyici gücü o denli büyüktür ki, çoğu zaman yasama, yürütme ve yargı erklerinin ardından “dördüncü güç” olarak nitelendirilmiştir. Nitekim bazı dönemlerde haber bültenleri ve gazete manşetleri, kamuoyunun yönlendirilmesinde ve hatta ülke yönetimlerinin şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamıştır.⁴⁷

"Medya" kavramı denildiğinde, çoğunlukla ilk akla gelen geleneksel iletişim araçları olan gazete, televizyon ve radyo olmaktadır. Ancak teknolojinin gelişimine paralel olarak bu alanda da bir dönüşüm yaşanmış; “yeni medya”, “sosyal medya”, “dijital medya” ve “internet medyası” gibi yeni kavramlar günlük yaşamın vazgeçilmez bileşenleri haline gelmiştir. Sanayi devriminden sonra seri üretime geçen ve geniş halk kitlelerine ulaşan gazeteler, dijitalleşmeyle birlikte bilgisayar ortamında okunabilir hale gelerek geleneksel medyanın dijitalleşmiş bir formuna dönüşmüştür.⁴⁸

Yeni medyaya atfedilen isimler arasında multimedia, etkileşimli (interaktif) medya ve dijital medya gibi terimler yer almaktadır. Bu bağlamda medya, “geleneksel” ve “yeni” olarak iki ana kategoriye ayrılabilir. Örneğin, klasik televizyonlar görüntü, ses ve metni aynı anda sunan bütünleşik bir yapıya sahip olmalarına rağmen, interaktif özelliklerden yoksun olmaları ve dijital kod altyapısını kullanmamaları sebebiyle yeni medya kapsamında değerlendirilmezler. Buna karşın, günümüzün interaktif televizyonları, izleyiciyle doğrudan etkileşim kurma yeteneği ve dijital altyapısı sayesinde, yeni nesil bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Benzer şekilde, geleneksel telefonlar yalnızca ses iletimine imkân tanıdıkları için dijital bir altyapıya sahip değildirler ve bu nedenle bütünleşik medya kapsamına girmezler. Oysa çağdaş mobil ve

⁴⁶ Dijk, *Ağ Toplumu*, 17.

⁴⁷ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 19.

⁴⁸ Yusuf Adıgüzel, “Geleneksel Medya ile İlişkiler”, *Medya İlişkileri, Anadolu Üniversitesi Yayınları*, (Ekim 2017), s. 28.

sabit telefonlar, metin, fotoğraf ve video paylaşımı ile internet bağlantısı gibi özellikleri bünyesinde barındırarak hem dijital hem de bütünleşik bir iletişim ortamı sunmaktadır.⁴⁹

1.2.1. Yeni Medya Çağında İletişimin Dönüşümü ve Web 2.0'ın Etkisi

Web 2.0 teknolojisinin gelişimiyle birlikte dijital dünya, iletişim ve etkileşim biçimlerinde köklü bir dönüşüm sürecine girmiştir. Cep telefonları, bilgisayarlar, internet ve veri depolama aygıtları, çağdaş bireyin gündelik yaşamında vazgeçilmez araçlar haline gelmiş; bu araçlar, yeni medyanın temel bileşenleri olarak iletişim süreçlerinde belirleyici bir rol üstlenmiştir. Teknolojik ilerleme, yalnızca var olan cihazların gelişimini hızlandırmakla kalmamış, aynı zamanda daha önce tahayyül dahi edilemeyen pek çok yeniliğin yaşamımıza dahil olmasını sağlamıştır. Öte yandan, 1930'lu yıllarda yayın hayatına başlayan televizyon, küresel ölçekteki etkisini sürdürmeyi başarmış, farklı toplumsal mekânlarda yer edinen geleneksel medyanın sembolü olarak varlığını korumuştur.⁵⁰

Ancak, etkileşimin merkezde yer aldığı yeni medya düzeni, geleneksel medyanın tek yönlü iletişim anlayışından radikal bir kopuşu ifade eder. Artık mesaj yalnızca tek bir merkezden çok sayıda alıcıya gönderilmekle kalmamakta; birçok kaynaktan çıkan mesajlar, yine çok sayıda alıcıya ulaşmakta, dahası bu alıcılar anlık ve kişisel geri bildirimlerde bulunabilmektedir.⁵¹ Kullanıcılar, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın, herhangi bir cihaz aracılığıyla internete bağlanarak içerik üretme, paylaşma ve tüketme süreçlerine aktif biçimde katılabilmektedir. Bu gelişmeler, coğrafi sınırların anlamını büyük ölçüde yitirdiği bir dijital ekosistemi beraberinde getirmiştir. Kullanıcıların dünyanın farklı coğrafyalarında yaşayan bireylerle içeriklerini rahatlıkla paylaşabilmeleri, yeni medya platformlarının küresel ölçekte bir iletişim ağına dönüşmesini sağlamıştır. Böylece Web, yalnızca bir bilgi kaynağı olmaktan çıkarak, sınır tanımayan etkileşim alanı haline gelmiştir.⁵²

⁴⁹ Dijk, *Ağ Toplumu*, 18.

⁵⁰ Nalan Büker, "Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya", *Yeni Medya Üzerine...*, ed. Müge Demir (Konya, 2016), 138.

⁵¹ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 18.

⁵² Ceren Bilgici, *Sosyal Medya, Teknoloji ve Toplum* (Ankara: Nobel Bilimsel, 2023), 13. Akt. Damian Ryan, *Dijital Pazarlama*, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, sy. 19

1.2.2. Web 3.0 ve Dijital Ekosistemin Kişiselleşen Evrimi

Web 3.0, internetin üçüncü evresi olarak, yapay zekâ destekli sistemlerin ve kişiselleştirilmiş teknolojilerin ön plana çıktığı bir dijital dönüşüm sürecini temsil etmektedir. Bu dönemde, kullanıcıların dijital ortamda gerçekleştirdiği her türlü etkileşim, yapay zekâ algoritmaları aracılığıyla analiz edilmekte; bireysel ihtiyaçlar tespit edilerek, gelecekteki davranış örüntüleri öngörülebilmektedir. Böylece internet, pasif bir bilgi deposu olmaktan çıkarak, kullanıcıların ilgi ve tercihlerine göre şekillenen dinamik bir yapı kazanmıştır. Web 3.0 dönemini karakterize eden bir diğer önemli gelişme ise artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojilerinin dijital deneyimi daha derinlikli ve etkileşimli bir forma dönüştürmesidir. Bu yenilikçi araçlar sayesinde kullanıcılar, gerçek ve sanal dünyalar arasında giderek daha akışkan bir biçimde geçiş yapabilmekte, dijital evrenle daha kişisel ve yoğun ilişkiler kurabilmektedir.⁵³ Söz konusu teknolojik gelişmelerin etkisi özellikle pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler gibi iletişim temelli alanlarda açıkça hissedilmektedir.⁵⁴ Öte yandan, bu dönemin altyapısını oluşturan dijitalleşme düzeyi, fiziksel nesnelerin de çevrimiçi ekosisteme entegre edilmesini beraberinde getirmiştir. 2017 yılı itibarıyla yalnızca akıllı telefon ve bilgisayarlar dışında kalan nesneler baz alındığında bile, dünyadaki bağlantılı cihaz sayısı insan nüfusunu aşmıştır.

1.2.3. Endüstri 4.0 ve 5.0: Dijitalleşmeden İnsan Merkezli Geleceğe

Endüstri 4.0 kavramı, ilk kez 2011 yılında Almanya'nın Hannover Fuarı'nda, Federal Hükümet'in ulusal yüksek teknoloji stratejisi doğrultusunda gündeme getirilmiştir. Bu kavram; akıllı nesnelerin hızlı biçimde çoğalması, bu nesnelerin birbiriyle bağlantı kurarak iletişim sağlaması ve sensörler aracılığıyla büyük veri toplama yetenekleri gibi temel bileşenler üzerine inşa edilmiştir.⁵⁵ Nesnelerin interneti (IoT) ile

⁵³ Bilgici, *Sosyal Medya, Teknoloji ve Toplum*, 14-15.

⁵⁴ Bilgici, *Sosyal Medya, Teknoloji ve Toplum*, 15. Akt. Yeşim Güçdemir, *Sanal Ortamda İletişim "Bir Halkla İlişkiler Perspektifi"*, İstanbul: Derin Yayınları, 2015, sy.35.

⁵⁵ Vural Özdemir, "Endüstri 4.0, Akıllı Nesnelerin İstilasası ve Aşırı Dijital Bağlantının Karanlık Yüzü", *Endüstri 4.0 ve Dijital Medya*, ed. Filiz Aydoğan (İstanbul: Der Yayınları, 2019), 1.

yapay zekâ destekli veri üretimi ve analizinin birleşmesi, küresel ölçekte aşırı dijital bağlantının egemen olduğu yeni bir çağın kapılarını aralamıştır.⁵⁶

Endüstri 4.0, sadece sanayi alanındaki üretim süreçlerini değil, toplumsal yaşamın tüm boyutlarını dönüştürmeyi hedefleyen derin bir paradigma değişimini temsil etmektedir. Bu yeni dönemde, akıllı fabrikalar, ileri düzey otomasyon sistemleri ve yaşamın her alanına entegre edilmiş dijital hizmetler ön plana çıkmaktadır. Bu dijital devrimin devamı niteliğindeki Endüstri 5.0 ise, Avrupa Komisyonu’nun öngördüğü üzere, mevcut teknolojik altyapıyı insan merkezli, sürdürülebilir ve dirençli bir çerçeveye tamamlamayı amaçlamaktadır. Endüstri 5.0, yalnızca üretim verimliliğini değil, aynı zamanda insan refahını ve çevresel sorumluluğu da temel alan bir yaklaşım sunmaktadır.

Bu çerçevede *insan odaklılık*, teknolojik gelişmeleri bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirerek, çalışanların refahını ve üretkenliğini artırmayı hedeflemektedir. *Sürdürülebilirlik* ilkesi ise, doğal kaynakların bilinçli kullanımı, atıkların azaltılması ve çevresel etkilerin asgari düzeye indirilmesi gibi hedefler üzerinden yükselmektedir. Son olarak, *dayanıklılık*, endüstriyel sistemlerin kriz anlarında bile esneklik göstererek, üretim süreçlerinin sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik bir güvence sunmaktadır. Bu üç temel prensip etrafında şekillenen Endüstri 5.0, geleceğin endüstrisini yalnızca dijital değil, aynı zamanda daha adil, çevreye duyarlı ve dayanıklı bir yapıya kavuşturmayı amaçlamaktadır.⁵⁷

Sonuç olarak, yeni medya teknolojileri, geleneksel medya ile kıyaslandığında daha interaktif ve katılımcı bir yapıyı ortaya koymuştur. Dijitalleşme sayesinde medya, küresel düzeyde anlık ve kişiselleştirilmiş bir etkileşim alanına dönüşmüştür. Medya sadece bilgi iletimi değil, aynı zamanda bireylerin kendini ifade etme biçimlerini de değiştirmiştir.

⁵⁶ Özdemir, “Endüstri 4.0, Akıllı Nesnelerin İstilasası ve Aşırı Dijital Bağlantının Karanlık Yüzü”, 2.

⁵⁷ Raziye Kılıç, “Sanayi Devrimlerinin Serüveni: Endüstri 1.0’dan Endüstri 5.0’a”, *Takvim-i Vekayi* 11/2 (2023), 286-287.

1.3. SOSYAL MEDYANIN TANIMI, ÖZELLİKLERİ VE GELİŞİMİ

Sosyal medya, günümüzde insanların iletişim kurma, bilgi paylaşma ve kendini ifade etme biçimlerini köklü şekilde değiştiren dijital bir platformdur. Bu yeni iletişim ortamı, internetin ve özellikle Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkmış; bireylerin sadece içerik tüketicisi değil, aynı zamanda üretici olmalarını mümkün kılmıştır. Sosyal medyanın ne olduğunu ve nasıl geliştiğini anlamak için, internetin tarihsel sürecine ve teknolojik altyapısına da bakmak gerekmektedir.

Sosyal medya, internet tabanlı bir platform olması itibarıyla doğrudan dijitalleşme süreciyle ilişkilidir. Bu nedenle, sosyal medyanın tarihsel gelişimi ele alınırken, internetin evrimsel süreci de göz ardı edilmemelidir. İnternetin temelleri, 1960'lı yıllarda Soğuk Savaş koşullarının etkisiyle, nükleer bir saldırı durumunda bile iletişimin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla ABD Savunma Bakanlığı tarafından atılmıştır. 1969 yılında Pentagon bünyesinde geliştirilen ARPANET isimli bu ilk ağ, ileri düzey bir askeri proje olarak hayata geçirilmiştir.⁵⁸ Pentagon'un İleri Araştırma Projeleri Ajansı'nın (Advanced Research Projects Agency) baş harflerinden esinlenerek "ARPANET" adı verilen bu ağ, başlangıçta sınırlı bir amaca hizmet etmekteydi. ARPANET, başlangıçta Amerika'nın farklı bölgelerinde çalışan bilim insanlarının kaynaklarını birleştirmek ve pahalı araştırma ekipmanlarının ortak kullanımını sağlamak amacıyla tasarlanmıştı. Ancak zamanla bu sistem, bilgi paylaşımı ve iletişimi kolaylaştıran bir yapıya evrilmiş; böylece internetin bugünkü halinin öncüsü olmuştur.⁵⁹

Başlangıçta bu sistem, nükleer bir savaş sırasında birçok bilgisayarın zarar gördüğü bir ortamda iletişimi sürdürebilmek amacıyla tasarlanmıştı. Ancak zamanla bu ağ, bilim insanları ve araştırmacılar arasında kolay iletişim kurulmasını sağlayan bir yapıya dönüşmüştür. Bu ağ sayesinde bilgisayarların ortak kullanımı, mesaj ve bilgi paylaşımı sağlanmıştır. 1973 yılında İngiltere ve Norveç'ten iki üniversitenin ağa dâhil olması, internetin küresel ölçekteki ilk bağlantılarına işaret etmektedir.⁶⁰

⁵⁸ Arzu Yıldırım, "İnternetin Görünen Yüzü", KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 1 (2014), 52.

⁵⁹ Giddens, *Sosyoloji*, 640.

⁶⁰ Yıldırım, "İnternetin Görünen Yüzü", 52. Akt. Cemal Yükselen, "Pazarlama İlkeler-Yönetim Örnek Olaylar", Detay Yayıncılık, Ankara, 2007, sy.203.

Bu süreçte ARPANET projesinde görev almakta olan savunma bakanlığı mühendisi Ray Tomlinson, tarafından geliştirilen elektronik posta sistemi, dijital haberleşmede çığır açan bir yenilik olmuştur. "@" sembolünü kullanıcı adı ile bilgisayar ismi arasına yerleştirerek elektronik adres tanımlaması yapan Tomlinson, 1972 yılında ilk e-postayı göndererek tarihe geçmiştir. Bu programla, ilk kez bir kullanıcı ARPANET'e bağlı bilgisayarlarından bir başka bilgisayara ilk elektronik posta mesajını göndermiştir.⁶¹ Aynı yıllarda küçük yerel bilgisayar ağları geliştirilmiş ve bazı araştırmacıların, hükümet görevlilerinin kullanımına sunulmuştur. Bu süreçte bilgisayarın boyutları küçülmeye ve ucuzlamaya başlamıştır. 1973'te ilk masaüstü bilgisayarlar piyasaya sürülmüş, 1970'lerin sonuna gelindiğinde kişisel bilgisayar satın alan insan sayısı artış göstermiştir.⁶² 1980'li yıllarda internet, hâlâ büyük ölçüde askeri ve akademik çevrelerde kullanılan sınırlı bir ağ iken, 1987 yılına gelindiğinde 28.000 sistem bilgisayarı birbirine bağlayan daha yaygın bir yapı halini almıştır.⁶³

Günümüzde "web" olarak adlandırılan yapı, 1989 yılında İsviçre'nin Cenevre kentinde bulunan Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'nde (CERN) görev yapan Tim Berners-Lee ve Robert Cailliau tarafından geliştirilmiştir. Bu gelişme, bilgisayarlar üzerinden dokümanlar arasında anahtar kelimeler aracılığıyla bağlantılar kurmayı mümkün kılan, günümüzde "link" olarak bilinen yapıların temelini oluşturan "hipermetin" (hypertext) sisteminin hayata geçirilmesiyle somutlaşmıştır. Söz konusu sistem ve buna eşlik eden protokoller sayesinde, farklı bilgisayarların evrensel bir ağ aracılığıyla birbirine bağlanması sağlanmış; bu bağlamda, internet tarihinde bir dönüm noktası teşkil eden ve "World Wide Web" (WWW) olarak anılan yapının temelleri atılmıştır. Bu gelişmeler, yalnızca uzman çevrelerin değil, sıradan bireylerin de erişimine

⁶¹ Bilgici, *Sosyal Medya, Teknoloji ve Toplum*, 5. Akt. Damian Ryan, Dijital Pazarlama, Türkiye İş Bankası, Kültür Yayınları, İstanbul, sy. 11.

⁶² Mustafa Derviş Dereli, *Dijitalleşme ve Din Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri*, Sanal Olmayacak Kadar Gerçek: Dindarlığın Yeni Deneyim Sahası Olarak Sosyal Medya, ed. İhsan Çapcıoğlu - Fatma Çapcıoğlu (İstanbul: Kriter Basım Yayın Dağıtım, 2022), 68-69. Akt. Mary Chayko, Süper Bağlantılı İnternet, Dijital Medya Tekno- Sosyal Hayat, çev. Berkan Bayındır vd. İstanbul: Der Yayınları, sy.22-23.

⁶³ Giddens, *Sosyoloji*, 640.

açık, küresel ölçekte yaygınlaşabilecek bir internet altyapısının oluşumuna zemin hazırlamıştır.⁶⁴

1990 yılına gelindiğinde ise, World Wide Web'in resmi olarak hayata geçirilmesiyle birlikte internet, tüm dünyayı kapsayıcı ve kuşatıcı bir iletişim ağına dönüşmüştür. "Web 1.0" olarak adlandırılan bu ilk evre, Cenevre'deki CERN bünyesinde Tim Berners-Lee tarafından geliştirilmiştir. Web 1.0 döneminde, kullanıcılar yalnızca statik sayfalarda sunulan içerikleri okuyabilmekte; kullanıcı ile web sitesi arasında doğrudan bir etkileşim mümkün olmamaktaydı. Bilginin aktarımı çoğunlukla belgeler aracılığıyla sağlanırken, içerik üretimi ve güncelleme süreci yalnızca site yöneticilerinin sorumluluğunda gerçekleşmekteydi. Dolayısıyla bu dönem, internetin pasif kullanımına dayalı, tek yönlü bir iletişim modelini yansıtmaktadır.⁶⁵ Kendinden önceki teknolojilere göre önemli bir adım olan Web 1.0, dünya çapında internet ve bilgisayarlaşmanın ilk uygulaması olmuş ve 2005 yılına kadar devam etmiştir.⁶⁶

Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen Web 1.0, temelini hipermetin yapısından alan ve kullanıcıların büyük ölçüde yalnızca içerikleri okuyabildiği, pasif bir katılım modeli sunan ilk web evresini temsil etmektedir. Bu dönemde internet, etkileşimin sınırlı olduğu, bilgi akışının tek yönlü gerçekleştiği bir platform olarak yapılandırılmıştır. Ancak zamanla internet teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler ve kullanıcı taleplerindeki değişim, yeni bir paradigma doğurmuştur. Bu doğrultuda, Tim O'Reilly tarafından kavramsallaştırılan Web 2.0, sosyal ağ dinamiklerinin ön plana çıktığı, çok daha etkileşimli bir dönemin habercisi olmuştur.⁶⁷ Web 2.0, yalnızca Web 1.0'ın teknolojik bir güncellemesi olmakla kalmamış; aynı zamanda insan merkezli bir yapıya evrilerek iş birliği, katılım ve topluluk oluşturmaya dayalı bir anlayışı benimsemiştir. Bu yeni yapı, kullanıcıların yalnızca bilgi tüketicisi olmaktan çıkarak, aynı zamanda içerik üreticisi konumuna da geçmelerine olanak tanımıştır. Bu yönüyle, söz konusu yapı sıklıkla "sosyal

⁶⁴ Bilgici, *Sosyal Medya, Teknoloji ve Toplum*, 6. Akt. Francis Balle, Les Medias. Paris: Presses Universitaires de France, Paris 2007, sy. 184.

⁶⁵ Nupur Choudhury, "World Wide Web and Its Journey From Web 1.0 to Web 4.0", *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, Vol. 5 (6), (2014), 8096-8097. Akt. Manuel Castells, *İnternet Galaksisi* sy. 46-47.

⁶⁶ Choudhury, "World Wide Web and Its Journey From Web 1.0 to Web 4.0", 8096.

⁶⁷ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 15.

ağ” biçiminde tanımlanmaktadır.⁶⁸ Nitekim "sosyal ağ" kavramı ilk kez 1954 yılında Barnes tarafından kullanılmış ve bireylerin çevrelerindeki diğer kişilerle kurdukları ilişkiler ağı olarak tanımlanmıştır. Web 2.0 ile birlikte bu kavram dijital düzleme taşınmış; bireyler arasındaki sosyal ilişkiler, internetin sağladığı araçlar sayesinde daha geniş, hızlı ve çok katmanlı bir hâl almıştır.⁶⁹

Sosyal medya, ideolojik ve teknolojik kökenlerini Web 2.0’ın sunduğu paradigmadan alan, kullanıcı merkezli bir iletişim mecrasıdır. Temelinde, bireylerin içerik üretmesine, veri paylaşmasına ve almasına imkân tanıyan internet tabanlı uygulamalar yer almaktadır. Bu bağlamda sosyal medya hem kişiler arası hem de kitlesel iletişimi bir araya getiren ve bireysel ile toplumsal dünyaları dijital bir ağ üzerinden birbirine bağlayan bir iletişim ortamı sunmaktadır.⁷⁰

Sosyal medya, yalnızca teknolojik bir yenilik değil, aynı zamanda zaman ve mekân sınırlamalarını ortadan kaldırarak karşılıklı etkileşimi olanaklı kılan bir sosyo-kültürel platformdur. Bu yönüyle, bireylerin bilgiye hızla erişmesini, anlık haberleşmesini, düşüncelerini paylaşmasını ve yaşantılarına dair deneyimlerini geniş kitlelerle etkileşimli biçimde aktarabilmesini mümkün kılar. İletişim ile eğlencenin iç içe geçtiği bu ortam, bireylere yalnızca içerik tüketicisi olmanın ötesinde, aktif bir katılım alanı sunar.⁷¹ Genel bir çerçevede değerlendirildiğinde, sosyal medya; bireylerin içerik üretimini ve paylaşımını merkezine alan, sosyal etkileşim ve iletişim pratiklerini dönüştüren bir dijital mecra olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda bireylerin gündelik yaşamlarını kolaylaştıran çeşitli hizmetlere hızlı erişimini mümkün kılarak, zaman yönetimi açısından da işlevsel bir değer taşımaktadır.⁷²

İlk sosyal medya platformu olarak kabul edilen SixDegrees.com, 1997 yılında hayata geçirilmiş ve kullanıcılarına profil oluşturma ile mesaj gönderme gibi temel

⁶⁸ Choudhury, “World Wide Web and Its Journey From Web 1.0 to Web 4.0”, 8097.

⁶⁹ Mehmet Aksüt vd., “İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği)”, *Akademik Bilişim’12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (Uşak, 2012), 64.

⁷⁰ Dijk, *Ağ Toplumu*, 203.

⁷¹ İrem Ebru Yıldırım Şen-, *Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya* (Eskişehir Anadolu Üniversitesi: Uygulama ve Araştırma Merkezi (SODİGEM) Yayınları, 2021), 15.

⁷² Yıldırım Şen -, *Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya*, 19.

işlevleri sunarak dijital sosyalleşmenin öncüsü olmuştur. 2001 yılı itibarıyla BlackPlanet, AsianAvenue, MiGente ve Cyworld gibi çeşitli sosyal ağ platformları, özellikle arkadaşlık kurmak ve topluluk oluşturmak isteyen bireylere yönelik farklılaşan hizmet seçenekleriyle dijital dünyada yerini almıştır. 2004 sonrası dönemde ise MySpace ve Facebook gibi, milyonlarca kullanıcıya hitap eden kapsamlı platformlar ortaya çıkmış; sosyal medya tarihinin önemli kırılma noktalarından biri olarak kabul edilen bu gelişme, sanal iletişimin ve çevrimiçi sosyalliğin çehresini köklü biçimde değiştirmiştir.⁷³

Sosyal medyada aktif bir kullanıcı olabilmek için bireylerin öncelikle üyelik oluşturmaları ve kişisel profillerini temel bilgilerle doldurmaları gerekmektedir. Bu profiller, bireyin dijital kimliğini yansıtan; yaş, cinsiyet, yaşanılan şehir, eğitim durumu ve ilgi alanları gibi çeşitli bilgileri içeren sanal kartvizitlerdir. Platformların her yaştan kullanıcıya hitap etmesi, profillerde yer alacak kişisel bilgilerin belirlenmesini bireylerin kendi tercihiyle bırakmıştır; bu durum, kullanıcıların mahremiyet ve görünürlük düzeylerini kişisel kontrol altında tutmalarına olanak tanımaktadır.⁷⁴

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, yalnızca teknik yenilikler değil, aynı zamanda bireylerin gündelik yaşam pratiklerini ve sosyal ilişkilerini de köklü bir biçimde dönüştürmüştür. Sosyal medya, yeni medya düzeni ve internet teknolojisiyle birlikte bireyselliği daha önce görülmemiş düzeyde ön plana çıkarmaktadır. Bu dijital evrim, geleneksel yüz yüze iletişimden sanal, metin tabanlı veya görsel-işitsel iletişime doğru bir geçişin önünü açmıştır. Sosyal paylaşım ağları aracılığıyla kurulan ilişkiler her ne kadar fiziksel etkileşimin sunduğu duygusal sıcaklığı tam anlamıyla yansıtmasa da mekânsal engelleri ortadan kaldırarak zaman ve yer sınırlaması olmaksızın küresel bir iletişim ortamı sunması bakımından çağımızın en önemli iletişim biçimlerinden biri haline gelmiştir.⁷⁵

Sosyal medya, çift yönlü etkileşime ve çevrimiçi iletişime olanak tanıyan yapısıyla, farklı şehirlerde ve çeşitli sosyo-kültürel arka planlara sahip bireylerin karşılıklı

⁷³ Burak Yılmazsoy- Mehmet Kahraman, “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği”, *Öğretim Teknolojileri ve Öğretmen Eğitimi Dergisi* 6/1 (03 Nisan 2017), 10.

⁷⁴ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 23.

⁷⁵ Ali Murat Kırık, “Arap Baharı Bağlamında Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm”, *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum* 1/3 (13 Ağustos 2014), 93.

iletişim kurmasına elverişli bir zemin sunmaktadır. Bu durum, sosyal medyanın bireyler açısından cazibesini artıran başlıca unsurlardan biridir. Coğrafi sınırları aşarak insanların bir araya gelmesini kolaylaştıran bu mecra, sosyal bağların mekândan bağımsız olarak kurulabilmesini mümkün kılmıştır.⁷⁶ Sosyal medya platformları yalnızca bireysel iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda kurumsal iletişim açısından da çok yönlü fırsatlar barındırmaktadır. Günümüzde sosyal medya, kamu kurumlarından siyasi partilere, özel firmalardan sivil toplum kuruluşlarına kadar birçok yapının aktif biçimde kullandığı önemli bir iletişim kanalı hâline gelmiştir. Bu dijital ortamlar, kurumların hedef kitleleriyle doğrudan temas kurmasını, bilgi akışını hızlandırmasını ve kamuoyu oluşturmasını sağlamaktadır.⁷⁷

Sosyal medya ile birlikte, bireylerin dijital ortamlarda temsil edildikleri evrimii kimlik kavramı da gündeme gelmiştir. Dijital kimlik, bireyin sanal dünyadaki varlığını şekillendiren, teknolojik araçlarla bütünleşmiş davranış normları, tutumlar ve etik sorumluluklar bütünüdür.⁷⁸ Dijital ya da evrimii kimlik, kullanıcıların internet ve çeşitli bilgi teknolojileri aracılığıyla varlıklarını sürdükleri sanal zemindeki temsiliyetlerini ifade eder. Bir başka deyişle; bireyin dijital ortamlarda üstlendiği roller, gerçekleştirdiği eylemler ve taşıdığı sorumlulukların tamamını kapsayan kimliğidir.⁷⁹ Bu kavramın gelişiminde, başlangıçta bireylerin anonim kullanıcı adlarıyla yer aldıkları sohbet odaları ve evrimii oyunlar gibi ortamlarda şekillenen dijital varoluş biçimleri etkili olmuştur. Ancak zamanla, sosyal paylaşım platformlarının gelişmesiyle birlikte gerçek isimlerle ve doğrulanabilir kimliklerle sanal ortamlarda bulunma eğilimi artmış, dijital kimlik daha şeffaf ve izlenebilir bir hâl almıştır. Öte yandan dijital kimlik yalnızca bireylere özgü bir varoluş biçimiyle sınırlı değildir. Günümüzde çeşitli sosyal gruplar, kurumlar, organizasyonlar, yapay zekâ sistemleri ve hatta algoritmik işlemciler ya da arama motoru indeksleme robotları dahi kendilerine özgü dijital kimliklere sahip

⁷⁶ Habibe Akçay Bekiroğlu, “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane niversitesi zerine Bir Araştırma”, (01 Ocak 2009), 157.

⁷⁷ Bostancı, *Sosyal Medya Dn, Bugün, Yarın*, 25.

⁷⁸ Ali Murat Kırık- Ali Bykaslan, *Gz(et)lenen Toplumdan Gz(et)lenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları 3* (izgi Kitabevi, 2016), 51.

⁷⁹ Dereli, *Dini Kimliklerin Akışkanlaşması: Siber – Etnografik Bir Araştırma*, 58. Akt. Shirley Williams, *This Is Me: Digital Identity and Reputation on the Internet*, s.106.

olabilmektedir. Böylece dijital dünya, sadece bireysel değil, kolektif kimliklerin de etkin biçimde temsil edildiği bir alan hâline gelmiştir.⁸⁰

Sosyal medya, kullanıcılarına hem bireysel hem de toplumsal düzeyde etkileşim imkânı sunan, günümüzün en yaygın iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. İnternetin evrimiyle birlikte gelişen bu dijital ortam, insanların kimliklerini ifade etme, fikirlerini paylaşma ve başkalarıyla bağlantı kurma biçimlerini dönüştürmüştür. Hem kişisel hem kurumsal kullanım alanlarıyla sosyal medya, artık hayatın vazgeçilmez bir parçası olmuştur.

1.4. SOSYAL MEDYA ARAÇLARI VE DİJİTAL PLATFORMLAR

Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde, iletişim biçimleri köklü bir dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşümün en belirgin yansımalarından biri ise sosyal medya araçları ve dijital platformlardır. Bireylerin yalnızca bilgiye ulaşmakla kalmayıp, aynı zamanda içerik üreticisi hâline geldiği bu mecralar; iletişimi etkileşim temelli, çok yönlü ve katılımcı bir yapıya büründürmüştür. Sosyal ağlar, bloglar, wikiler ve video paylaşım siteleri gibi platformlar, yalnızca bireysel deneyimleri yansıtmakla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda toplumsal hafızanın ve kültürel etkileşimin dijital ortamdaki taşıyıcıları hâline gelmiştir.

Günümüzde bireylerin ve toplulukların karşılıklı etkileşime dayalı iletişim kurmalarına olanak tanıyan sosyal paylaşım ağları; yazı, resim, video, yorum gibi çeşitli içeriklerin çevrimiçi ya da çevrimdışı ortamlarda paylaşılabilirdiği dijital mecralar olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda, bireylerin karşılıklı etkileşimde bulunabildiği sosyal medya, sadece bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek, katılımcılığı esas alan forumlar, bloglar, wikiler, paylaşım siteleri, sosyal ağ platformları ve çevrimiçi sanal dünyaları da kapsayan geniş bir dijital evreni ifade etmektedir.⁸¹

Sosyal medya tarihine bakıldığında, platformlar arasında yaşanan rekabetin yanı sıra, zaman içinde gerçekleşen sahiplik değişimleri de dikkate değerdir. Başlangıçta

⁸⁰ Dereli, *Dini Kimliklerin Akışkanlaşması: Siber – Etnografik Bir Araştırma*, 59.

⁸¹ Babacan, *Sosyal Medya ve Gençlik*, 82. Akt. Nash, K. M. "Social Media in The Workplace: New Technology, old Problems." HR Specialist: Employment Law, 2009, sy.7.

büyük bir potansiyele sahip olduğu düşünülen bazı platformlar, sektörün güçlü aktörleri tarafından satın alınarak bünyelerine dahil edilmiştir. Örneğin, kısa süreli video paylaşımıyla dikkat çeken Vine, büyük bir ilgi uyandırmasına rağmen zamanla kullanıcı ilgisini yitirerek tarihe karışmıştır. Öte yandan, sosyal medya ekosistemindeki etkinliğini her geçen gün artıran Facebook, hem popüler görsel paylaşım uygulaması Instagram'ı hem de küresel çapta kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması WhatsApp'ı bünyesine katarak dijital hakimiyetini pekiştirmiştir.⁸² Bu rekabet yalnızca sosyal ağlar arasında sınırlı kalmamış, arama motorları gibi dijital teknolojilerin öncüleri arasında da sürmüştür. Örneğin, Yahoo! bir dönem Google'ı 3 milyar dolar karşılığında satın almak istemiş; ancak Google, bu teklifi reddetmiştir. Kısa süre içerisinde küresel çapta erişim sağlayan bir dev haline gelen Google, öyle bir etki yaratmıştır ki, Haziran 2006'da Oxford İngilizce Sözlüğü "Google" kelimesini bir fiil olarak tanımlamış ve sözlüğe dahil etmiştir.⁸³ Bu gelişme, dijital teknolojilerin kültürel ve dilsel dönüşüm üzerindeki etkisini gözler önüne seren çarpıcı bir örnek olmuştur.

1.4.1. Bloglar

Bugün sıklıkla kullandığımız sosyal medya kavramının temelleri, yaklaşık yirmi yıl önce Bruce ve Susan Alberson'ın çevrim içi günlük tutan kullanıcıları bir araya getirmek amacıyla geliştirdikleri "Open Diary" (Açık Günlük) adlı platformla atılmıştır. Bu dijital ortamın hayata geçirilmesiyle birlikte, günümüzde yaygın olarak bilinen "blog" kavramı doğmuştur. İngilizce "web log" (ağ günlüğü) ifadesi zamanla kısaltılarak "blog" biçimini almış, bu platformlarda yazı yazan kullanıcılar da "blogger" olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Özellikle "we blog" (biz blogluyoruz) ifadesinin gündelik dile yerleşmesiyle blog kültürü, bireysel dijital yayıncılığın öncüsü hâline gelmiştir.⁸⁴

Türkçeye "web üzerinde tutulan günlük" olarak çevrilebilecek bloglar; bağlantılar, haberler, kişisel yazılar ve çeşitli içeriklerle sürekli olarak güncellenen dijital alanlar olarak tanımlanabilir. Yalnızca metinsel içerikle sınırlı olmayan bloglarda; görseller, bağlantılar, ses dosyaları ve videolar da paylaşılabilir. Bu çok yönlü

⁸² Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 30-31.

⁸³ Johnny Ryan, *İnternetin Geçmişi ve Dijital Gelecek*, çev. Birsen Keleş (Tübitak Yayınları, 2019), 135.

⁸⁴ Tekeli, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği*, 45. Akt. GSB, Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu, s.22-25.

yapı, blogları yalnızca birer dijital günlük değil, aynı zamanda bireyin dijital mevcudiyetini ifade edebildiği, çok katmanlı etkileşim alanları hâline getirmiştir.⁸⁵

Bloglarda içerikler genellikle kronolojik sırayla, yani en yenisi en üstte olacak şekilde düzenlenmektedir. Her gönderinin altında yazarın adı ve paylaşım zamanı yer almakta; ayrıca içerik üreticisinin tercihine bağlı olarak okuyucuların yorum yapmasına da imkân tanınmaktadır.⁸⁶ Blogların temel amacı, bireylere düşüncelerini özgürce dile getirebilecekleri kişisel bir platform sunmaktır. Bu siteyi oluşturan, kullanan blog yazar kişilere de “blogger” adı verilmektedir. Kullanıcılarına hazırlamış oldukları sitelerdeki asıl amaçları ise, kullanıcılarına kişisel düşüncelerini ifade edebildikleri bir ortam, sağlayabilmektir.⁸⁷ Zamanla, Türkiye’nin de dâhil olduğu birçok ülkede bloglar yaygınlık kazanmış; kullanıcı dostu arayüzleri, diyaloga açık yapıları ve içerik üretme özgürlüğü sayesinde dijital iletişimin önemli bir parçası hâline gelmiştir.⁸⁸

1.4.2. Wikiler

Hawaii dilinde “hızlı” anlamına gelen “wiki” sözcüğü, “wiki wiki” ifadesinden türetilmiştir ve Türkçeye “viki” biçiminde geçmiştir. Wiki’ler, kullanıcıların yeni sayfalar oluşturmaya, mevcut sayfaları düzenlemesine ve bu sayfaları birbirine bağlamasına olanak tanıyan çevrim içi yazılımlar olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda, çok sayıda katılımcının birlikte içerik üretmesine imkân veren, kolektif bilgi üretimi temelli dijital ansiklopedi yapılarıdır.⁸⁹ İlk wiki sitesi, yazılımcı Ward Cunningham tarafından “WikiWikiWeb” adıyla kurulmuş ve bu model, kullanıcıların oldukça basit yollarla doküman oluşturmalarına, bu içerikleri düzenlemelerine ve takip etmelerine olanak

⁸⁵ Fatih Karcıoğlu- Esat Kurt, “Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar ve Birkaç Kurumsal Blogun İncelenmesi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 23/3 (2009), 3.

⁸⁶ “Blog”, *Vikipedi*, 01 Mayıs 2024.

⁸⁷ Oktay Çetin, “Sosyal Medya ve Uygulamalarının On-line Halkla İlişkiler” (Erişim 20 Kasım 2024), 16.

⁸⁸ Sevcan Kurtulan, *Popüler Kültür ve Sosyal Medya: Moda Bloggerları Üzerine Bir Saha Çalışması* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2017), 44.

⁸⁹ Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*, 20. Akt. Ayfer Alper, Sosyal Ağlar, Pelikan Yayıncılık, Ankara, 2012 sy.193.

tanımıdır.⁹⁰ Wiki'ler, bir Word belgesi ile internet sayfasının işlevlerini bir araya getiren yapısıyla, bilgiye ulaşımı demokratikleştiren önemli araçlar arasında yer alır. Bilgi üretimini kolaylaştıran wiki sistemlerinin en bilinen örnekleri arasında “Wikipedia” ve “Wikibook” bulunmaktadır.⁹¹ Özellikle Wikipedia, kullanıcı katkısıyla sürekli olarak genişleyen yapısı sayesinde, geleneksel ansiklopedilere kıyasla çok daha fazla sayıda madde ve içeriği barındıran bir bilgi deposuna dönüşmüştür.⁹²

1.4.3. YouTube

“YouTube” kelimesi, “senin televizyonun” anlamına gelmektedir ve video paylaşımına dayalı bir sosyal medya platformu olarak, merkezi Kaliforniya’da yer almaktadır.⁹³ 2005 yılında eski PayPal çalışanları Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim’in girişimiyle kurulan YouTube’un doğuşu, sıradan bir akşam yemeği sohbetinde filizlenmiştir. Steve Chen’in aktardığına göre, dijital kameralarla çekilen videoların internet ortamında paylaşılmasında yaşanan zorluklar üzerine yapılan bir konuşma, bu devrim niteliğindeki fikrin temelini oluşturmuştur. Üçlü, dijital içerik üreticilerinin videolarını hızlı, pratik ve kullanıcı dostu bir platform üzerinden paylaşabilmelerini sağlamak amacıyla yola çıkmıştır. Zaman içinde yalnızca bir sosyal medya aracı değil, aynı zamanda bireysel ifade özgürlüğünün ve dijital yaratıcılığın da simgesi haline gelmiştir.⁹⁴

YouTube’un temel misyonu, her bireyin sesini duyurmasına olanak tanımak ve kullanıcılarına dünyanın çeşitliliğini, zenginliğini sunabilmektir. Bu platform, herkesin kendi hikâyesini anlatma hakkına sahip olduğu ilkesiyle hareket eder.⁹⁵ YouTube, kısa sürede yalnızca bir video paylaşım platformu olmaktan öteye geçmiş, küresel ölçekte bir

⁹⁰ Serdar Özkütük, “Yüksek öğretimde ortaklaşa oluşturulan ders notları için wiki tabanlı iş birliği platformu uygulaması” (Akademik Bilişim’07, IX. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Dumlupınar Üniversitesi, 2007), 34.

⁹¹ Metin Aykurt, *Geleneksel Medyaya Karşı Alternatif Medya Platformu Olarak Youtube: Youtube Haber Kanalları Üzerine Bir İnceleme* (Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 34.

⁹² Dijk, *Ağ Toplumu*, 19.

⁹³ Bahri Demir, *Youtube’da “Çocuklara Allah’ı Nasıl Anlatmalıyız?” Başlıklı Videoların Değerlendirilmesi* (Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2024), 33.

⁹⁴ Kürkçüoğlu, *Kültürün Yeniden Üretiminde Yapay Zekanın ve Algoritmaların Rolü: Youtube Öneri Sistemi Örneği* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Doktora Tezi, 2024), 64-65.

⁹⁵ “YouTube Hakkında- YouTube” (Erişim 13 Aralık 2024).

video barındırma ve yayıncılık mecrası hâline gelmiştir. 2006 yılında Google tarafından satın alınan YouTube, bu stratejik hamleyle birlikte dijital dünyada daha da etkin bir güç hâline gelmiştir. 2015 yılında Google, YouTube'un bir milyarı aşan düzenli kullanıcıya ulaştığını duyurarak platformun küresel etki gücünü resmî olarak ortaya koymuştur.⁹⁶

YouTube'un sunduğu fırsatların ilk çarpıcı örneklerinden biri, dünya çapında pop müziğin yıldızları arasına giren Justin Bieber'dır. Henüz 13 yaşındayken platforma yüklediği amatör müzik performansları hem kullanıcıların hem de algoritmaların dikkatini çekmiş; kısa sürede yapımcıların ilgisini kazanarak onu dönemin en parlak şöhretlerinden biri hâline getirmiştir. Bu olay, YouTube içeriklerinin viral etkisinin nasıl küresel bir dönüşüme yol açabileceğinin en somut göstergelerinden biri olarak tarihe geçmiştir.⁹⁷

YouTube, her yaştan ve her kesimden kullanıcıya video paylaşma imkânı tanıyan kapsayıcı bir dijital sahnedir. Eğitim, güzellik, sağlık, teknoloji, müzik ve daha birçok temada hem bireysel hem de kurumsal içerik üreticileri tarafından hazırlanan içeriklere kolaylıkla erişim sağlanabilmektedir. Hatta televizyon kanalları dahi YouTube'da resmî hesaplar oluşturarak yayınlarını canlı olarak ya da kayıt altına alınmış biçimde paylaşmaya başlamışlardır. Platformun sunduğu bir diğer önemli avantaj ise, belirli bir izlenme ve abone sayısına ulaşan kullanıcıların, videolar aracılığıyla reklam gelirlerinden pay alabilmesidir.⁹⁸ Böylece YouTube, yalnızca bir paylaşım aracı olmanın ötesinde, kullanıcılarına ekonomik kazanç fırsatları sunan dijital bir ekosisteme dönüşmüştür. Bu durum, “vlogger” olarak tanımlanan ve video içerik üreterek paylaşan yeni bir dijital meslek grubunun ortaya çıkışını da beraberinde getirmiştir. Ancak zamanla “vlogger” kavramının yerini, daha geniş kitlelerce benimsenen “YouTuber” terimi almıştır. Reklam gelirleriyle dijital ekonomide önemli bir aktör hâline gelen YouTuber'lar, yalnızca içerik üreticisi olmanın ötesine geçmiş; modern çağın dijital fenomenleri olarak algılanmaya başlanmıştır.⁹⁹

⁹⁶ Tekeli, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği*, 49.

⁹⁷ Kürkçüoğlu, *Kültürün Yeniden Üretiminde Yapay Zekanın ve Algoritmaların Rolü*, 68.

⁹⁸ Elif Büşra Aygün, *Başörtülü Kadın Kimliklerin Instagram'da Görünürlüğü: Kültür Endüstrisi Bağlamında Değerlerin Dönüşümü Üzerine Bir İnceleme* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 26.

⁹⁹ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 38.

1.4.4. Flickr

Flickr, kullanıcılarına fotoğraf ve video paylaşımı imkânı sunan, görsel odaklı bir sosyal medya platformudur. Profesyonel fotoğrafçılar için bir ağ oluşturma ve portfolyo sunma aracı olarak işlev görmektedir, aynı zamanda sunduğu teknik veriler sayesinde amatör kullanıcıların da fotoğrafçılık becerilerini geliştirmelerine katkı sağlamaktadır.¹⁰⁰ Flickr, Pinterest ve Instagram gibi görsel paylaşım odaklı sosyal ağlardan çok daha önce ortaya çıkmış ve bu yönüyle alanının öncülerinden biri olmuştur. Platform, kullanıcılarına yalnızca görsel içerik yükleme ve albüm oluşturma imkânı tanımakla kalmamış, aynı zamanda fotoğrafçılık yeteneklerini sosyal ortamda sergileme fırsatı da sunmuştur.¹⁰¹

Kuruluşunda sadece fotoğraf paylaşımına odaklanan Flickr, zamanla kısa videoların da paylaşılabilirdiği bir yapıya evrilmiştir. Kullanıcılar, platform üzerinden arkadaşlık kurabilir, diğer kullanıcıları takip edebilir ve görseller üzerinden yorumlar yaparak etkileşimde bulunabilirler.¹⁰² Bu yönleriyle Flickr, dijital çağın görsel anlatı biçimlerine zemin hazırlamış, kullanıcı merkezli bir görsel paylaşım kültürünün temel taşlarından biri olmuştur.

Sosyal medya araçları ve dijital platformlar, bireylerin gündelik yaşamlarından küresel etkileşim alanlarına kadar uzanan geniş bir etki sahasına sahiptir. Bloglardan wikilere, YouTube'dan görsel paylaşım platformlarına kadar her biri, bireyin sesini duyurabildiği, bilgiye katkı sunabildiği ve dijital varlığını şekillendirebildiği dinamik yapılar sunmaktadır. Bu dijital evren hem bireysel özgürlüklerin hem de toplumsal değişimlerin yeni bir mecra bulduğu çağdaş bir iletişim zemini olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, dijital medyanın sağladığı olanaklar; sadece teknolojik değil, aynı zamanda sosyokültürel ve hatta epistemolojik bir dönüşümün habercisidir.

¹⁰⁰ Aygün, *Başörtülü Kadın Kimliklerin Instagram'da Görünürlüğü*, 25.

¹⁰¹ Yıldırım Şen -, *Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya*, 38.

¹⁰² "Flickr", *Wikipedia*, 02 Ekim 2024.

1.5. SOSYAL AĞLAR

21. yüzyılın başından itibaren dijital teknolojilerin baş döndürücü gelişimi, bireylerin iletişim biçimlerinden toplumsal ilişkilerine kadar pek çok alanda köklü dönüşümler meydana getirmiştir. Bu dönüşümün en belirgin yansımalarından biri, sosyal medya platformlarının hayatın ayrılmaz bir parçası hâline gelmesidir. Facebook, Twitter/X, Instagram gibi sosyal ağlar; bireylerin kimlik inşasından gündelik yaşam pratiklerine, toplumsal hareketlerden ticari faaliyetlere kadar geniş bir etki alanına sahiptir.

İnternet erişim hızlarındaki artış, dünya genelinde dijital, mobil ve sosyal medya teknolojilerinin kullanımını istikrarlı biçimde artırmıştır. Sosyal medya platformları, yalnızca küresel ölçekte değil, Türkiye özelinde de büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşmış durumdadır. Nitekim Türkiye; Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp ve YouTube gibi yaygın sosyal medya ağlarında kullanıcı sayısı açısından dünya sıralamasında üst basamaklarda yer almakta, bu bağlamda dikkat çekici bir dijital etkileşim düzeyine sahiptir.¹⁰³

Dijitalleşmenin hız kazandığı bu çağda, bireyin toplumsal varlığı çoğu zaman sosyal medyada aktif olup olmaması üzerinden değerlendirilmektedir. Dijital medya kullanımı, yalnızca bireysel ifadenin bir yolu değil, aynı zamanda toplumsallaşmanın temel göstergesi ve en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Bu nedenle, sosyal medya platformlarını aktif biçimde kullanmayan bireyler kimi zaman toplum tarafından “asosyal” olarak damgalanabilmektedir. Dahası, bir süre boyunca paylaşımda bulunmayan kişilere yönelik “Bir sorun mu yaşandı?”, “İnternetsiz bir yerde mi?”, hatta “Hayatını mı kaybetti?” gibi spekülasyonlu düşünceler üretilmektedir.¹⁰⁴ Bu örnekler, dijital mecralarda görünür olmanın, bireyin toplumsal mevcudiyetine dair nasıl bir ölçüt haline geldiğini göstermektedir.

Sosyal ağ hizmetleri —örneğin Facebook ve Twitter— bireylere çevrimiçi sosyal ilişkiler kurma ya da mevcut ilişkilerini sürdürme olanağı sunar. Bu platformlarda

¹⁰³ Nihat Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (15 Aralık 2016), 131.

¹⁰⁴ Mehmet Haberli, “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2(2) (Aralık 2019), 309.

kullanıcılar, genellikle kişisel bilgilerini, biyografilerini ve fotoğraflarını içeren profil sayfaları oluştururlar. Sosyal ağlar, kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurmalarını, arkadaş listeleri oluşturmalarını ve çeşitli şekillerde etkileşimde bulunmalarını sağlayan web tabanlı hizmetler olarak tanımlanabilir. Bu yapılar sayesinde her kullanıcı, ağ üzerindeki diğer bireyleri görebilmekte ve onlarla doğrudan veya dolaylı yollarla iletişim kurabilmektedir.¹⁰⁵

İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, mahremiyetin geleneksel sınırlarını da dönüştürmüştür. Sosyal medya kullanıcıları, bu platformların açık yapısını içselleştirerek, özel yaşamlarına dair pek çok bilgiyi gönüllü olarak paylaşmaktadır. Bu eğilim, mahremiyetin kamusal alana taşınması ve yeniden tanımlanması sürecini beraberinde getirmiştir.¹⁰⁶

1.5.1. Facebook

Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından başlangıçta yalnızca Harvard Üniversitesi öğrencilerine özel bir platform olarak kurulmuştur. Kısa sürede diğer prestijli üniversitelere yayılarak Aralık 2004'te bir milyon kullanıcıya ulaşmıştır. 2005'te "thefacebook.com" alan adındaki "the" kaldırılmış, platform "facebook.com" olarak yeniden markalanmış ve farklı ülkelerdeki eğitim kurumlarına açılarak kullanıcı sayısı 6 milyona çıkmıştır. 2006'da geliştirilen mobil arayüzle cep telefonlarından da erişilebilir hâle gelmiştir.¹⁰⁷

Başlangıçta üniversite öğrencileri arasındaki etkileşimi artırmayı hedefleyen Facebook, kısa sürede küresel bir sosyal medya ağına dönüşmüştür. Kullanıcıların gerçek kimlikleriyle kayıt olması, kişisel bilgilerini paylaşması ve sosyal bağları yeniden kurması platformun özgün yönlerini oluşturur. Gizlilik ayarlarıyla desteklenen bu yapı, sosyal güvenilirliği artırırken; Facebook, aynı zamanda dijital içeriğin hızla yayılmasına

¹⁰⁵ Z. Beril Akıncı Vural- Mikail Bat, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* 5/20 (01 Haziran 2010), 3356.

¹⁰⁶ Savaş Keski- Seçkin Özmen, "Dijital Duvarlar Ardındaki Öteki: Facebook'ta Bir Hristiyan Azınlığın Mahremiyet İnşası", *Endüstri 4.0 ve Dijital Medya*, ed. Filiz Aydoğan (Der Yayınları, 2019), 74.

¹⁰⁷ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 40.

imkân tanıyarak sosyal medyanın öncülerinden biri olmuştur.¹⁰⁸ Bireylerin eski arkadaşlarını bulmalarını ve etkin biçimde iletişim kurmalarını amaçlayan sistem, kullanıcıların notlar, durum güncellemeleri, fotoğraflar, videolar gibi çeşitli içerikleri paylaşabilmesine imkân tanımaktadır.¹⁰⁹

Zamanla çok yönlü bir dijital yaşam alanına dönüşen Facebook, iletişimin yanı sıra eğlence, topluluk inşası ve bilgi paylaşımı aracı hâline gelmiştir. Kullanıcılar oyun oynayabilir, gruplar oluşturabilir, içerik paylaşabilir ve etkileşime geçebilir. Ayrıca Facebook, bireysel ve kurumsal kullanıcılar için etkili bir dijital reklam ve pazarlama platformu olarak öne çıkmaktadır.¹¹⁰

1.5.2. Twitter / X

Twitter, 2006 yılında Evan Williams, Biz Stone, Noah Glass ve Jack Dorsey tarafından kurulmuş; kısa sürede küresel dijital iletişimin etkili platformlarından biri hâline gelmiştir. İlk olarak Odeo adlı podcast şirketi bünyesinde şirket içi iletişimi kolaylaştırmak amacıyla geliştirilen bir yazılımken, 2007’de bağımsız bir girişim olarak yoluna devam etmiş, Güneybatı İnteraktif Festivali’nde kazandığı ödülle dikkat çekmiştir.¹¹¹ Platformun adı, kısa ve hızlı bilgi akışını yansıtan bir yapıya sahiptir. 2009’da Oprah Winfrey’in desteğiyle geniş kitlelere ulaşmış, 2009’daki İran seçim protestoları ve 2010’da Arap Baharı gibi olaylarla dijital aktivizmin simgelerinden biri hâline gelmiştir. Böylece Twitter, kamusal söylemin yeniden şekillendiği dijital bir alan olmuştur.¹¹²

Günümüz medya ekosisteminde sosyal ağlar, yalnızca bilgi paylaşımını kolaylaştırmakla kalmayıp; farklı coğrafyalarda meydana gelen olaylar arasında bir bağ kurarak küresel ölçekte fikir alışverişini teşvik eden koordinasyon merkezleri hâline gelmiştir. Kentsel alanlarda gerçekleşen direnişler, protestolar ya da toplumsal hareketler,

¹⁰⁸ Irak Dağhan - Onur Yazıcıoğlu, *Türkiye ve Sosyal Medya*, ed. Seda Arıcıoğlu (İstanbul: Okyanus Yayınları, 2012), 16.

¹⁰⁹ Yıldırım Şen-, *Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya*, 38.

¹¹⁰ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 41-42.

¹¹¹ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 46. Akt. Fitton L., Gruen, Poston L., *Twitter for Dummies*, John Wiley Sons, 2010, sy.11.

¹¹² Dereli, *Dini Kimliklerin Akışkanlaşması: Siber – Etnografik Bir Araştırma*, 147. Akt. Weller, Katrin & Axel Bruns vd., çev. Emre Erbatur, *Twitter ve Toplum*, İstanbul: Kafka Yayınları sy.14.

sıklıkla bu dijital ağlar aracılığıyla örgütlenmekte; yerel bir isyan küresel bir harekete dönüşebilmektedir. Bu bağlamda Twitter, kamusal söylemin yeniden inşasında merkezi bir rol üstlenmiştir.¹¹³

2022 yılında, Elon Musk tarafından satın alınan Twitter, bu mülkiyet değişimiyle birlikte derin yapısal ve işlevsel dönüşümler geçirmiştir.¹¹⁴ Platform, dijital kamusallığın yeni bir biçimini temsil etme iddiasıyla, bilgi ve fikir alışverişini teşvik eden küresel bir diyalog alanı olmayı hedeflemektedir.¹¹⁵ Bu yeni kimliğiyle X, yalnızca bir sosyal medya aracı değil; aynı zamanda küresel diyalogun, dijital haberciliğin ve düşünsel paylaşımın evrensel sahnesi olma iddiasını sürdürmektedir.

Twitter'ın iletişim biçimini şekillendiren temel özellikler arasında retweet, mention, favorilere ekleme, direkt mesaj (DM) ve hashtag sistemleri bulunur. Bu işlevler, içeriklerin yayılmasını kolaylaştırırken kullanıcılar arasındaki etkileşimi de artırır.¹¹⁶ Özellikle gündemdeki olaylar etrafında şekillenen popüler etiketler, platformun “Gündem Başlıkları” bölümünde yer alarak güncel gelişmelerin anlık takibini ve tartışmalara katılımı mümkün kılar. Bu etkileşim yapısı, Twitter'ı hem bireysel ifadeye açık bir mecra hem de dinamik bir kamusal tartışma alanı hâline getirmektedir.¹¹⁷

Sosyal medya, çağımızda yalnızca bireylerin kendilerini ifade ettikleri bir mecra olmaktan çıkmış; devlet adamlarından resmî kurumlara, dini topluluklardan sivil toplum örgütlerine kadar çok çeşitli aktörlerin geniş kitlelerle doğrudan iletişim kurabildiği çok yönlü bir yapıya dönüşmüştür. Günümüzde, siyasal liderler yeni kararlarını duyurmak için bu platformları kullanırken, kurumlar faaliyetlerini buradan tanıtmakta; haber ajansları anlık gelişmeleri paylaşmakta ve dini cemaatler kendi fikirlerini yaymaktadır. Özellikle son yıllarda Türkiye'de sosyal medyanın toplumsal etkisi gözle görülür biçimde artmıştır. Daha önce fiziksel olarak bir araya gelme ihtimali düşük olan bireyler, hayvan haklarından bedelli askerlik düzenlemelerine, öğretmen atamalarından kadın ve

¹¹³ Manuel Castells, *İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*, çev. Ebru Kılıç (Koç Üniversitesi Yayınları, 2013), 192.

¹¹⁴ “Twitter (şirket)”, *Vikipedi*, 18 Ağustos 2024.

¹¹⁵ “X Hakkında | Şirketimiz ve önceliklerimiz” (Erişim 17 Aralık 2024).

¹¹⁶ Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*, 52-53.

¹¹⁷ Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*, 54.

çocuklara yönelik şiddet olaylarına kadar çeşitli sosyal meseleleri dijital platformlarda gündeme taşıyarak, kamuoyu oluşturma ve karar vericiler üzerinde baskı kurma imkânı bulmuşlardır. Bu durum, sosyal medyanın, bireylerin dijital katılımcılığını kolaylaştıran ve toplumsal değişimi tetikleyen önemli bir araç hâline geldiğini açıkça göstermektedir.¹¹⁸

1.5.3. Instagram

Instagram, 5 Ekim 2010 tarihinde Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından, öncelikli olarak fotoğraf düzenleme ve paylaşımına olanak tanıyan bir mobil uygulama olarak geliştirilmiştir. Kullanıcılarına sunduğu çeşitli dijital filtrelerle görsellerin estetik niteliğini artırma imkânı sağlayan bu uygulama, kısa sürede büyük bir ilgiyle karşılanmış ve hızla büyüyen kullanıcı kitlesi sayesinde dijital dünyanın dikkat çeken aktörlerinden biri olmuştur.¹¹⁹

Görselliği odağına alan yapısıyla Instagram, yalnızca bireysel anların paylaşımına değil; aynı zamanda sanatsal üretimin, kültürel etkileşimin ve toplumsal temsillerin yeni bir dijital zeminde vücut bulmasına olanak tanımıştır. Kullanıcılar, çektikleri fotoğraf ve videoları hem platform üzerinden hem de diğer sosyal medya kanalları aracılığıyla paylaşabilmekte, bu içerikler üzerinden arkadaşlıklar kurmakta, bilgi alışverişinde bulunmakta ve çok katmanlı sosyal etkileşimler gerçekleştirmektedir. Günümüzde kullanıcılar, 24 saat içinde kaybolan hikâyeler (stories) paylaşabilmekte, anlık olarak canlı yayınlar yapabilmekte, çeşitli ürün ve hizmetlerin tanıtımını gerçekleştirerek doğrudan ticari faaliyetlerde bulunabilmektedir. Bu işlevler, bireylerin geniş kitlelere ulaşmasını ve dijital fenomenler hâline gelmesini mümkün kılmıştır.¹²⁰

2013 yılında platforma entegre edilen fotoğraf etiketleme özelliği, kullanıcılar arasındaki etkileşim düzeyini önemli ölçüde artırmıştır. Özellikle 2016 yılında tanıtılan hikâye üzerinden canlı yayın özelliği, Instagram'ın hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılar nezdinde cazibesini artırmıştır. İlerleyen süreçte, birden fazla kullanıcıyla ortak canlı yayın yapabilme, reels adı verilen kısa video içerikleri oluşturma ve daha uzun

¹¹⁸ Dereli, *Dini Kimliklerin Akışkanlaşması: Siber – Etnografik Bir Araştırma*, 148.

¹¹⁹ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 43.

¹²⁰ Dereli, *Dini Kimliklerin Akışkanlaşması: Siber – Etnografik Bir Araştırma*, 147.

sürekli video paylaşımlarına olanak tanıyan işlevlerin eklenmesiyle birlikte, Instagram yalnızca bir görsel paylaşım mecrası olmaktan çıkarak, kapsamlı bir dijital medya ekosistemine dönüşmüştür. Facebook'un gelişmiş reklam altyapısı ile entegre edilen Instagram, günümüzde özellikle markalar ve işletmeler için vazgeçilmez bir tanıtım ve pazarlama aracı hâline gelmiştir.¹²¹

1.5.4. Instagram'da Kullanılan Terimler ve Platformun Küresel Etkisi

Instagram, zaman içerisinde yalnızca bir görsel paylaşım aracı olmanın ötesine geçerek kendine özgü bir dijital dil ve kültür üretmiştir. Bu bağlamda, kullanıcılar arasında sıkça başvurulan bazı terimler, platformun işleyiş biçimini anlamak açısından oldukça önemlidir:

“Gönderiler (post)”, kullanıcıların profillerinde kalıcı olarak yer alan fotoğraf veya videolardır ve Instagram'ın temel paylaşım biçimini oluşturur. “Hikâyeler (story)” ise sadece 24 saat boyunca görülebilen geçici paylaşımlardır; genellikle anlık duygu ve düşünceleri aktarmak için kullanılır. “DM (Direct Message)” özelliği, kullanıcıların birbirleriyle özel olarak mesajlaşmasına olanak tanır ve hem bireysel hem de grup sohbetlerini destekler. “Keşfet” bölümü, kullanıcının ilgi alanlarına göre Instagram'ın önerdiği içeriklerin yer aldığı alandır; yeni hesapları, konuları ve trendleri keşfetmeyi kolaylaştırır. “Takip etme ve takibi bırakma (follow/unfollow)” işlemleri, kullanıcılar arasında dijital bağlantı kurmayı veya bu bağlantıyı sonlandırmayı sağlar. “Hashtag (#etiket)”, belirli konuları vurgulamak için kullanılır; bu sayede benzer içerikler bir araya gelir ve daha fazla kişiye ulaşır. “Reels”, kullanıcıların müzik ve efektlerle zenginleştirilmiş kısa ve yaratıcı videolar oluşturmaya imkân tanır ve özellikle gençler arasında popülerdir. “Beğeniler (like)”, içeriklerin diğer kullanıcılar tarafından ilgi gördüğünü gösterir; hem gönderilerin daha fazla kişiye ulaşmasını sağlar hem de sosyal onay işlevi görür.¹²²

Instagram'ın etkisi yalnızca bireysel kullanımda değil, ekonomik ve sosyokültürel alanlarda da hissedilmektedir. 2022 itibarıyla platformun aylık 2 milyardan

¹²¹ Bostancı, *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*, 45.

¹²² Aygün, *Başörtülü Kadın Kimliklerinin Instagram'da Görünürlüğü: Kültür Endüstrisi Bağlamında Değerlerin Dönüşümü Üzerine Bir İnceleme*, 31-32.

fazla aktif kullanıcısı bulunmakta; günde ortalama 100 milyon fotoğraf yüklenmekte ve saniyede yaklaşık 1000 içerik paylaşılmaktadır. Popüler markaların %98'i Instagram'ı tanıtım aracı olarak kullanırken, kullanıcıların %80'i uygulamada gördükleri ürünlerden en az birini satın alma eğilimindedir. Bu veriler, Instagram'ın yalnızca bir paylaşım alanı değil; aynı zamanda görsel anlatım, dijital etkileşim ve tüketim kültürünü barındıran kapsamlı bir dijital ekosistem olduğunu göstermektedir.¹²³

1.5.5. WhatsApp Messenger

Günümüzde dünya genelinde en yaygın kullanılan anlık mesajlaşma uygulamalarından biri olan WhatsApp Messenger, bireylerin ve grupların metin, fotoğraf, video ve sesli mesajlar aracılığıyla iletişim kurmasına olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, uygulama kullanıcılarına hem sesli hem de görüntülü arama imkânı sunarak, çok yönlü bir dijital iletişim deneyimi sağlamaktadır. Farklı yaş ve kültür gruplarından milyonlarca insan tarafından tercih edilen WhatsApp, çağımızın vazgeçilmez iletişim araçlarından biri hâline gelmiştir.¹²⁴

WhatsApp, 2009 yılında Jan Koum ve Brian Acton tarafından, SMS'e alternatif olarak internet tabanlı, hızlı ve ekonomik bir iletişim aracı olarak geliştirilmiştir. Kurucuların Yahoo'daki deneyimleri, bu süreçte önemli katkı sağlamıştır. Hızla artan kullanıcı sayısı ve etkisi sonucunda, 2014 yılında Meta Platforms (eski adıyla Facebook) tarafından 19 milyar dolarlık bir anlaşmayla satın alınmıştır. Günümüzde, uçtan uca şifreleme sistemiyle donatılan uygulama, dijital gizlilik ve güvenlik alanında önemli bir konum edinmiş; 180'den fazla ülkede milyarlarca kullanıcıya hizmet sunarak küresel iletişimin temel araçlarından biri hâline gelmiştir.¹²⁵ Kısa sürede büyük bir popülerite kazanan bu uygulama, Facebook tarafından satın alınmıştır.¹²⁶ WhatsApp, yalnızca bireylerin değil; aynı zamanda kurumların, toplulukların ve resmi mercilerin de etkin biçimde faydalandığı bir platform hâline gelmiş; dijital çağın gündelik yaşamına yön veren başlıca iletişim araçlarından biri olmuştur.

¹²³ Aygün, *Başörtülü Kadın Kimliklerinin Instagram'da Görünürlüğü: Kültür Endüstrisi Bağlamında Değerlerin Dönüşümü Üzerine Bir İnceleme*, 33.

¹²⁴ Yıldırım Şen-, *Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya*, 43.

¹²⁵ "Hakkımızda | WhatsApp", *WhatsApp.com* (Erişim 19 Aralık 2024).

¹²⁶ Oyman, "Sosyal Medya Dindarlığı", 15 Aralık 2016, 138.

Sonuç olarak, sosyal medya platformları bireyler arası etkileşimin ötesine geçerek, küresel ölçekte sosyal, kültürel ve politik dinamikleri etkileyen dijital ekosistemlere dönüşmüştür. Facebook'un kişisel ilişkileri pekiştirmesi, Twitter/X'in kamusal söylemi şekillendirmesi ve Instagram'ın görsel kültürü üretmesi, bu dönüşümün farklı yönlerini yansıtmaktadır. Bu platformlar hem bireysel ifade biçimlerini hem de kamuoyu oluşturma süreçlerini yeniden tanımlayan güçlü dijital aktörlerdir.

1.6. SOSYAL MEDYA KULLANIMI

İnternetin günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmesi, bireylerin iletişim, bilgiye erişim ve sosyalleşme biçimlerini köklü biçimde dönüştürmüştür. Son yirmi yılda sosyal medyanın yükselişi, yalnızca bireysel etkileşimi değil, toplumsal yapıları da etkilemiş; bu dijital dönüşüm Türkiye'de de gündelik alışkanlıklardan kültürel üretime, ekonomiden politik katılıma dek birçok alanda belirgin etkiler yaratmıştır.

Günümüzde 5,5 milyarı aşkın internet kullanıcısı, dijitalleşmenin boyutunu ortaya koymaktadır. Türkiye'de internetin modern kullanımı 1990'larda sınırlı bir kesimle başlamış, altyapının gelişmesiyle hızla yaygınlaşmıştır. Başlangıçta ICQ ve MSN Messenger gibi platformlarla sürdürülen çevrim içi iletişim, 2000'li yıllarda sosyal medyanın doğuşuyla yeni bir evreye geçmiştir.

Facebook (2004), YouTube (2005) ve Twitter (2006) gibi öncü platformların ortaya çıkışı, dijital dünyanın etkileşim yapısını kökten değiştirmiştir. Bu platformların henüz yirmi yıllık bir geçmişe sahip olmasına rağmen, küresel ölçekte milyonlarca kullanıcıya ulaşarak, dijital iletişimin yeni normlarını belirlediği görülmektedir. Devamında gelen Instagram (2010) ve TikTok (2016) gibi görsel odaklı sosyal medya uygulamaları ile WhatsApp (2009) ve Telegram (2013) gibi gelişmiş mesajlaşma servisleri, çevrim içi etkileşim biçimlerini daha da derinleştirmiş, bireyler arası iletişimi hızlandırmış ve çeşitlendirmiştir. Tüm bu gelişmeler, sosyal medyanın yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda modern yaşamın vazgeçilmez bir bileşeni hâline geldiğini kanıtlamaktadır.¹²⁷ Yapılan araştırmalar, WhatsApp uygulamasının küresel

¹²⁷ Selman Yılmaz, "Sosyal Medyada Din Tartışmaları: Deizm Üzerine Bir İnceleme" (İstanbul: Kriter Basım Yayın Dağıtım, 2022), 306.

çapta 2 milyarı aşkın,¹²⁸ Türkiye özelinde ise 43 milyon 464 bin tekil kullanıcıya ulaştığını ortaya koymaktadır. Bu veriler ışığında WhatsApp, Türkiye’de en geniş kullanıcı kitlesine sahip dijital iletişim platformu olarak öne çıkmaktadır.¹²⁹

Başlangıçta daha çok aile üyeleri ve yakın çevreyle iletişim kurma amacıyla kullanılan sosyal medya, günümüzde son derece farklı ve kapsamlı kullanım alanlarıyla dikkat çekmektedir. Kullanıcılar artık bu mecraları yalnızca iletişim kurmak için değil; boş zamanlarını değerlendirmek, haber ve gündem takibi yapmak, bilgiye ulaşmak, çevrim içi alışveriş gerçekleştirmek, düşüncelerini ifade etmek, yeni arkadaşlıklar edinmek, canlı yayınlara katılmak, iş dünyasına dair gelişmeleri takip etmek ve ortak ilgi alanlarına sahip topluluklarla etkileşimde bulunmak amacıyla da kullanılmaktadır. Ayrıca, spor etkinliklerinin izlenmesi, ünlü kişiliklerin yaşamlarının takip edilmesi ya da kendi özel hayatlarına dair paylaşımlar yapılması, sosyal medyanın bireysel ifade biçimlerini ne ölçüde dönüştürdüğünü göstermektedir.¹³⁰ Bu bağlamda sosyal medya, yalnızca bireyler arası bir etkileşim aracı olmanın ötesine geçmiş; toplumsal, kültürel ve ekonomik bağlamda da etkili ve belirleyici bir mecra hâline gelmiştir.

1.6.1. Dijital 2024: Küresel Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı Üzerine Güncel Veriler

2024 Küresel Dijital Raporu (We Are Social & Meltwater), dijitalleşmenin dünya genelindeki etkisini istatistiklerle gözler önüne sermektedir. Rapora göre, internet kullanıcı sayısı 5,5 milyarı, cep telefonu kullanıcı sayısı ise 5,75 milyarı aşmış; akıllı telefonlar mobil cihazların %85’inden fazlasını oluşturarak dijital yaşamın merkezine yerleşmiştir. Sosyal medya kullanıcı sayısı ise 5,22 milyar olup, bu rakam dünya nüfusunun %63,8’ine tekabül etmektedir. Sadece son bir yılda 256 milyon yeni kullanıcı platformlara katılmıştır.¹³¹

Ortalama bir internet kullanıcısı günün 6 saat 36 dakikasını çevrim içi geçirirken, bu süre bireylerin uyanık kaldıkları zamanın yaklaşık %40’ına denk gelmektedir.

¹²⁸ Hannahcurrey, “Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth”, *We Are Social UK* (26 Ocak 2022).

¹²⁹ “WhatsApp’ın Türkiye’deki kullanıcı sayısı belli oldu” (Erişim 19 Aralık 2024).

¹³⁰ Yılmaz, “Sosyal Medyada Din Tartışmaları: Deizm Üzerine Bir İnceleme”, 307.

¹³¹ “The Global State of Digital in 2024”, *DataReportal – Global Digital Insights* (23 Ekim 2024).

Platform bazında kullanıcı verileri şu şekildedir: WhatsApp (2,30 milyar), Facebook (2,25 milyar), Instagram (2 milyar), Messenger (1,25 milyar) ve Threads (250 milyon). Bu veriler, sosyal medya platformlarının yalnızca iletişim değil, aynı zamanda kültür, siyaset ve ekonomi üzerinde de belirleyici roller üstlendiğini göstermektedir.¹³²

2024 başında yayımlanan DataReportal verilerine göre, Türkiye’de internet kullanıcı sayısı 74,41 milyona (%86,5) ulaşmış ve dijital erişim açısından küresel ortalamanın üzerine çıkmıştır. Aynı dönemde sosyal medya kullanıcı sayısı 57,5 milyon (%66,8) olup, bu durum sosyal medyanın yalnızca bireysel iletişim değil, kamuoyu, ticaret ve kültürel üretimde de etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca aktif mobil bağlantı sayısı 80,69 milyona (%93,8) ulaşmış; mobil cihazlar, özellikle gençlerin dijital dünyayla yoğun etkileşimini desteklemektedir.¹³³

2023’te Türkiye, internet penetrasyonunda %83,4 ile dünya sıralamasında 37. sıradayken, günlük ortalama 7 saat 24 dakikalık kullanım süresiyle 15. sırada yer almıştır. Bu süre, internetin bilgi, iletişim, eğlence ve sosyalleşme gibi çok yönlü amaçlarla kullanıldığını ortaya koymaktadır. Aynı yıl internet kullanıcılarının %64,6’sı haftalık çevrim içi alışveriş yaptığını belirtmiş ve Türkiye bu oranla dünya genelinde 3. sıraya yerleşmiştir. Bu, e-ticaretin dijital dönüşümdeki önemini göstermektedir. Araştırmalar, Instagram’ın aylık ortalama 21 saat 24 dakikalık kullanımla ilk sırada yer aldığını; onu TikTok (20 saat 54 dakika), YouTube, WhatsApp ve Facebook’un izlediğini göstermektedir. Bu, kullanıcıların özellikle görsel ve kısa video içeriklere yöneldiğini ortaya koymaktadır.¹³⁴

TÜİK’in 2023 verilerine göre, 16-74 yaş grubunda internet kullanım oranı %87,1’dir; erkeklerde bu oran %90,9, kadınlarda %83,3’tür. Veriler, toplumsal cinsiyet temelli dijital eşitsizliklerin sürdüğünü, ancak genel dijitalleşme düzeyinin yükseldiğini göstermektedir.¹³⁵

¹³² “The Global State of Digital in 2024” (23 Ekim 2024).

¹³³ “Digital 2024: Turkey”, *DataReportal – Global Digital Insights* (23 Şubat 2024).

¹³⁴ Osman Kara, “We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı!”, *omg! iletişim* (blog), 22 Şubat 2023.

¹³⁵ “TÜİK Kurumsal” (Erişim 22 Aralık 2024).

Sosyal medya ve internet kullanımı, bireysel yaşamdan toplumsal ilişkilere kadar birçok alanı dönüştürmüştür. Türkiye özelinde dijitalleşme, teknolojik bir gelişmenin ötesinde, kültürel ve toplumsal bir dönüşüm süreci olarak değerlendirilmekte; sosyal medya platformları bireylerin kimlik inşasında ve toplumsal katılımında yeni dijital alanlar sunmaktadır.

1.7. DİJİTAL ÇAĞDA DÖNÜŞEN YAŞAM

Dijitalleşme, yalnızca teknolojik değil, toplumsal bir dönüşümün de kapısını araladı. Aşağıdaki başlıklarda bu dönüşümün yaşamın farklı alanlarındaki etkilerini ele alacağız.

1.7.1. Dijital Devrim ve Toplumsal Yeniden Yapılanma

Dijital çağ, bireylerin günlük yaşam alışkanlıklarını köklü şekilde değiştirirken, toplumsal yapıları da yeniden şekillendiriyor.

Günümüzün küreselleşen dünyası, adeta “küresel bir köy” haline gelmiş; mekânsal ve zamansal sınırlar dijital teknolojilerin sunduğu olanaklarla büyük ölçüde aşılmıştır. Bu dönüşümün merkezinde yer alan dijitalleşme, bireylerin ve toplumların yaşam pratiklerini, iletişim biçimlerini ve bilgiye erişim yöntemlerini kökten değiştirmiştir. Özellikle internetin ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, bilgi akışını hızlandırmış; kültürel, ekonomik ve sosyal etkileşimi çok boyutlu hale getirmiştir.¹³⁶

2000’li yılların başında ivme kazanan bu dijital devrim, kısa sürede yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesine geçmiş; eğitim, siyaset, kültür, ekonomi ve sağlık gibi birçok temel toplumsal alanda dönüşümün anahtarı olmuştur.¹³⁷ Artık dijital araçlar, yalnızca bilgiye ulaşmak için değil; üretmek, paylaşmak, katılım göstermek ve yönlendirmek için de kullanılmaktadır. Bu çerçevede, iletişim teknolojilerinin etkisi yalnızca teknik bir kolaylıkla sınırlı kalmamış, aynı zamanda bireylerin düşünme,

¹³⁶ Gülistan Tay, “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme”, Dijitalleşme ve Din Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri, ed. Fatma Çapcıoğlu - İhsan Çapcıoğlu (İstanbul: Kriter Basım Yayın Dağıtım, 2022), 286.

¹³⁷ M. Raşit Akpınar, “İslam Hukukunda Yeni Bir Alan: Sosyal Medya Fıkhi”, TDV-İstanbul Müftülüğü Dergisi 39 (2019), 24.

algılama ve ilişki kurma biçimlerini yeniden şekillendiren sosyal ve epistemolojik bir dönüşümün habercisi olmuştur.¹³⁸

1.7.2. Yeni Medya, Yeni Meslekler

Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte yalnızca yaşam tarzlarımız değil, meslek tanımları da değişmiştir. Bu bölümde, dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni meslekler ve bunların toplumsal etkileri ele alınacaktır.

Dijitalleşmenin önemli sonuçlarından biri, yeni iş alanlarının ortaya çıkmasıdır. Sosyal medya yöneticiliği, içerik üreticiliği, dijital pazarlama uzmanlığı ve sponsorluk gelirine dayalı fenomenlik gibi meslekler, dijital çağın karakteristik örnekleri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, e-ticaret, dijital yayıncılık, yazılım geliştirme, veri analizi, yapay zekâ ve robotik teknolojiler gibi alanlar da geleceğin meslekleri arasında hızla öne çıkmaktadır. Bu gelişmeler, dijitalleşmenin yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil; toplumsal yapıyı da köklü biçimde yeniden şekillendiren bir paradigma değişimi olduğunu göstermektedir. Bireyler artık yalnızca teknoloji kullanıcıları değil, aynı zamanda bu teknolojiyi şekillendiren ve yönlendiren aktif aktörler hâline gelmiştir.¹³⁹

1.7.3. Sosyal Medyanın Toplumsal Gücü

Sosyal medya, artık sadece paylaşım yapılan bir mecra değil; fikirlerin, hareketlerin ve dönüşümlerin öncüsü hâline geldi. Sosyal medya, yalnızca bireyler arası iletişimi kolaylaştıran bir araç olmanın ötesine geçmiş; fikirlerin, düşüncelerin ve duyguların geniş kitlelere ulaştığı, etkili bir toplumsal dönüşüm aracı haline gelmiştir.

Sosyal medya aracılığıyla dile getirilen görüşler, sanal dünyanın sınırlarını aşarak sıklıkla gerçek dünyada karşılık bulmakta; protestolar, toplumsal hareketler ve hatta kimi zaman iç çatışmaların temelini oluşturabilmektedir. Arap Baharı gibi tarihi olaylar, sosyal medyanın bu alandaki dönüştürücü gücüne örnek olarak gösterilebilir. Kurumlar ve firmalar da bu dijital mecra aracılığıyla hedef kitlelerine doğrudan ulaşabilmekte; resmî duyurular, kampanyalar ve organizasyonlar artık büyük ölçüde

¹³⁸ Mehmet Akgül, “Dijitalleşme ve Din”, *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 17/2 (31 Aralık 2017), 193.

¹³⁹ Mehmet Özcan - Bekir Keskin, “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”, *OPUS International Journal of Society Researches* 16/29 (30 Eylül 2020), 2222-2223.

sosyal medya üzerinden yürütülmektedir. Devlet kurumlarının dahi sosyal medya üzerinden bilgilendirme ve tebligat gerçekleştirilmesi, dijitalleşmenin kurumsal yapılar üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymaktadır.¹⁴⁰

1.7.4. Dijitalleşen Gündelik Hayat

Günlük yaşam artık dijital platformlarla iç içe geçmiş durumda. Alışverişten eğitime, sağlıktan toplumsal katılıma kadar birçok faaliyet dijital ortama taşındı. Sosyal medya ve dijital teknolojiler, bireylerin günlük yaşamlarını kolaylaştırmakla kalmayıp, onları aktif birer üretici ve tüketici haline getirmiştir.

Günümüzde bireyler, evlerinden çıkmadan alışveriş yapabilmekte, çevrim içi eğitim platformları sayesinde örgün eğitime alternatif çözümlerle bilgiye ulaşabilmekte, bulundukları yerden kamuoyu oluşturabilmekte ya da dijital sağlık hizmetleri ile tedavi süreçlerini sürdürebilmektedir. Bu olanaklar, dijital teknolojilerin bireysel ve toplumsal yaşamdaki etkisini artırmış; sosyal medyayı adeta küresel bir yaşam alanı haline getirmiştir.¹⁴¹ Öte yandan, dijital medya günümüzde yalnızca bilgi paylaşımı ya da ticaret için değil, aynı zamanda spiritüalizmin yeni adresi olarak da dikkat çekmektedir. Astrologlar, medyumlar ve benzeri figürler medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmakta; günlük, haftalık ya da yıllık öngörülerini milyonlarca kullanıcı tarafından takip edilmektedir. Bu durum, dijital medyanın geleneksel sınırları zorlayan ve şekillendiren bir mecra haline geldiğini göstermektedir.¹⁴²

1.7.5. Tüketim Kültürü ve E-Ticaretin Evrimi

Dijitalleşme, tüketim alışkanlıklarında köklü değişimlere yol açmış ve e-ticaretin kapsamını önemli ölçüde genişletmiştir. Firmalar, fiziksel mağaza ihtiyacı duymaksızın küresel ölçekte müşterilere ulaşma imkânı elde etmiş; sosyal medya ise pazarlama faaliyetlerinin merkezine yerleşmiştir. Özellikle tanınmış isimlerin yer aldığı

¹⁴⁰ M. Raşit Akpınar, “İslam Hukuku Açısından Sosyal Medya”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2017/28 (ts.), 494.

¹⁴¹ Akpınar, “İslam Hukukunda Yeni Bir Alan: Sosyal Medya Fıkhi”, 25.

¹⁴² Abdullah Sevgi, *Yeni Dini Akımların Temel Görüşleri ve İslam* (Madve Yayınları, 2012), 66.

kampanyalar, markaların hedef kitlelerine doğrudan erişimini kolaylaştırmıştır. Bu bağlamda dijital medya, yalnızca bir tüketim mecrası değil, aynı zamanda ekonomik büyüme ve marka değeri açısından stratejik bir araç hâline gelmiştir.¹⁴³

Dijital dönüşüm, bireysel yaşamların yanı sıra ticari faaliyetleri ve kültürel tüketim pratiklerini de derinden etkilemektedir. Ulusal ve uluslararası e-ticaret platformları, her ölçekten üreticiyi tüketiciyle buluşturmakta; yemek, giyim, gıda ve kozmetik gibi pek çok kategoride hizmet sunmaktadır. İkinci el ürün alım-satımı gibi alternatif uygulamalar da dijital ticaretin çeşitliliğini artırmakta; bireylerin üretici konumuna geçmesini kolaylaştırmaktadır. Fiyat karşılaştırma siteleri ise tüketicilere rehberlik ederek hem erişilebilirliği hem de şeffaflığı artırmakta, alışveriş deneyimini daha rasyonel bir zemine taşımaktadır.¹⁴⁴

1.7.6. Dijital Eğlence ve Oyun Kültürü

Dijitalleşme, eğlence sektörünü köklü biçimde dönüştürmüş; yeni medya platformları ve çevrim içi oyun toplulukları, bireysel ve kolektif deneyimleri yeniden şekillendirmiştir.

Özellikle dijital yayın servisleri, dizi ve film izleme alışkanlıklarını değiştirerek, farklı tür ve formatlarda içeriklere hızlı ve kolay erişim imkânı sunmuştur. Bu platformların küresel erişimi ve zengin içerik kütüphaneleri, belirli yapımların kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasına ve toplumsal gündemde yer edinmesine olanak tanımaktadır. Bu dönüşüm, yalnızca bireysel tüketimi değil, aynı zamanda kültürel üretimi ve yaratıcı endüstrilerin işleyişini de etkilemektedir.¹⁴⁵

Buna paralel olarak, sosyal medya ağları yalnızca içerik paylaşımı yapılan mecralar olmaktan çıkmış; etkileşime dayalı dijital toplulukların oluştuğu sosyal alanlara dönüşmüştür. Çevrim içi oyunlar bu alanın önemli bir parçası hâline gelmiş; kullanıcılar oyun deneyimlerini paylaşarak, etkileşime geçerek ve topluluklara katılarak sosyal bağlar geliştirebilmiştir. Örneğin Steam Community, kullanıcıların oyunlarla ilgili içerik üretmesine, gruplar kurmasına ve geliştiricilerle doğrudan iletişim kurmasına imkân

¹⁴³ Özcan- Keskin, “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”, 2223.

¹⁴⁴ Tay, “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme”, 187.

¹⁴⁵ Özcan - Keskin, “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”, 2223.

tanınmaktadır. Böylece oyun, sadece bireysel bir eğlence aracı olmaktan çıkarak kolektif bir kültürel deneyime dönüşmekte; aynı zamanda üretici-yaratıcı süreçler de daha katılımcı ve geri bildirim odaklı bir yapıya evrilmektedir.¹⁴⁶

1.7.7. Finansın Dijital Yüzü

Paranın dijitalleşmesi, finansal alışkanlıklarımızı ve ekonomik katılım biçimlerimizi dönüştürdü. Günümüzde dünya ekonomisinin geçirdiği büyük dönüşümlerin merkezinde, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yarattığı dijital devrim yer almaktadır.

Geleneksel para anlayışı, dijitalleşmeyle birlikte fiziksel temsillerin ötesine geçmiş; altın ya da nakit para gibi somut değerler, yerini elektronik ve sanal para sistemlerine bırakmıştır. Para, günümüzde giderek daha soyut bir biçim olarak, küresel finans ağlarında veri temelli bir unsur hâline gelmiştir. Artık bir para biriminin değeri yalnızca ulusal ekonomilere değil, aynı zamanda uluslararası piyasalardaki dijital işlemlere yön veren aktörlerin kararlarına da bağlıdır. Bu dönüşüm, özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren hız kazanmış; sermaye piyasaları, zaman ve mekân sınırlarını aşarak 24 saat açık, küresel bir yapıya evrilmiştir.¹⁴⁷

Böylece Finansal süreçlerin zamanla ilişkisi dönüşmüş, yatırımcılar anlık veri akışlarına bağlı kararlar alarak sermaye hareketlerini şekillendirebilir hâle gelmiştir. Bu dijitalleşme süreci yalnızca ekonomik yapıları değil, bireylerin para algılarını da dönüştürmüş; kripto para birimleri ve dijital cüzdanların yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler, dijital finans ekosisteminin aktif katılımcıları hâline gelmiştir.

1.7.8. Zihinsel ve Sosyal Sağlık Üzerine Dijital Etkiler

Dijitalleşme bireylere çeşitli kolaylıklar sunmakla birlikte, zihinsel ve sosyal sağlık açısından bazı riskler de barındırmaktadır. Çevrim içi dünyada geçirilen uzun süreler; oyunlar, yüzeysel sosyal medya etkileşimleri ve amaçsız dijital gezintiler aracılığıyla bireylerin gerçeklikten uzaklaşmasına neden olabilmektedir. Bu tür dijital

¹⁴⁶ Ali Efe İralı, “İnteraktif Sanal Model Sistemlerinin Sosyal Medya Platform Bağlantıları”, *Gözetlenen Toplumdan Gözetlenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları 3*, ed. Ali Büyükaslan - Ali Murat Kırık, ts., 418-419.

¹⁴⁷Giddens, *Sosyoloji*, 639-640.

alışkanlıklar, zamanla sosyal ilişkilerin zayıflamasına, kişilik gelişiminin sekteye uğramasına ve yaşam kalitesinin düşmesine yol açmaktadır. Özellikle genç bireyler arasında, dijital dünyaya aşırı bağımlılık sosyal izolasyon riskini artırmaktadır.¹⁴⁸

Sosyal medya, bir yandan dünyanın öbür ucundaki bir tanıdıkla görüntülü görüşme fırsatı sunarken, diğer yandan yakın çevremizdeki insanlarla kurmamız gereken yüz yüze ve derinlikli iletişimi zayıflatmaktadır. Artık birçok birey, aynı ortamda bulunduğu kişilerle bile yüz yüze konuşmak yerine, duygusuz mesajlarla iletişimi tercih eder hâle gelmiştir. Bayramlar, doğum günleri ve özel günlerde bir araya gelmek, yüz yüze sohbet etmek yerine, toplu mesajlarla geçirtilen sanal kutlamalar yaygınlaşmaktadır. Dolayısıyla dijital kolaylıklar, yalnızca teknolojik bir avantaj sunmakla kalmamakta, aynı zamanda toplumsal ilişkilerin niteliğini de dönüştürmektedir.¹⁴⁹

1.7.9. Dijitalleşme ve Din

Dijital teknolojilerin baş döndürücü dönüşümü, dinî yaşamın da radikal biçimde evrilmesine neden olmuştur. Bugün sosyal medya platformlarının, bireylerin inançlarını ifade ettikleri, dini bilgiye ulaştıkları ve manevi deneyimlerini paylaştıkları yeni dijital tapınaklara dönüştüğünü söylemek mümkündür.

Dinî içeriklerin dijital ortamdaki ilk temsili, 1978 yılında Ward Christensen ve Randy Suess tarafından geliştirilen Bulletin Board System (BBS) ile başlamıştır. Bu sistem, kullanıcıların çevrimiçi olarak dini tartışmalar yürüttükleri erken dönem platformlardan biri olmuş, özellikle “ORIGINS” adlı forumdaki “Kendi dinini yarat” başlığıyla provokatif ve yoğun tartışmalara ev sahipliği yapmıştır. Böylece BBS, her türlü inanç sisteminin tartışmaya açılabilirdiği bir sanal kamusal alan hâline gelmiştir.¹⁵⁰

1990’lı yıllarda World Wide Web’in yaygınlaşmasıyla başlayan Web 1.0 dönemi, dinî içeriklerin dijitalleşmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu süreçte, dini gruplar geleneksel mecralarda yer alan içeriklerini çevrimiçi ortama taşımış; kitaplar,

¹⁴⁸ Özcan - Keskin, “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”, 2220.

¹⁴⁹ İhsan Çapcıoğlu, “Dijitalleşme, ‘Yeni İnsan’ ve Etik Sorunlar”, *Dijitalleşme ve Din Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri*, ed. Fatma Çapcıoğlu - İhsan Çapcıoğlu (İstanbul: Kriter Yayınevi, 2022), 8.

¹⁵⁰ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 82.

dergiler, sesli ve görüntülü vaazlar gibi birçok materyal internet üzerinden erişilebilir hale getirilmiştir.¹⁵¹ Böylece internet, sadece mevcut inanç sistemlerinin dijital temsiline değil, aynı zamanda yeni dini akımların ortaya çıkışına ve geniş kitlelere ulaşmasına da imkân sağlamıştır.¹⁵²

Dijital medya, yalnızca dini içeriklerin iletildiği bir araç değil; aynı zamanda bu içeriklerin biçimini, sunuluş tarzını ve alımlanma biçimini de dönüştüren bir ortamdır. Özellikle medyatikleşme süreci, dini kurumların toplumla kurduğu etkileşim yollarını yeniden şekillendirmiştir. Geleneksel dini rehberlik işlevi büyük ölçüde medya tarafından üstlenilmiş; bireylerin dini bilgiye ulaşma biçimleri köklü bir değişim geçirmiştir. Yeni medya olarak adlandırılan mobil iletişim araçları, internet, dijital platformlar ve sosyal ağlar; televizyon, radyo ve gazete gibi geleneksel mecralara kıyasla çok daha hızlı yayılmış ve toplumsal dokuda belirgin dönüşümler yaratmıştır.¹⁵³

İletişim teknolojilerinin siyasal, sosyal ve kültürel boyutlarda yarattığı etkiler, din alanında da kendini göstermektedir. Dini pratikler, anlatılar ve topluluklar dijital ortamlara taşınmış; bireyler bu mecralarda dini kimliklerini ifade edebilmiş ve dini yaşamlarını sanal uzamda sürdürebilmiştir. Bu yeni dijital ortam, dini yorumların üretilebildiği, dijital toplulukların oluşabildiği bir zemin sunmakta; böylece örgütlenme biçimleri ve etkileşim dinamikleri değişen bir “dijital dinsel ağ” kavramını gündeme getirmektedir.¹⁵⁴

Pandemi süreci, dijitalleşmenin dinî alandaki etkilerini daha görünür kılmıştır. İbadethanelerin kapatılması, çevrim içi alternatiflerin gelişmesini beraberinde getirmiş; online hutbeler ile Zoom üzerinden yapılan dini toplantılar, dinin kamusal alandaki görünürlüğünü dijital mecralara taşımıştır. Bu durum, dinin yalnızca özel alana ait bir inanç sistemi değil, dijital çağda da etkili bir kültürel aktör olduğunu ortaya koymaktadır.

¹⁵¹ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 83.

¹⁵² Sevgi, *Yeni Dini Akımların Temel Görüşleri ve İslam*, 51.

¹⁵³ Ömer Menekşe, “Dijital Din ve Diyanet”, *Dijitalleşen Dîn (Medya ve Din 2)* (Erişim 27 Aralık 2024), 152.

¹⁵⁴ Ahmet Eskicumalı, “Dijital Medya ve Din”, *Sakarya Üniversitesi- The Online Journal of Communication and Media*, (2019), 14.

Dijital medya hem dini otoritelerin hem de bireysel inananların inançlarını ifade ettikleri, karşılaştırdıkları ve yeniden inşa ettikleri bir platforma dönüşmüştür. Dijital ortamlarda yayımlanan dini içeriklerin güvenilirliği sıklıkla tartışılrsa da etkileri göz ardı edilemeyecek düzeydedir. Sosyal medyada paylaşılan hadislerin güvenilirliğinin genellikle düşük olduğu tespit edilmesine rağmen, bu içeriklerin bireylerin dini yaşantısına etkide bulunduğu, örtük öğrenme süreçlerine katkı sağladığı görülmüştür.¹⁵⁵ Bu noktada dini medya okuryazarlığı, bireyin medyada karşılaştığı dini içerikleri eleştirel süzgeçten geçirmesi açısından önemli bir bilinçlenme süreci olarak öne çıkmaktadır.¹⁵⁶

Bu dönüşüm, yalnızca bireysel inançlar düzeyinde değil, aynı zamanda toplumsal ölçekte de etkili olmuştur. Artık kutsal metinler yalnızca matbu hâlde okunmamakta, dijital uygulamalar aracılığıyla taşınabilir cihazlardan erişilebilir hale gelmektedir. Dini vaazlar, sohbetler ve ritüeller YouTube, Instagram ve TikTok gibi sosyal medya platformlarında yayılmakta; dijitalleştirilen ibadet biçimleri, bireyin mekânsal sınırlılıklarını aşarak küresel bir cemaate dönüşmesine zemin hazırlamaktadır.¹⁵⁷ Hatta dijitalleşme ile birlikte “çevrimiçi mabetler”in ve sanal dini toplulukların yükselişi, bireylerin mekândan bağımsız olarak ritüellere katılımını mümkün kılmıştır. Bu noktada artırılmış gerçeklik gibi yeni nesil teknolojiler, dinin uygulanış ve deneyimleniş biçimlerini radikal biçimde dönüştürmüştür. Özellikle kutsal mekânlara yapılan hac ziyaretleri ya da dini ayinlere katılım gibi ritüellerin dijital simülasyonları, bireylerin fiziksel sınırları aşarak inançlarıyla özgün yollarla bağ kurmalarını mümkün kılmıştır. Bu bağlamda, Heidi Campbell’in “dijital din” kavramı önemli bir kuramsal açılım sunmaktadır. Campbell’a göre dijital medya, yeni bir dini alanın şekillenmesine olanak tanıyan ağ tabanlı bir kamusal alan olarak işlev görmektedir.¹⁵⁸

¹⁵⁵ Recep Emin Gül, “Sosyal Medyada Paylaşılan Hadislerin Dinî Yaşantıya Etkisi: Balıkesir Üniversitesi Öğrencileri Örneği”, *Journal of Media and Religion Studies* 4/2 (31 Aralık 2021), 311.

¹⁵⁶ Bayram Ali Nazıroğlu, “Din Eğitiminin Gerekliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı”, *Din bilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2 (2015), 192-193.

¹⁵⁷ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 74.

¹⁵⁸ Heidi A. Campbell - Ruth Tsuria, *Dijital Din Dijital Medyada Dinî Pratikleri Anlamak*, çev. Kemal Ataman vd. (İz Yayıncılık, 2023), 10-11.

Dijitalleşme süreciyle birlikte din, kendisine yeni bir temsil ve etkileşim alanı bularak daha dinamik ve esnek bir yapı kazanmıştır. Artık dünyanın herhangi bir köşesinde doğan yeni bir dini hareket, onu benimseyen topluluklar tarafından saniyeler içinde küresel ölçekte yayılabilmekte; böylece din, dijital çağın sunduğu hız ve erişilebilirlik imkânlarıyla yeniden tanımlanmaktadır.¹⁵⁹ Hatta birçok yeni dini akım, küresel ölçekte yeni bir dünya düzeni kurma hedefi doğrultusunda medyayı yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, stratejik bir güç odağı olarak değerlendirmektedir. Bu oluşumlar, kimi zaman devlet yönetimlerini ve siyasi partileri etki altına alma gayesi güderken, diğer yandan medyanın dönüştürücü gücünü kullanarak geniş halk kitlelerine nüfuz etmeye, böylelikle toplum üzerinde ideolojik bir hegemonya tesis etmeye çalışmaktadır.¹⁶⁰

Dijitalleşmenin sunduğu hız, erişilebilirlik ve düşük maliyet gibi avantajlar, geleneksel dini gruplardan modern dini cemaatlere kadar uzanan geniş bir yelpazede ilgi uyandırmıştır. Bugün, mensubu oldukça sınırlı sayıda olan küçük dini topluluklardan Uzakdoğu inanç sistemlerine, yeni oluşan marjinal dini yapılardan klasik tarikat ve cemaatlere kadar çok sayıda inanç formu dijital ortamda temsil edilebilmekte ve kendine görünürlük kazandırabilmektedir.¹⁶¹ Bu çerçevede, dijital alanda faaliyet gösteren dini oluşumların sayısının binlerle ifade edilmesi, bu yapıların çeşitliliğini ve dijital dünyanın sunduğu geniş imkânlarla nasıl yaygınlaştığını açıkça ortaya koymaktadır. Ne var ki bu gruplara yönelen birey sayısının dünya genelinde beş ile on milyon arasında tahmin edilmesi, bu hareketlerin toplumsal etkilerinin nicel sınırlarını da gözler önüne sermektedir. Bununla birlikte, dijital mecralarda artan bu çeşitlilik, küresel dini dinamiklerin dönüşümünü anlamak açısından önemli bir veri kaynağıdır.¹⁶²

Dijitalleşme sürecinin sunduğu bu yeni zemin, dini pratiklerin araçsallaştırılması riskini de beraberinde getirmiştir. Böylelikle, dinin kendine özgü ontolojik sınırları, medyanın zaman, dikkat ve gösteri ekonomisine dayalı kurallarıyla uyumlu bir yapıya

¹⁵⁹ Mehmet Haberli, “Dijital Din Araştırmalarında Konu ve Yaklaşımlar”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 9/2 (30 Haziran 2020), 871.

¹⁶⁰ Sevgi, *Yeni Dini Akımların Temel Görüşleri ve İslam*, 187.

¹⁶¹ Haberli, “Dijital Din Araştırmalarında Konu ve Yaklaşımlar”, 871.

¹⁶² Sevgi, *Yeni Dini Akımların Temel Görüşleri ve İslam*, 15.

evrilmiştir. Bu uyum sürecinde medya, dini içerikleri sunarken çoğu zaman asgari bir saygı çerçevesi içinde kalmaya gayret gösterse de bu saygı, çoğunlukla dini değerlerin kutsiyetinden değil; dini hassasiyetlere sahip geniş izleyici kitlelerini kaybetmeme kaygısından beslenmektedir. Dini içerikler, medya için yalnızca bir hakikatin temsilcisi değil, aynı zamanda izlenme oranlarını artıran stratejik bir araç hâline gelmiştir. Böylece medya hem yeni kitleler kazanmakta hem de mevcut izleyicilerin sadakatini sürdürme fırsatı elde etmektedir. Ancak bu işlevsellik, dinin medya tarafından araçsallaştırılmasını ve dönüşümünü gizleyemez. Medya ile din arasındaki bu karşılıklı etkileşim, yalnızca dinin değil, medyanın da biçimsel ve işlevsel dönüşümüne zemin hazırlamıştır.¹⁶³

Sonuç olarak, dijital çağda din hem bireysel yaşantı düzeyinde hem de küresel dinî yapılar açısından köklü biçimde dönüşmüştür. Medya, çağdaş dini anlayışların şekillenmesinde yalnızca bir araç değil; çoğu zaman bir aktör hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, eleştirel düşüncüyü ve dini medya okuryazarlığını zorunlu kılmaktadır.

1.7.10. Dijital Çağda Dini Kimlik ve Sosyal Medya

Sosyal medya, dini kimliklerin temsil biçimlerini de dönüştürdü. Dini bilginin ve ritüellerin medya aracılığıyla küresel ölçekte dolaşıma girmesi, sadece bireysel değil, toplumsal düzeyde de önemli sonuçlar doğurmuştur. Gerek YouTube'daki vaazlar gerek sosyal medya platformlarında paylaşılan dini içerikler, dünyanın farklı coğrafyalarında yaşayan bireylerin inançlarını daha görünür ve erişilebilir kılmaktadır. Özellikle dijital medya, İslami ilimler başta olmak üzere birçok dini disiplini, geniş kitlelere ulaştırmakta; sanal camiler, çevrim içi mevlitler ve dijital mukabeleler gibi uygulamalar aracılığıyla dinin pratiği yeni biçimlerle yeniden üretilmektedir.

Bu durum, dinin evrensel bir dil kazanmasına olanak sağlarken, aynı zamanda yerel dini anlayışların küresel normlara entegre olmasını da beraberinde getirmiştir. Dini temsilin bu yeni dijital formu hem geleneksel otoriteleri hem de bireysel yorumları aynı düzlemde sunarak dinî otoritenin merkezîyetini zayıflatmakta, çoğulculuğu artırmaktadır.

1.7.11. Dijital Mahremiyet ve Toplumsal Çözülme

¹⁶³ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 74.

Dijitalleşme, bireysel mahremiyeti belirsizleştiren yeni bir toplumsallık biçimi üretmektedir. Sosyal medya; dedikodu kültürünün yayılması, mahrem bilgilerin pazarlanması ve tüketim odaklı davranışların meşrulaşması gibi olumsuz eğilimleri teşvik etmektedir. Yüz yüze ilişkilerde sınırlandırılan bu tür davranışlar, dijital ortamda serbestçe yayılmakta, sansasyonel içerikler sahici olanın önüne geçmektedir.¹⁶⁴ Bu hızlı dönüşüm karşısında, özellikle Müslüman bireyler hazırlıksız yakalanmış; internetin sağladığı imkânlar kadar tehditlerle de yüzleşmişlerdir. İnternetin tebliğ amacıyla kullanımı olumlu görülse de beraberinde ciddi sorunları da getirmiştir.¹⁶⁵

Ülkemizde sosyal medya kullanıcılarının davranışlarını inceleyen araştırmalar, bireylerin dini anlayış, yaşayış biçimi ve zihniyetlerine göre diğerlerini kategorize etme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Bu kategorileştirme süreci, zamanla çeşitli nitelermeler ve etiketlemelerle derinleşmiş; özellikle Alevi-Sünni ayrımı, toplumsal ve dijital gündemin tartışmalı konularından biri hâline gelmiştir. Dini kimliklerin sosyal medya üzerinden yeniden üretildiği bu mecralarda hem içeriden hem de dışarıdan gelen yaklaşımlarla Müslüman bireyler için çeşitli kavramsal çerçeveler oluşturulmuştur.¹⁶⁶ "Yobaz", "gerici", "dinci" gibi nitelermeler genellikle olumsuz çağrışımlarla anılırken; "dindar" kavramı daha nötr veya olumlu bir algıya sahip görünmektedir. Ancak bu noktada da dindar bireylere yönelik olarak inanç-amel uyumsuzluğu, ahlaki tutarsızlık ve gösterişçilik gibi eleştiriler sosyal medya kullanıcıları arasında sıkça dile getirilmektedir. Böylece dijital alan, yalnızca bir ifade özgürlüğü sahası olmaktan öte, dini kimliklerin sorgulandığı, yeniden şekillendiği ve kimi zaman da itibarsızlaştırıldığı bir mücadele alanı hâline gelmektedir.¹⁶⁷

Dijitalleşme, muhafazakâr kadınların kamusal görünürlüğü ve mahremiyet algısını da dönüştürmektedir. Tesettür, artık sadece bir örtünme biçimi değil, aynı zamanda dijital dünyada bir temsil aracı hâline gelmiştir. Sosyal medya, geleneksel mahremiyet sınırlarını esneterek özel alanı kamusalılaştırmaktadır.

¹⁶⁴ Müberra Hacıbekiroğlu, *Sosyal Medya Kullanımına Bağlı Değişen Mahremiyet Algısı ve Dindarlık İlişkisi* (Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 51.

¹⁶⁵ Hacıbekiroğlu, *Sosyal Medya Kullanımına Bağlı Değişen Mahremiyet Algısı ve Dindarlık İlişkisi*, 155.

¹⁶⁶ Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*, 323-324.

¹⁶⁷ Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*, 325.

Günümüz Türkiye'sinde muhafazakâr kadınların dijital dünyadaki varlık biçimleri, büyük ölçüde kamusal alandaki deneyimleriyle paralellik arz etmektedir. Tesettür, bu kadınlar için yalnızca dini bir yükümlülük olmanın ötesinde, kamusal hayatta görünür olabilmenin, sınırları aşabilmenin ve meşruiyet kazanmanın sembolik bir aracına dönüşmüştür. Nitekim fiziksel kamusal alanda tesettürüyle rahatça dolaşabilen, namahremle karşılaşmasında sakınca görülmeyen bir kadının, aynı tesettürle dijital mecralarda görünür olması da toplumsal açıdan kabul edilebilir hâle gelmiştir. Bu dönüşümle birlikte mahremiyet algısı da evrilmiş; bedenler tesettürle örtülürken, evlerin içi sosyal medya üzerinden dış dünyaya açılmıştır. Sonuç olarak dijital platformlar, artık ev içi yaşamın, özel alanların, gündelik alışkanlıkların teşhir edildiği birer sahneye dönüşmüştür.¹⁶⁸ Sosyal medyada kişisel yaşamların alenileştirilmesi, günümüzde adeta bir maharet göstergesi olarak kabul edilmeye başlamıştır. Fatma Barbarosoğlu'nun isabetli tespitiyle, "yediğin içtiğin senin olsun, gezip gördüğünü anlat" yaklaşımının yerini, "yediğim, içtiğim, gezdiğim hepimizin olsun" anlayışı almıştır.¹⁶⁹

Bu zihinsel dönüşüm, bireylerin özel hayatlarını bilinçli biçimde kamusallaştırmalarına zemin hazırlamış; sofralar, giysiler, evlerin dekorasyonu ve hatta kişisel veriler dahi mahremiyet dairesinden çıkarılarak, dijital vitrinlerde alıcısını bekleyen birer tüketime açık meta hâline gelmiştir. En dikkat çekici boyut ise, bu yeni mahremiyet formunun, Allah tarafından çizilen mahremiyet sınırlarının aşınmasına yol açmasıdır. Nilüfer Göle'nin "modern mahrem" kavramıyla ifade ettiği gibi, bu süreç, geleneksel mahremiyet anlayışının seküler estetik, görünürlük ve bireysel ifade ile iç içe geçerek yeni bir forma evrilmesidir.¹⁷⁰

Dijital dönüşüm, yalnızca teknolojik yenilikleri değil, aynı zamanda toplumun iş yapma biçimlerinde köklü değişimleri de beraberinde getirmiştir. Gerekli önlemler alınmadığı takdirde, dijitalleşme süreci toplumda derin işsizlik krizlerine ve yapısal istihdam sorunlarına yol açabilir. Bu dönüşümle birlikte gelir dağılımında meydana gelen dengesizlikler, toplumsal uçurumları daha da belirginleştirmekte ve sosyal adaletin

¹⁶⁸ Harun Geçer, *Muhafazakâr Habitus ve Sanal Mekân: Dindar Kadınların Sosyal Medyada Var Olma Sorunu* (Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020), 78-79.

¹⁶⁹ Hacıbekiroğlu, *Sosyal Medya Kullanımına Bağlı Değişen Mahremiyet Algısı ve Dindarlık İlişkisi*, 55.

¹⁷⁰ Hacıbekiroğlu, *Sosyal Medya Kullanımına Bağlı Değişen Mahremiyet Algısı ve Dindarlık İlişkisi*, 152.

sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Dijital çağın getirdiği bir diğer temel sorun ise, kişisel verilerin korunması ve özel hayatın gizliliğinin teminat altına alınamamasıdır. Akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar aracılığıyla bireylerin dijital yaşamları izlenebilir hâle gelmiş; siber saldırılar, dijital dolandırıcılıklar ve kişisel bilgilerin ifşa edilmesi gibi vakalar giderek artmıştır. Banka hesaplarının ele geçirilmesi, ünlü isimlerin özel görüntülerinin şantaj unsuru olarak kullanılması ve kimlik hırsızlığı gibi olaylar, dijital güvenliğin ne denli kırılgan olduğunu gözler önüne sermektedir. Bununla birlikte, dijital platformlarda ahlaka aykırı ya da şiddet içeren içeriklere erişimin kolaylaşması, özellikle genç bireylerin zihinsel gelişiminde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Dijital içeriklerin denetimsizliği, bireylerin değer dünyasını zedeleyebilecek, toplumsal ahlâkı aşındırabilecek bir boyuta ulaşmıştır.¹⁷¹ Ayrıca, yapay zekâ teknolojileri etik ve vicdani karar alma süreçlerinde ciddi tartışmaları gündeme getirmiştir. Otonom araçlardan yapay zekâ destekli adli sistemlere kadar birçok uygulamada, bu sistemlerin algoritmik doğruluğu ile insani hassasiyetler arasında çatışmalar ortaya çıkmaktadır. Örneğin, trafik kurallarını harfiyen uygulayan bir otonom aracın, yardıma muhtaç bir yayayı fark edememesi ya da yapay zekâ ile çalışan bir hâkimin, suçun psikolojik ve sosyolojik arka planını gözetmeden hüküm vermesi, toplum vicdanında telafisi güç yaralar açabilir.¹⁷²

Sonuç olarak, dijitalleşme, hayatı kolaylaştıran sayısız imkân sunsa da bu imkânların sağlıklı bir şekilde topluma entegre edilebilmesi, kapsamlı bir etik, hukuki ve toplumsal denetim sürecini zorunlu kılmaktadır. Bu çok boyutlu dönüşüm, ancak insani değerlerin önceliklendirildiği bir çerçevede yönetildiğinde sürdürülebilir ve sağlıklı bir geleceğe katkı sunabilir.

1.8. SOSYAL MEDYA VE DİN

Modern çağın dijital teknolojileri, bireylerin gündelik yaşam pratiklerinden toplumsal yapıların derin katmanlarına kadar pek çok düzeyde dönüşüm yaratmakta; bu dönüşüm, din gibi köklü ve süreklilik arz eden bir olguyu da kaçınılmaz biçimde etkilemektedir. Bu bağlamda, dinin dijital medya ile kurduğu ilişki, yalnızca geleneksel tebliğ yöntemlerinin dönüşümünü değil, aynı zamanda inanç dünyalarının yeni

¹⁷¹ Özcan - Keskin, “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”, 2220.

¹⁷² Özcan- Keskin, “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”, 2221.

mecralarda ifade bulma biçimlerini anlamak açısından da önemli bir kavramsal zemin sunmaktadır.

1.8.1. Dinin Geleneksel Medya ile İlişkisi

Tarihsel süreç içerisinde din, toplumsal yapının merkezinde yer almış ve inanan bireyler arasında kurduğu anlam birliğiyle yalnızca metafizik bir sistem değil, aynı zamanda bir iletişim zemini işlevi görmüştür. Bu bağlamda, dinin geleneksel medya araçlarıyla kurduğu ilişki hem inançların yayılmasında hem de dini tecrübenin kamusal alanda temsiliyetinde belirleyici olmuştur.

Din, insan yaşamına anlam kazandıran, varoluşsal sorulara yanıt arayan ve bu sayede hayatı yaşanabilir kılan en temel referans sistemlerinden biri olarak kabul edilmektedir.¹⁷³ Tarih boyunca dinî sistemler, öğretilerini ve kurtuluş doktrinlerini mümkün olan en geniş toplumsal kesimlere ulaştırma amacı taşımış; bu doğrultuda meşru sayılan her türlü iletişim aracını kullanmaya eğilim göstermiştir. Bu çaba, hakikatin yayılması ve inanan bireylerin çoğalması arzusunun bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Söz konusu eğilim tarihsel bağlamda çeşitli biçimlerde tezahür etmiş; toplu ibadetlerden halk kürsülerine, yüz yüze sohbetlerden yazılı metinlere kadar pek çok mecra, dinî iletinin dolaşıma sokulduğu ortamlar haline gelmiştir. Her dönemde, bireylerin bir araya geldiği sosyal alanlar, aynı zamanda dinî bilgilerin paylaşıldığı ve yorumlandığı iletişim zeminleri olmuştur.¹⁷⁴

Günümüzde ise bu gelenek, dijital medyanın yükselişiyle birlikte yeni bir evreye taşınmıştır. Medya artık yalnızca dinî grupların ve kanaat önderlerinin düşüncelerini aktardığı bir platform değil; aynı zamanda resmi din söylemlerinin inşasında, meşrulaştırılmasında ve toplumun kolektif bilinçaltına yerleştirilmesinde stratejik bir rol üstlenmektedir. Medyanın dinî temsil gücü, büyük ölçüde onu yönetenlerin ideolojik yönelimiyle şekillenmekte; bu da dinin dijital kamusal alandaki görünürlüğünü ve anlamını etkilemektedir.¹⁷⁵

¹⁷³ Mehmet Ali Kirman, *Din ve Sekülerleşme* (Adana: Karahan Kitabevi, ts.), 47.

¹⁷⁴ Şinasi Gündüz, “Dinsel Söylemin Medyatikleşmesi ya da Medya Vaizleri”, *Eskiye* 17 (10 Haziran 2010), 46.

¹⁷⁵ Gündüz, “Dinsel Söylemin Medyatikleşmesi ya da Medya Vaizleri”, 47.

Modernleşme sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkan kitle iletişim araçları, kimi zaman dinî pratikleri sekteye uğratsa da aynı zamanda dinî tebliğ açısından da yeni fırsatlar sunmuştur. Özellikle teknolojinin imkân verdiği hız, erişim ve etkileşim kapasitesi, dinî mesajların çok daha geniş kitlelere ulaşmasını mümkün kılmıştır.¹⁷⁶

Bu bağlamda, bir kitle iletişim aracı olarak radyonun dinî içeriklerle buluşması anlamlı bir dönüm noktasıdır. 1921 yılında, Pittsburgh'taki Calvary Piskoposluk Kilisesi rahibi Edwin J. Van Etten'in pazar vaazını ve ayinini radyo aracılığıyla halka duyurmasıyla başlayan bu süreç, dinin medyatikleşmesinin ilk örneklerinden biri olarak kabul edilir. Bu yayının ardından, yaklaşık dört yüz mil uzakta yaşayan bir köylü kadının gönderdiği mektuptaki şu ifadeler dikkat çekicidir: “Yirmi yıldır ilk defa dün gece tam bir kilise ayini duydum.” Bu olay, vaizlerin günler süren yolculuklarla ulaştığı uzak yerlerdeki inananlara, neredeyse eş zamanlı olarak seslenilebileceği yeni bir çağın başlangıcını işaret etmektedir.¹⁷⁷

Amerika Birleşik Devletleri'nde Evanjelistlerin televizyonu etkili bir propaganda aracı olarak kullanmaları, literatürde “televanjelizm” olarak adlandırılan özgün bir olgunun doğmasına yol açmıştır.¹⁷⁸ Evanjelizm, İncil'in ilahi otoritesine ve Hazreti İsa'ya duyulan sarsılmaz güvenle ebedi kurtuluşa erişileceğine inanan; bu inancı yaymayı kutsal bir görev addeden bir Hristiyan mezhebidir. Bu misyon doğrultusunda Evanjelistler, 1940'lı yıllardan itibaren ticari yayın kanallarında daha kaliteli yayın frekanslarını ve izlenme oranı yüksek saat dilimlerini satın alarak, dini radyo yayıncılığını ticari bir endüstri hâline getirmiştir.¹⁷⁹ Televizyonun icadı ve gelişimiyle birlikte, daha önce radyoyu etkin biçimde kullanan kilise çevreleri, bu yeni medyayı “Müjde”yi yaymak adına eşsiz bir mecra olarak görmeye başlamıştır. Kilise ayinleri, vaazlar ve İncil okumaları, televizyon yayınları aracılığıyla geniş kitlelerle buluşturulmuş; böylece dinî anlatım kitlesel boyutta görsel-işitsel bir deneyime dönüşmüştür. 1939'dan itibaren yaygınlık kazanan televizyon yayıncılığı, Birinci Dünya Savaşı öncesi dönemde

¹⁷⁶ Yılmaz, “Sosyal Medyada Din Tartışmaları: Deizm Üzerine Bir İnceleme”, 308.

¹⁷⁷ Spencer Miller, “Radio and Religion”, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 177/1 (ts.), 135.

¹⁷⁸ Yılmaz, “Sosyal Medyada Din Tartışmaları: Deizm Üzerine Bir İnceleme”, 308.

¹⁷⁹ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 78.

gerçekleştirilen deneysel yayın çalışmalarının bir devamı niteliğinde değerlendirilmiştir. İlk dini televizyon yayını ise 1940 yılı Paskalya Bayramı'nda, Katolik ve Protestan ayinlerinin ekranlara taşınmasıyla gerçekleşmiş; bu gelişme Evanjelist din adamlarının televizyonu yoğun biçimde kullanmaya başlamalarına zemin hazırlamıştır. Böylece, “televaiz” ve “televanjelist” gibi kavramlar medya-din ilişkisi bağlamında literatüre dâhil olmuştur.¹⁸⁰

Bu çerçevede, İslam dünyasında dinî televizyon yayıncılığının Batı'daki gelişim süreciyle tam bir paralellik arz etmese de benzer bir yol izlediği ifade edilebilir. 1950'li ve 1960'lı yılların başlarında televizyonun Müslüman ülkelerde yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte, haftalık vaazlar, Kur'ân-ı Kerîm tilavetleri ve hac ibadetinin canlı yayınları gibi içerikler ekranlarda yer almaya başlamıştır. Ancak bu süreç, çeşitli yapısal ve teknik sınırlılıklar nedeniyle Batılı örneklerin gerisinde seyretmiştir. Yayıncılığın devlet tekelinde olması, ülkeler arasında farklılık gösteren yayın sistemleri, İslam coğrafyasında konuşulan çok sayıda farklı dil, profesyonel yayıncı eksikliği ve yetersiz teknolojik yatırımlar, bu gecikmenin başlıca nedenleri arasında sayılabilir.¹⁸¹

1.8.2. Medya ve Din İlişine Eleştirel Yaklaşımlar

Her ne kadar medya, dini söylemin yayılmasında güçlü bir araç olarak değerlendirilmiş olsa da zamanla bu ilişkinin doğası üzerine eleştirel bir sorgulama başlamış; medyanın, dini hem biçimsel hem de içeriksel düzeyde dönüştürdüğü yönündeki görüşler akademik zeminde yankı bulmuştur.

1960'lı yıllara gelindiğinde, din ve medya tartışmalarında belirgin bir odak kayması yaşanmıştır. Bu dönemde, medyanın inanç sistemlerine ve ahlaki değerlere zarar verdiği, dini ise ticarileştirdiği yönündeki eleştiriler öne çıkmıştır. Aynı yıllarda Marshall McLuhan'ın *Understanding Media* adlı eseri ile Peter Berger ve Thomas Luckmann'ın *Gerçekliğin Toplumsal İnşası* adlı çalışması, medyayı birey ile kültürel yapı arasında bir

¹⁸⁰ Mehmet Haberli, “Gutenberg’den Zuckerberg’e Medya ve Din: Panoramik Bir Bakış”, *Journal of Media and Religion Studies* 5/2 (30 Aralık 2022), 393.

¹⁸¹ Haberli, “Gutenberg’den Zuckerberg’e Medya ve Din”, 393-394. Akt. Melton vd., *Prime-Time Religion: An Encyclopedia of Religious Broadcasting*, 1997, s. 16.

aracı olarak konumlandırarak konuya yeni bir teorik çerçeve kazandırmıştır. Bu yaklaşım, medyanın yalnızca pasif bir iletim aracı olmadığını, aynı zamanda dinî anlam dünyalarının yeniden üretiminde etkin bir rol oynayabileceğini ortaya koymuştur. 1980’lerin sonlarına kadar yapılan araştırmalar, din ve medyanın birbirinden bağımsız ve özelleşmiş iki ayrı alanı temsil ettiğini varsaymıştır. Ancak kitle iletişim araçlarının hızla yaygınlaşması ve günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmesiyle birlikte bu iki alanın ilişkisi giderek daha karmaşık, etkileşimli ve iç içe geçmiş bir yapı kazanmıştır. Bu süreçte din ve medya karşılıklı olarak birbirini dönüştürmüş; medya, dini anlamların hem aktarımında hem de yeniden inşasında güçlü bir araç hâline gelmiştir.¹⁸²

1.9. İSLAM DİNİNİ YAYMA KONUSUNDA İNTERNETTE YAPILAN İLK ÇALIŞMALAR

İslam’ın bilgisayar teknolojileri aracılığıyla tanıtılmasına yönelik ilk sistemli girişimler, 1980’li yıllarda ABD’deki ileri teknoloji enstitülerinde öğrenim gören Müslüman öğrenciler tarafından başlatılmıştır. Bu dönemde Kur’an-ı Kerîm ve hadisler başta olmak üzere birçok temel İslami kaynak dijital ortama aktarılmış ve İslam’a dair içerikler küresel ölçekte erişilebilir hâle gelmiştir. 1990’lı yıllarda ise Afrika ve Asya kökenli Müslüman mühendislik öğrencilerinin öncülüğünde, İslam dünyasına ait ilk web siteleri, Batılı örnekleriyle eş zamanlı olarak yayınlanmıştır.

İslam’ın dijital mecralarda daha görünür hâle gelmesi, 11 Eylül 2001’deki terör saldırılarının ardından hız kazanmıştır. El-Kaide’ye atfedilen bu saldırılar, Batı’da İslam’a yönelik ilgi ve tartışmaları artırmış; özellikle ABD ve Avrupa’daki internet kullanıcıları, İslam hakkında daha fazla bilgi edinme amacıyla dijital kaynaklara yönelmiştir. Bu süreç, çevrim içi ortamlarda İslam’ı savunan ve tanıtan faaliyetlerin çoğalmasına zemin hazırlamıştır. Kurulan İslami web siteleri, bloglar ve forumlar genellikle İngilizce içerikli olmuş, bu da İngilizce bilen eğitimli Müslümanların dijital anlatıda ön plana çıkmasını sağlamıştır.¹⁸³ 1983’ten itibaren internetin küresel düzeyde yaygınlaşmasıyla birlikte,

¹⁸² Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 79-80. Akt. Mustafa Derviş Dereli, *Sanala Veda: Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*, Nobel Akademik Yayıncılık, sy. 70-72.

¹⁸³ Mehmet Haberli, “İslam ve İnternet”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. Mete Çamdereli vd. (Erişim 27 Aralık 2024), 47.

farklı dinlere ait web siteleri ve sanal ibadet alanları oluşturulmuştur. Yahudi, Hristiyan, Budist ve Müslüman topluluklar, sanal ortamda dini görünürlüklerini artırmış ve inançlarını küresel ölçekte dolaşıma sokmuştur.¹⁸⁴

Günümüzde internet, İslam dünyasında geniş kitlelerce kullanılmakta ve dini otoritelerce de desteklenmektedir. Örneğin, Kâbe imamlarından Abdurrahman es-Sûdeysî, sahabe döneminde mesajın yayılması için yapılan seyahatlere atıfla, modern çağda da İslam'ın internet ve dijital medya yoluyla yayılması gerektiğini vurgulamıştır. Benzer şekilde Yusuf el-Karadâvî, interneti İslam'ın hizmetinde kullanmanın gerekli ve hatta farz olduğunu belirtmiştir.¹⁸⁵ Tüm bu yaklaşımlar, İslam dünyasında internet ve dijital medyanın, dini bilginin aktarımı ve İslam'ın evrensel mesajının küresel düzeyde duyurulması açısından hayati bir araç olarak benimsendiğini ortaya koymaktadır.

Türkiye'de dinin medyada görünürlük kazandığı süreç, 1980'li yılların sonlarından itibaren belirginleşmiş; bu dönemle birlikte dini içerikler, giderek artan biçimde medya mecralarında kendine yer bulmaya başlamış ve geleneksel dindar kitlelerin din algısı ve yorumlama biçimi üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Hüseyin Hatemi, Konca Kuriş, İsmail Nacar ve Zekeriya Beyaz gibi isimler de bu dönüşüm sürecine katkı sağlamıştır.¹⁸⁶

Bu gelişmelere paralel olarak, Diyanet İşleri Başkanlığı da dijital imkânlardan yararlanmaya başlamıştır. Başkan Prof. Dr. Mehmet Görmez, sosyal medyanın hakikat ve adaletin yayılmasında taşıdığı potansiyele dikkat çekmiştir. Ancak kurumsal düzeyde sosyal medya kullanımında yapısal sınırlılıklar mevcuttur. İl müftülüklerinin yaklaşık üçte biri sosyal medyayı hiç kullanmazken, sosyal medya hesabı olan 54 il müftülüğünün toplam takipçi sayısı yalnızca 240 bin civarındadır. Diyanet merkez hesabının tüm platformlardaki toplam takipçi sayısı ise ancak bir milyonu aşabilmektedir.¹⁸⁷

Öte yandan, bazı dini hareketler ve cemaatler, kendi iç dünyalarında oluşturdukları kutsal anlamları medya ve eğitim gibi araçlar üzerinden kamuya taşımakta

¹⁸⁴ Akgül, "Dijitalleşme ve Din", 202.

¹⁸⁵ Haberli, Mehmet, "İslam ve İnternet", 49.

¹⁸⁶ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 98.

¹⁸⁷ Yunus Emre Sayan, "Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Media and Religion Studies* 4/2 (31 Aralık 2021), 326-331.

ve toplumu kendi değerleri doğrultusunda şekillendirmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda medya, kutsalın kamusal görünürlüğünü artıran stratejik bir platforma dönüşmüştür. Medya, yalnızca dini mesajların aktarımında değil, dini yaşantı biçimlerinin oluşumunda da belirleyici bir rol oynamaktadır. Dijital kültüre entegre olan dini pratikler, yeni aidiyet biçimleri ve toplumsal kimlikleri beraberinde getirmektedir. Ancak, dinin medyada yer bulması, onu kültür endüstrisinin bir parçası hâline getirerek tüketim kültürüyle iç içe geçmesine de neden olabilmektedir.¹⁸⁸

Sonuç olarak, Türkiye’de dinin medya ile kurduğu ilişki hem içerik hem de biçim bakımından dönüşmekte; bu dönüşüm, dijital çağın toplumsal ve kültürel dinamikleri içinde yeniden şekillenen bir din algısının ve pratiğinin habercisi olmaktadır.

1.10. SİBER UZAMDA DİN: DİJİTAL TOPLULUKLAR, RİTÜELLER VE ETKİLEŞİMLER

Tarihsel süreçte din, bireysel ve toplumsal yaşamın merkezinde yer almıştır. Günümüzde ise dijitalleşmenin etkisiyle inanç ve ibadet pratikleri, geleneksel mekânların dışına çıkarak çevrim içi ortamlara taşınmıştır. Dua, zikir, vaaz ve dini sohbetler artık sosyal medya, mobil uygulamalar ve dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilmekte; bu da dini yaşantının ifade ve algılanma biçimlerinde köklü değişimlere yol açmaktadır. Dijital alanlar hem dini bilginin dolaşımını hızlandırmakta hem de inançların bireysel ve toplumsal düzeyde yeniden şekillenmesine zemin hazırlamaktadır.

Kutsal metinlerin sözlü ve yazılı aktarımıyla yürütülen geleneksel misyonerlik faaliyetleri, dijital çağda dönüşüme uğramıştır. Artık bu rolü dijital içerik üreten sosyal medya hesapları, YouTube kanalları ve web siteleri üstlenmektedir. Bu değişim, dinin küresel ölçekte yeniden yapılandığı dijital bir iletişim formuna evrildiğini göstermektedir.¹⁸⁹ Sanal ortamlarda oluşan dijital cemaatler sayesinde farklı coğrafyalardan bireyler, ortak inanç ve fikirler etrafında bir araya gelmektedir. Bu durum, coğrafi sınırlardan bağımsız, küresel ölçekte bir “e-ümme”nin oluşumuna işaret

¹⁸⁸ Fatih Öztaş- Abdurrahman Ünal, “Sosyal Medya Fenomenleri ve Üniversite Gençliği: Dini Tutum, Onaylanma ve Tüketim”, *Journal of Media and Religion Studies* 5/2 (30 Aralık 2022), 447.

¹⁸⁹ Tay, “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme”, 189.

etmektedir. İnanç temelli toplulukların sanal ortamda şekillenmesi, dini kimliğin dijital düzlemde yeniden inşasını beraberinde getirmektedir.¹⁹⁰

Dijital mecralar, dini liderlerin etki alanını genişletmiş; onları yalnızca yerel değil, küresel düzeyde tanınır aktörler hâline getirmiştir. Yusuf el-Karadâvî ve Muhammed el-Arefe gibi isimler, sosyal medya üzerinden milyonlara ulaşarak yalnızca dini değil, sosyal ve siyasi konularda da etkili söylemler geliştirmiştir.¹⁹¹ Benzer şekilde, Türkiye’de Mehmet Okuyan, Caner Taslaman, Muhammet Emin Yıldırım ve Nurettin Yıldız gibi ilahiyatçılar sosyal medyada dikkat çeken isimler arasına girmiştir. Bu isimler, cami vaazlarının sınırlarını aşarak güncel meselelere dair dini yorumlarını geniş kitlelerle paylaşmakta; toplumsal konulara dair geliştirdikleri perspektiflerle dijital vaaz geleneğinin örneklerini sunmaktadır.¹⁹²

İletişim teknolojilerindeki ilerleme, dini yapıların erişim alanını genişletmiş; bu sayede din, yerel sınırların ötesine geçerek evrensel bir boyut kazanmıştır. Sanal ortamlar, bireylere yalnızca kendi inanç sistemlerine ilişkin içeriklere değil, aynı zamanda farklı din ve kültürlerle dair bilgilere de erişim imkânı tanımaktadır. Bu durum, bireysel dini araştırmaların kurumlara bağlı kalmadan yürütülebilmesine olanak sunmaktadır.¹⁹³ Dijital platformlar yalnızca bilgi aktarımı değil, ibadet pratiği açısından da yeni olanaklar sunmaktadır. Emoji ile “âmin” denilerek katılım sağlanan dua zincirleri, çevrim içi hatim organizasyonları, dijital kıraat ve tecvit eğitimleri, hatta sanal hac uygulamaları gibi örnekler, dini yaşantının dijitalleşen yönünü ortaya koymaktadır. Bu yeni dinî alan, sadece inananlara değil, dini konulara ilgi duyan ya da arayış içinde olan bireylere de hitap etmektedir.¹⁹⁴

Geçmişte yalnızca belirli çevrelerce erişilebilen vaazlar ve dini sohbetler, dijital medya sayesinde çok daha geniş kitlelere ulaşabilir hâle gelmiştir. Cami kürsüsünde ya

¹⁹⁰ Tay, “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme”, 189. Akt., Shelina Zahra Janmohammed, M Nesli: Yeni Müslüman Gençlik, sy.106.

¹⁹¹ İhsan Çapcıoğlu, “Yeni Kitle İletişim Araçları ve Medya Vaizliği”, *Din ve Toplum*, (01 Ocak 2021), 75.

¹⁹² Çapcıoğlu, “Yeni Kitle İletişim Araçları ve Medya Vaizliği”, 76.

¹⁹³ Mustafa Arslan, “Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine”, *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi* 6/1 (01 Mayıs 2016), 16.

¹⁹⁴ Tay, “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme”, 189. Akt., Shelina Zahra Janmohammed, M Nesli: Yeni Müslüman Gençlik, sy.107-108.

da medrese duvarlarıyla sınırlı kalan dini bilgiler, günümüzde evde, iş yerinde, toplu taşımada ya da cep telefonlarında bireylerin karşısına çıkabilmektedir. Özellikle YouTube, podcast platformları ve sosyal medya canlı yayınları aracılığıyla tebliğ ve irşat faaliyetleri çok dilli ve çok kültürlü biçimlerde sunulabilmektedir.¹⁹⁵

Dijitalleşme yalnızca dini mesajların dolaşımını artırmakla kalmamış; ibadetlerin uygulanışında da geleneksel yöntemlerin yerini modern teknolojilere bırakmasına zemin hazırlamıştır. Namaz vakitlerinin mobil uygulamalar aracılığıyla takip edilmesi ya da kutsal metinlere çevrim içi ortamda ulaşılması bu dönüşümün önemli göstergelerindendir. Ayrıca internetin sağladığı karşılıklı iletişim imkânı, bireylerin sadece bilgi tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi olarak da dini alana katılım göstermelerine olanak tanımıştır.¹⁹⁶

Bu katılım biçimi, dijital ibadet araçlarının yaygınlaşmasıyla daha da görünür hâle gelmiştir. Örneğin, Katolik inananlar için geliştirilen “Confession: A Roman Catholic App” uygulaması, farklı dillerde günah çıkarma imkânı sunmakta ve kullanıcıların kiliseye fiziksel olarak gitmeden bu dini pratiği yerine getirebilmelerine olanak tanımaktadır. Uygulamanın çok dilli yapısı, evrensel bir dini deneyim alanı oluşturmaktadır. Benzer biçimde Müslüman kullanıcılar için geliştirilen çok sayıda mobil uygulama, ezan vakitlerinden Kur’an-ı Kerim okumaya, tecvit öğretiminden hac ve umre rehberliğine, hatta helal restoran arama gibi pratik bilgilere kadar çeşitli hizmetler sunmaktadır. Hafızlık takibi, namaz eğitimi, hatim programları ve zekât hesaplayıcılar gibi özellikler ise bireylerin inançlarını daha sistematik biçimde yaşamalarına katkı sağlamaktadır.¹⁹⁷

Bu süreç, ibadetlere destek sunan yeni nesil teknolojik ürünlerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Zikirmatik, kıblematik, Kur’an okuyan kalem ve sesli yönlendirmelerle donatılmış namaz seccadeleri gibi araçlar, bireysel ibadetin hem öğretici hem de erişilebilir bir hâle gelmesini sağlamaktadır. Özellikle sesli komutlarla çalışan akıllı seccadeler, bireyin rehber ihtiyacı duymadan namazı öğrenmesini mümkün kılmakta, böylece dinî eğitim bireysel ihtiyaçlara uygun biçimde sürdürülebilmektedir.

¹⁹⁵ Arslan, “Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine”, 16.

¹⁹⁶ Menekşe, “Dijital Din ve Diyanet”, 153.

¹⁹⁷ Haberli, “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”, 310.

Tüm bu gelişmeler, dijitalleşmenin yalnızca bir iletişim yeniliği değil, inancın yaşanış biçiminde köklü bir dönüşüm yarattığını göstermektedir.¹⁹⁸ Tüm bu gelişmeler, dijitalleşmenin yalnızca bir iletişim devrimi olmadığını; aynı zamanda inançların ifade ediliş biçiminde, öğrenilme süreçlerinde ve yaşanış tarzlarında köklü bir dönüşüm yarattığını göstermektedir.

İbadetlerin dijital araçlarla gerçekleştirilmesi, ritüelin yalnızca biçimini değil, anlam dünyasını da dönüştürmüştür. Sanal bir kilisede mum yakmak, çevrim içi mezar ziyareti gerçekleştirmek ya da dijital bir platformda dua etmek gibi örnekler, ibadetin fiziksel mevcudiyetin yerine sanal katılımın geçtiği bir form kazandığını göstermektedir. Ritüellere erişimin “bir tık” uzaklıkta olması, sanal nikâh törenlerinden çevrim içi kurban kesimlerine, bayram mesajlarının emoji ile süslenmesine kadar pek çok yeni uygulamanın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.¹⁹⁹

Günlük yaşamın önemli bir kısmı sosyal medya üzerinden yürütülürken, bu mecraların kendine özgü dili ve etkileşim biçimleri dini ritüelleri de etkilemektedir. Mevlitler, ilahi dinletileri, sünnet ve düğün gibi geleneksel törenler, dijitalleşmenin etkisiyle daha gösterişli, planlı ve paylaşılabılır hâle gelmiştir. Özellikle bebek mevlitleri, süslemeler, hediyelikler ve tematik dekorasyonlarla “baby shower” organizasyonlarına benzer biçimlerde kurgulanmakta; bu durum, dini törenlerin estetik kaygılar ve bireysel sunumla iç içe geçtiği yeni bir temsil formunu ortaya çıkarmaktadır.²⁰⁰

Hristiyanlık dünyasında da dijitalleşmenin etkileri açıkça görülmektedir. Sanal ayinlerin düzenlenmesi, ibadetlerin dijital ortamda gerçekleştirilebilmesini mümkün kılmış; ancak bu kolaylık, geleneksel kilise cemaatlerinde bir çözülmeye ve fiziksel mekânların boşalmasına neden olmuştur. Bu durum, dijitalleşmenin sadece bireysel inanç pratiklerini değil, aynı zamanda dini toplulukların sosyolojik yapısını da yeniden biçimlendirdiğini ortaya koymaktadır.²⁰¹ Sosyal medya platformlarının küreselleşme

¹⁹⁸ Haberli, “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”, 311.

¹⁹⁹ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 104. Akt. Mete Çamdereli Din Ekranda Nasıl Durur? Medyada Dinin Popüler Temsilleri, Ketebe Yayınları, 1.baskı, 2018, sy.46.

²⁰⁰ Didem Gazneli - Nilgün Sofuoğlu Kılıç, “Din Eksenli Tüketimin Yeni Medyadaki Görünümleri: Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Değerlendirme”, *Journal of Media and Religion Studies* 3/2 (28 Aralık 2020), 207.

²⁰¹ Kaplan, *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*, 105.

sürecine hız kazandırması, bireylerin geleneksel dini değerlerini evrensel kültürel normlara göre yeniden yorumlama baskısıyla karşılaşmalarına yol açmaktadır. Bu yeni dijital bağlamda, dini anlatılar küresel izleyiciye hitap eden bir görsellik içinde, sadeleştirilmiş ve hızlı tüketilebilen içerik formatlarında sunulmaktadır. Böylece dini ritüeller ve ifadeler, sosyal medyanın estetik ölçütleri ve etkileşim odaklı yapısıyla yeniden şekillenmiştir. Bu değişim, ibadetlerin bireysel ve toplumsal boyutlarında niteliksel bir dönüşüm yaratmıştır. Bu dönüşüm, akademik tartışmaların da merkezine yerleşmeye başlamıştır. Özellikle teoloji ve din eğitimi alanlarında sosyal medyanın rolü, gelecek yıllarda daha fazla gündeme geleceğe benzemektedir. Bazı akademik çalışmalar, sosyal medyanın bireyleri geleneksel dini pratiklerden uzaklaştırdığını ve dijital ibadetlerin yüzeysel, gösterişe dayalı ve performatif bir niteliğe büründüğünü savunmaktadır. Beğeni arzusunun hâkim olduğu bu ortamda dini otorite algısı da dönüşmekte; kutsal olanın temsili, algoritmalar ve görsel estetik normları doğrultusunda yeniden üretilmektedir.²⁰²

Bu anlamda sosyal medya, yalnızca bir iletişim aracı değil, inançların sergilendiği, yeniden yorumlandığı ve dönüştürüldüğü yeni bir sahneye dönüşmektedir. Bu platformlar, bir yandan dini anlatının daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlarken, öte yandan ibadetin biçimsel yapısını ve anlam dünyasını yeniden inşa etmektedir. Sosyal medya üzerinde paylaşılan dini içerikler, yeni bir “ibadet sosyolojisi”nin oluşumuna katkı sunmakta; inanç, bilgi ve toplumsal etkileşim arasındaki sınırları yeniden çizmektedir. Bu yeni dijital düzlem, olumlu olanaklar kadar birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın sunduğu erişim kolaylıkları sayesinde dini bilgiye ulaşmak artık her zamankinden daha hızlı ve yaygın hâle gelmiştir. Özellikle genç kuşaklar, dijital ortamda etkin olan dini otoriteler ve kanaat önderleri aracılığıyla inançlarını yeniden anlamlandırma imkânı bulabilmekte, bu figürleri birer rol model olarak benimseyerek dini pratiklere yönelmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya; tebliğ, irşat ve dini eğitim süreçlerinin daha esnek, yaygın ve kişiselleştirilebilir bir biçimde sürdürülmesine olanak tanımaktadır.

²⁰² İsmail Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)* (Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Doktora Tezi, 2019), 25.

Ne var ki bu dijital dönüşüm sürecinin tamamen olumlu sonuçlar doğurduğunu söylemek de güçtür. Sosyal medyada dolaşıma giren dini içeriklerin bağlamından koparılmış, yüzeysel ya da yanlış bilgiye dayalı olma ihtimali, özellikle yeterli dini altyapıya sahip olmayan bireyler için ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Dini konuların uzmanlık gerektiren yönleri dikkate alınmaksızın yorumlanması, bireysel düzeyde yanlış anlamalara, toplumsal düzeyde ise bilgi kirliliğine ve hatta dini gerilimlere zemin hazırlayabilmektedir. Bu nedenle, dijital ortamda yürütülen dini iletişimin denetimli, bilinçli ve ehil kişilerce yürütülmesi, hem bireysel inanç dünyasının sağlıklı gelişimi hem de toplumsal barışın korunması açısından büyük önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya günümüz dinî yaşamının vazgeçilmez bir parçası hâline gelmiştir. Bu mecraların sunduğu imkanların etkin ve doğru şekilde kullanılması, dijital çağda dini bilginin daha derinlikli, sahih ve kapsayıcı biçimde aktarılmasını mümkün kılacaktır. Önemli olan, bu yeni dijital gerçekliği anlamakla yetinmeyip, onu sağlıklı bir dini etkileşim zemini hâline getirecek stratejiler geliştirebilmektir.

ikinci BÖLÜM

2. BULGULAR VE YORUMLARI

Dijital çağın getirdiği yaygın internet kullanımı ve teknolojik gelişmeler, toplumun pek çok yönünde olduğu gibi din ve inanç anlayışında da dikkate değer dönüşümlere yol açmıştır. Geleneksel dini pratikler ve inanç yapıları, dijital medya araçları ve internet aracılığıyla farklı bir biçim ve işlev kazanmıştır. İnançların ifade edilme ve yayılma biçimleri, geçmişte benzeri görülmemiş bir değişim sürecine girmiştir.²⁰³

Dijitalleşmenin gündelik yaşamdaki etkisinin hızla artması, üniversite gençliğinin sosyal medya ile kurduğu ilişki, onların dini bilgiye ulaşma ve bu bilgiyi yorumlama biçimlerini de etkilemektedir. Bu bölümde sosyal medyada dini etkileşimde bulunan gençlerin düşüncelerini alandan elde edilen veriler ışığında ele almaya çalışacağız. Bunu yaparken Siirt Üniversitesi öğrencilerinin inanç yönelimleri ve pratikleri, sosyal medyayı kullanım şekilleri, dijital platformlardaki dini etkileşimleri, aile içi dini etkileşimleri gibi birçok konuyu ele almaya gayret edeceğiz. Üniversitedeki dini etkileşimi ele alırken amacımız ne buradaki öğrencilerin dindar olmalarını övmek ne de seküler olmalarını eleştirmektir. Öğrencilerden elde ettiğimiz verilerle, sosyal medyanın toplumsal alandaki etkinliğini, dini etkileşim bağlamında da ele almaya ve değerlendirmeye çalışacağız.

2.1. KUTSAL İLE BİREY ARASINDA: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNDE DİNİ KİMLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ

Modern toplumlarda bireylerin kimlik inşası, sadece sosyal ve kültürel değil, aynı zamanda dini yönelimlerle de şekillenmektedir. Geçiş dönemindeki üniversite gençliği için dini kimlik bu sürecin önemli bir parçasıdır. Bu çalışma, Siirt Üniversitesi öğrencilerinin dini kimlik ve inanç yönelimlerini inceleyerek, sosyal medyada dine nasıl bir anlam yüklediklerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Katılımcıların fakülteleri, sosyo-

²⁰³ Gülreyhan Şutanrıkulu, "Dijital Çağda Medya, Din ve Dindarlık: Derleme", *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 11/2 (30 Aralık 2024), 980.

kültürel geçmişleri ve bireysel deneyimlerine göre din algılarındaki farklılıklar, mülakat verileri üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırmada farklı fakültelerden ve sosyo-kültürel geçmişlerden gelen öğrencilerin dini kimlik algıları ile inanç yönelimleri incelenmiş; dini kimliğin bireysel ve toplumsal dinamiklerle nasıl şekillendiği ortaya konmuştur.

Öğrencilerin dini kimlik ve inanç yönelimlerini anlamak adına katılımcılara “*Dindar veya dini hassasiyete sahip biri olarak kendinizi tanımlar mısınız?*” şeklindeki soruyu sorduk. Bu soruya karşılık bir katılımcı dine olan hassasiyetini şu şekilde dile getirmiştir:

“Hem matematik hem sınıf öğretmenliği çift anadal yapıyorum. Hem de ilahiyat ön lisans bitirdim aslında. yaptığım eylemleri genel olarak değil her zaman dine göre seçerim. Çünkü belli bir düzene göre hareket etmek gerekiyor. İnsanın yaptığı her şey birbiriyle uyumlu. Yaptığı bir şey doğru diğeri yanlışsa olmaz. Ya da bir şeyi bir insana yap diye söylerken bizim yapmamamız olmaz.”(K32, E, E.F).

Diğer bir katılımcı ise,

“Yani kendimi ait hissettiğim bir yer bulamıyorum. Ben dindar veya dini hassasiyete sahip biri değilim, inançsızım. Yani inanmadığımın temeli de küçük yaşlardan geliyor. Yani ben farz edelim ki inanmış olsaydım, şu anki bütün imamlar, hocalar, hacılar, sofiler, kendini şeyh diye tanıtanlar veya alim diye tanıtanların hepsini reddederdim yani dinlemezdim. Tamamıyla sadece Kuran'dan yola çıkarak onu anlayıp öğrenmeye çalışırdım. “Peki Kur'an'ı okuyup anlamayı denediniz mi?” Yani geçmişte denedim çok merak etmiştim. İnanmak için bir sebep arıyordum kendimce. Dört defa okudum mealini de, işte kelime anlamına baktım tek tek. Çünkü Arapça ile Türkçe'ye karşılığı biraz değişik oluyor. Hepsini bir anda Türkçe'ye çevirip okuduğun için anladın diyemezsin. Kelamı, farkı hepsini bilmen lazım. Yani tek tek kelimelerin peşinden koşarak baktım ve bir sebep bulamadım açıkçası. Sonradan baktım ki hissiyatım yok. O yüzden hissiyatım olmadığı için pek fazla şey yapmadım dedim tamam hissiyatım yok. En azından saygı duyuyorum yani.”(K10, E, F.E).

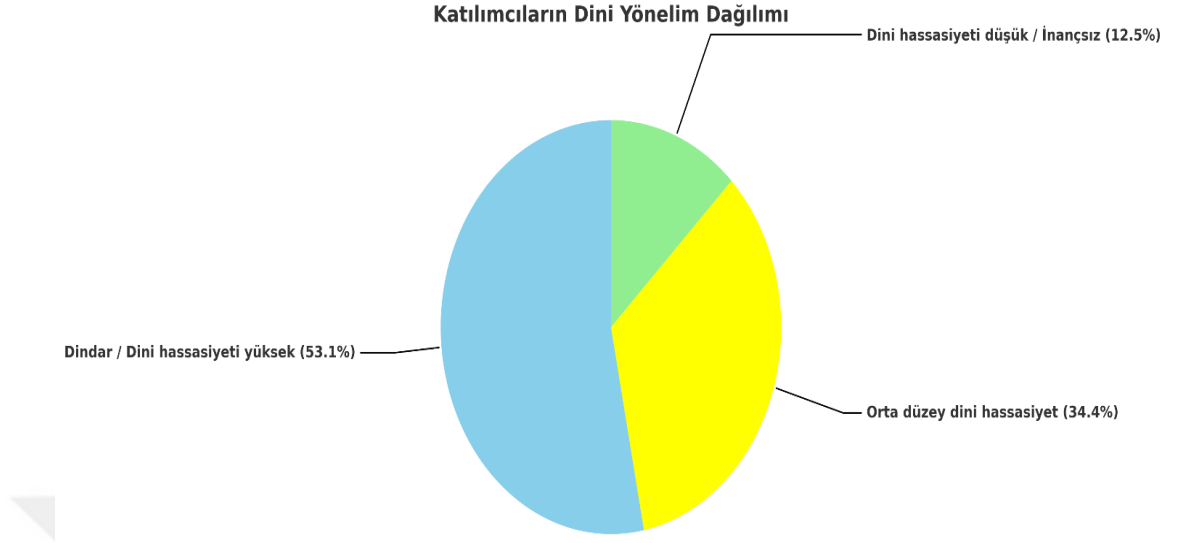
diyerek dini hassasiyete sahip olmadığını dile getirmiştir. Bu iki farklı ifade öğrencilerin dini yönelimlerinin, bireysel farklılıklar gösterdiğini belirten niteliktedir.

Özellikle İlahiyat Fakültesi öğrencileri arasında dini bilgiye yönelik daha derinlikli bir arayış ve uygulamada titizlik gözlemlenmektedir. Bu öğrenciler, dinî yaşamlarını yalnızca geleneksel pratiklerle sınırlı tutmamakta, aynı zamanda tahkiki iman ve dini bilgiye dayalı bir bilinç geliştirme çabası içinde olduklarını ifade etmişlerdir. *“Daha iyi, tahkiki bir imana sahip olmamız gerekiyor özellikle bir ilahiyatçı olarak bunu okuyarak, öğrenerek geliştirebiliriz. Tefsir olsun mealler olsun Kuran’ı okuyarak, hocaları iyi dinleyerek kendimizi geliştirebiliriz. Sadece okulla yetinmeyip okul dışında kitaplar okuyarak, her alanda okuyarak kendimizi geliştirip imanımızı arttırabiliriz.”* (K1, K, İ). İlahiyat Fakültesi’nden bir diğer katılımcı düşüncesini şöyle ifade etmektedir: *“Bir ilahiyatçıda olması gereken dini hassasiyet hem ibadet noktasında hem de başörtüsü konusunda bende de var. İnsanın yalan söylememesi ve edepli olması gerekir. Utanç duygusu Allah’tan da utanmayı getirir.”* (K1, K, İ). Benzer şekilde, Fen Edebiyat Fakültesi öğrencisi de, dış görünüşüne yönelik hassasiyetini belirtmektedir. *“Başörtüme ve giyim kuşamıma dikkat etmeye çalışıyorum. Dışarıda makyaj yapmayıp, parfüm kullanmamaya özen gösteriyorum.”* (K3, K, F.E). Katılımcı ifadeleri incelendiğinde, dini hassasiyetin yalnızca ibadet pratiklerine indirgenmediği, aynı zamanda ahlaki değerler, sosyal davranışlar ve bireysel kimlik inşasında da önemli bir rol oynadığı görülmektedir.

Öte yandan, orta düzeyde dini bağlılık gösteren katılımcılardan biri, dini sorumluluk bilincine vurgu yapmaktadır: *“Dindar diyemeyiz ama Allah’ın yükümlülüklerini yerine getirmeye çalışıyoruz. Orucumuzu tutuyoruz, namazımızı kılmaya çalışıyoruz Allah kabul eder inşallah.”* (K11, E, F.E).

Görüşme gerçekleştirdiğimiz bütün katılımcıların dini yönelim dağılımını şu şekilde ifade edebiliriz.

Şekil 2.1. Katılımcıların Dini Yönelim Dağılımı Grafiği



Grafik incelendiğinde, dini yönelimler açısından katılımcılar arasında belirgin bir çeşitlilik olduğu dikkat çekmektedir. Katılımcıların %53,1'i (17 kişi) kendilerini dindar ya da dini hassasiyeti yüksek bireyler olarak tanımlamıştır. Bu grup, dini ibadetlere (namaz, oruç, dua gibi) düzenli şekilde bağlılık göstermenin yanı sıra, günlük yaşantılarında da dini değer ve ahlaki normlara riayet etmeye çalıştıklarını ifade etmiştir. Bu bulgu, Siirt Üniversitesi gençliği arasında dinin hâlâ önemli bir kimlik unsuru ve yaşam pratiği olduğunu göstermektedir.

Öte yandan, katılımcıların %34,4'ü (11 kişi) orta düzeyde dini hassasiyete sahip olduklarını belirtmiştir. Bu grupta bireyler, dine olan bağlılıklarını sürdürmekle birlikte, uygulamada zaman zaman aksaklıklar yaşadıklarını veya dini pratiklere her zaman tam anlamıyla bağlı kalamadıklarını dile getirmiştir. Bu durum, üniversite gençliğinde bireysel tercihlerin ve modern yaşam tarzlarının dini yaşantıyı etkileyen faktörler arasında yer aldığını düşündürmektedir.

Son olarak, katılımcıların %12,5'i (4 kişi) dini hassasiyeti düşük bireylerdir veya kendilerini inançsız olarak tanımlamışlardır. Bu bireyler ya dinle mesafeli bir ilişki kurmakta ya da dini inançlarını sorgulama süreci sonucunda geleneksel dini pratiklere bağlılık göstermemektedirler. Dini metinleri bireysel çabalarla anlamaya çalışan ancak

aradığı inancı bulamadığını ifade eden katılımcıların varlığı, üniversite gençliğinde sekülerleşme eğilimlerinin de belirli ölçüde etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu sorulara verilen cevapları incelediğimizde, öğrencilerin dini yönelimlerinin, bireysel farklılıklar gösterdiği gözlemlenmiştir. Grafik ve mülakat verileri birlikte değerlendirildiğinde, Siirt Üniversitesi öğrencileri arasında dini kimliğin güçlü bir sosyal unsur olmayı sürdürdüğü, ancak bireysel deneyimlerin ve modernleşmenin bu kimlik üzerinde farklı yoğunluklarda etkiler oluşturduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, dini kimliğin yalnızca ibadet pratikleriyle sınırlı olmadığı, bireysel değerler, sosyal davranışlar ve aidiyet duyguları açısından da belirleyici bir rol oynadığı anlaşılmaktadır.

Öğrencilerin dinî yaşantıya olan yaklaşımlarının; güçlü bağlılık, orta düzeyde hassasiyet ve mesafeli duruş gibi farklı kategoriler altında şekillendiği görülmüştür. Özellikle "orta düzey hassasiyet" ifadesinin katılımcıların çoğunda tercih edilmesi, gençlerin dine karşı tamamen kopmadıklarını, fakat daha esnek ve bireyselleşmiş bir dini anlayış geliştirdiklerini düşündürmektedir. Bu süreçte din ve dindarlığın tamamen yok olmadığını, fakat ferdîleşme ve içselleşme suretiyle âdeta biçim değiştirerek varlığını devam ettirdiğini belirten görüşler de bulunmaktadır.²⁰⁴ Çalışmamızda katılımcıların da büyük çoğunluğunun dini hassasiyet taşıdığı, ancak bu hassasiyetin yoğunluğunun bireyler arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

2.2. DİNİ MİRAS VE İNANCIN DÖNÜŞÜMÜ

Bireyin dini kimliğinin oluşumunda aile ortamı ve çocuklukta edinilen dini yönlendirmeler belirleyici rol oynar. Ancak günümüzde dini bilgi, aile dışında eğitim, dijital medya ve bireysel araştırmalarla da edinilmektedir. Bu çalışma, Siirt Üniversitesi öğrencilerinde aile etkisini ve dini bilgi kaynaklarını incelemektedir.

Katılımcıların dini bilgi kaynaklarının, onların sosyal medyada dini etkileşimde bulunma düzeyini etkileyebileceği varsayımından hareketle, kendilerine şu sorular

²⁰⁴ Asım Yapıcı, "Modernleşme-Sekülerleşme Sürecinde Türk Gençliğinde Dinî Hayat: Meta-Analitik Bir Değerlendirme", *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)* 12/2 (01 Haziran 2012), 18.

yöneltirilmiştir: “Ailenizin dini eğilimleri nasıldır? ve Bugüne kadar elde ettiğiniz dini bilgilerinizi nereden edindiniz?” Bu sorulara verilen bazı yanıtlar şöyledir:

“Ailemin dini eğilimleri kuvvetli özellikle İslam yönünde. Anne ve baba tarafında çok sayıda din görevlisi var. Hem eski din görevlileri hem de mevcut olarak halen daha din görevlisi olan insanlar çok fazla. Ailemden, hem babam eski imam olduğu için ondan çok fazla bilgi edindim. Aynı şekilde baba tarafında neredeyse bütün ailem din görevlisi, din kültürü öğretmeni ve imam olmakla beraber küçük yaştan itibaren Kur'an-ı Kerim'i okumaya yönlendirildiğim için edindiğim dini bilgilerin çoğu kutsal kitaplar ve ailem aracılığıyla geldi.” (K8, E, E.F).

Yine bir diğer katılımcı da benzer bir açıklama yapmıştır:

“Ailem küçüklükten beri beni hep dine teşvik etmiştir. Özellikle babam 7 yaşından beri beni camiye götürmüştür. Her yatsı namazına, cuma namazına olsun götürmüştür. Ondan dolayı aileden gelir derler ya dini teşvik, benim dini teşvikim de aileden gerçekten güzel geldi. Öncelikle ailemden, ondan sonra gittiğimiz camilerde hocalardan bilgi edindim. Değerli bir hocalarımız vardı, 20-30 yıllık. O hocalarımızdan gördük. Annemden de dedemden de öğrendiğim oldu. Genel olarak aileden diyebiliriz.” (K11, E, F.E).

Özellikle İlahiyat Fakültesi öğrencileri olan K1, K2 ve K9 da ailelerinin dindar yapısının ve din eğitimi almış bireylerin varlığının kendi dini gelişimlerine doğrudan katkı sağladığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların bir kısmı, dini bilgilerini ailelerinin yanı sıra okul ortamından (imam hatip liseleri, din kültürü dersleri) ve kendi bireysel araştırmalarından (kitaplar, internet, sosyal medya) edindiklerini ifade etmiştir. *“Bizim ailemizde tek annem ibadetlerini yerine getiriyor. Onun dışında kardeşlerimin dini pek bir şeyi yok. Okullarda işlediğimiz din derslerinden, onun dışında çevremizdeki arkadaşlarımızdan, muhafazakar arkadaşlarımızdan öğrendik.” (K17, E, E.F).*

Buna karşılık bazı katılımcılar, ailelerinin dini yönlendirmesinin sınırlı veya yüzeysel olduğunu belirtmiştir. Örneğin bir katılımcı ailesinin dini bilgilerinin kulaktan dolma olduğunu şu şekilde ifade etmiştir: *“Ailemin bütünü inançlı ve ibadet ediyor ama birkaç kişiden hariç birçoğu hepsi kulaktan dolma. Annesinden babasından öğrenmiş ya*

da bir imamdan ya da bir köy yerinde beyaz sakallı bir adamın söylentileriyle dini öğrenmiş. Dinin gerçeğinin özünü bilmiyorlar açıkçası.”(K10, E, F.E).

Bazı öğrenciler ise dini bilgilerini aile dışında bireysel çabalarla geliştirmiştir. Örneğin bir katılımcı durumu şöyle anlatmıştır: *"Benim kitap okumalarımın falan kaynaklandığını düşünüyorum daha çok. Büyük bir kısmı kitaplar. İnternette izlediğim videolar ve katıldığım sohbetler." (K22, K, S.B).* K23 de, aileden aldığı dini bilgileri yetersiz bulmuş ve kendi araştırmalarına yönelmiştir.

Katılımcılar arasında sosyal medyayı dini bilgi kaynağı olarak kullananlar da bulunmaktadır. Örneğin bir katılımcımız, dini bilgilerini şöyle tanımlamaktadır: *"Genelde sosyal medyadan edindim. Ailede o kadar dini konular konuşulmadı. Okulun da etkisi var, din kültürü, dersleri falan ama genelde sosyal medyadan." (K16, K, F.E).*

Katılımcıların aile yapıları, dini eğilimleri ve kişisel dini gelişimleri üzerine yapılan analizler, dini kimliğin genellikle ailede şekillenmeye başladığını ve bireyin kendi çabalarıyla güçlendiğini göstermektedir. Bu konuda yapılan bazı araştırmalar, anne-babanın çocuğun dini eğitiminde ve tutumlarında en etkili kişiler olduğunu, çocuğun dini değerleri öğrenmesi ve dini kişilik geliştirmesi sürecinde aile bireylerinin diğer yakın çevreye göre daha belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır.²⁰⁵ Aileden gelen bu dini miras, bireylerin inançlarını öğrenme ve uygulama biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Ancak günümüzde eğitim kurumları, sosyal medya ve kişisel araştırmalar da bu sürece katkı sunmakta ve dini gelişimi farklı boyutlarla zenginleştirmektedir. Katılımcıların yanıtları, geleneksel aileden aktarılan din anlayışı ile bireysel dini arayışların birlikte var olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, gençler modern yaşamın sunduğu farklı bilgi kaynaklarıyla daha bireysel, seçici ve çok yönlü bir dini kimlik geliştirmektedir. Sonuç olarak, aileden alınan dini miras, katılımcıların inançlarını büyük ölçüde etkilemiştir.

²⁰⁵ Fatih Özkan, "Ailenin Dini Tutum ve Davranışlarının Çocuğun Dini Tutum ve Davranışlarına Etkisi: Diyarbakır Örneği", *Mizanü'l-Hak: İslami İlimler Dergisi* 7 (30 Aralık 2018), 107.

2.3. BAĞLI MIYIZ, BAĞIMLI MI? ÜNİVERSİTELİ GENÇLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIM SÜRELERİ

Sosyal medya, üniversite öğrencilerinin günlük yaşamında sadece iletişim değil, aynı zamanda kimlik inşası ve toplumsal etkileşim aracı olarak önemli bir yer tutmaktadır. Bu bölümde, katılımcıların sosyal medya ile tanışma yaşları ve günlük kullanım süreleri incelenerek, bu mecrayla kurdukları bireysel ilişkilerin çeşitliliği ortaya konmuştur. Bu bağlamda katılımcılara, “*Sosyal medyayı ne kadar süredir kullanmaktasınız?* ve *Sosyal medyayı günde kaç saat kullanmaktasınız?*” şeklindeki sorular sorulmuştur. Bu sorular, katılımcıların sosyal medya ile tanışma yaşları ve günlük kullanım süreleri, bu dijital ortamın bireysel ve sosyokültürel etkilerine ilişkin çeşitli ipuçları sunmakta; sosyal medya ile kurulan ilişkinin bireyden bireye nasıl farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Bazı katılımcılar, sosyal medyaya üniversite döneminde aktif olarak giriş yaptıklarını belirtirken, bazıları ise çocukluk veya lise yıllarından itibaren bu platformları kullandıklarını ifade etmiştir. Örneğin bir katılımcı, “*Önceden telefonum yoktu üniversiteye gelince telefonum oldu 2 senedir sosyal medyayı kullanıyorum. (K1, K, İ)*” diyerek sosyal medyayı yalnızca üniversiteyle birlikte kullanmaya başladığını belirtmiştir. K17 ise, “*Sosyal medyayı çocukluğumdan beri kullanıyorum. Facebook’ta başladım. Bir 15 senedir kullanıyorum. (K17, E, E.F)*” diyerek sosyal medya ile çocukluk yıllarında tanıştığını söylemektedir. Bu durum, bireysel sosyal çevre, teknolojik erişim düzeyi ve aile yapısının kullanım süresi üzerinde belirleyici olduğunu göstermektedir.

Günlük kullanım süresi açısından ise geniş bir yelpaze dikkat çekmektedir. Bu farklılıklar, bireysel ilgi düzeyi, sosyal çevre etkisi, akademik yoğunluk ve dini hassasiyet gibi faktörlere bağlı olarak şekillenmektedir. Katılımcılar arasında en düşük günlük kullanım süresi 30 dakika olarak belirlenmişken, en yüksek kullanım süresi bir katılımcı için günde 11 saat olarak raporlanmıştır: “*Önceden günde yaklaşık 2 buçuk 3 saate yakın kullanıyordum. Bir hocamla tanışınca resmen bağımlı olmuştun dedi.(...)Bir iki hafta içerisinde 2-3 saatten yarım saate hatta bazen günde 5 dakikaya düşürdüm. Genel olarak günlük yarım saat diyebilirim.*” (K1, K, İ)

“*Kullanmaya başlayalı 7-8 yıl vardır heralde ve bezen günde 11 saate kadar çıkmışlığım oluyor.*” (K6, K, E.F)

Çalışma kapsamında cevap aradığımız konulardan birisi de sosyal medya kullanımının nasıl algılandığı konusudur. Özellikle sosyal medyanın sık kullanılması, bazı öğrenciler tarafından zaman kaybı ya da manevi açıdan olumsuz etkiler yaratması nedeniyle sorgulanmaktadır. Bu yüzden bazı öğrenciler sosyal medyada geçirdikleri zamanı azaltmaya çalışmaktadır. Sosyal medyada dini içeriklere sıkça rastlanması ise gençlerin bu mecraları sadece teknoloji olarak değil, aynı zamanda inanç ve ahlaki değerler açısından da değerlendirmelerine neden olmaktadır.

Bazı katılımcılar sosyal medya kullanımını bilinçli bir şekilde sınırlama eğilimindedir. Örneğin K1, dini bir uyarı sonrası sosyal medya kullanım süresini önemli ölçüde azalttığını ifade etmiştir. Bu tür örnekler, dijital davranışların ahlaki ve dini değerlendirmelerle şekillendiğini göstermesi bakımından önemlidir.

Bazı kadın katılımcılar sosyal medya kullanımının yoğun olduğunu söylerken, bazıları ise daha mesafeli durduklarını söylemişlerdir: *“Dokuz senedir var ama aslında sosyal medyayı sevmeyen bir insanım. O yüzden çok fazla kullanmıyorum.” (K14, K, E.F)* K11 gibi bazı erkek katılımcılar da kullanım artışlarını "boş zaman fazlalığı" ile açıklamaktadır: *“Şu an bayağı kullanmaya başladım. Beş, altı saati buluyor. Şu an boş zamandan dolayı biraz fazla bakıyorum.” (K10, E, F.E)* Cinsiyet dağılımı incelendiğinde hem kadın hem erkek katılımcılar arasında yüksek kullanım süreleri görülmektedir.

Araştırma verilerine göre, katılımcıların sosyal medya ile tanışma süreleri genel olarak 4 ila 10 yıl arasında değişmektedir. Ortalama kullanım süresi ise, 2 ila 4 saat arasında yoğunlaşmaktadır. Özellikle eğitim ve fen-edebiyat fakültelerinde okuyan öğrenciler arasında 4 saat ve üzeri kullanım oranı dikkat çekmektedir. Sosyal medya bağımlılığı potansiyelinin cinsiyetle doğrudan ilişkili olmadığı da anlaşılmaktadır. Bu açıklamalardan sosyal medya kullanımında zaman yönetimi eksikliği ve pasif alışkanlık gibi durumların olduğunu görebiliyoruz. Bu veriler, sosyal medya kullanımının yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda psikososyal dinamiklerle de bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır.

2.4. SOSYAL MEDYA TERCİHLERİ: GENÇLER HANGİ PLATFORMDA, KİMİ VE NEYİ TAKİP EDİYOR?

Üniversite gençliği, sosyal medyayı hem eğlenmek hem de bilgi edinmek amacıyla aktif biçimde kullanmaktadır. Bu çalışma, gençlerin en çok kullandıkları sosyal medya platformlarını, takip ettikleri kişi ve sayfaları inceleyerek, dijital tercihler üzerinden dini ve kültürel yönelimlerini analiz etmektedir. Görüşmelerle, üniversite gençliğinin dijital tercihleri üzerinden sosyal medya-din etkileşimine dair örüntüler ortaya konmuştur. Bu bağlamda gençlere, “*En çok kullandığınız sosyal medya uygulaması hangisidir? Sizi çeken özellikleri nedir? ve Sosyal medyada genellikle ne tür sayfaları ve kimleri takip edersiniz?*” şeklindeki sorular yöneltilmiştir. İlk soruya bir katılımcı şu şekilde cevap vermiştir: “*En çok kullandığım sosyal medya platformları YouTube, Instagram ve WhatsApp uygulamasıdır*”. (K3, K, F.E) K1, K2 ve K4 gibi birçok katılımcı da bu platformları çokça kullandıklarını belirtmişlerdir.

Genel olarak; “*Sizi çeken özellikleri nedir?*” sorusuna verilen cevaplar; Instagram için hikâye ve reels gibi özelliklerin olmasıdır. YouTube ise özellikle bilgi edinme, ders içeriklerine erişim ve eğlence amaçlı videolar izleme gibi farklı yönlerden ilgi çekmektedir. WhatsApp, öğrenciler arasında iletişim ve haberleşme için vazgeçilmez bir araç niteliği taşımaktadır. Bir katılımcı kullanımını etkileyen faktörleri şöyle açıklamıştır: “*En çok kullandığım uygulama Instagram, çünkü hikâye ve reels gibi kısa içerik formatları sayesinde takip ettiğim eğlenceli ve yaratıcı paylaşımlar görmek ilgimi çekiyor*”. (K4, K, F.E.) “*Youtube uygulamasını bazen eğlence amaçlı, dizi izlemek için bazen de ders videoları izlemek için kullanıyorum*.” (K3, K, F.E) K4, K7 ve K19 da eğlence amaçlı kullandıklarını söylemişlerdir. Diğer bir katılımcı, takip ettiği kişilere de değinmiştir: “*Acun Ilıcalı'yı takip ediyorum. Dizileri takip ediyorum. Fragmanlarını falan görmek için. Bir de Şiir İstanbul gibi şiir sayfaları oluyor. Fenomenleri takip ediyorum, mesela Zeynep Demirhanlı, bir de İpek Yıldız Girgin gibi fenomenler*.” (K16, K, F.E)

Öğrencilerin sosyal medyada takip ettikleri sayfa türleri de çeşitlilik göstermektedir. Birçok öğrenci arkadaşları ve tanıdıklarıyla iletişim halinde kalmak için sosyal medyayı kullanırken, aynı zamanda ilgi alanlarına yönelik sayfa ve kişileri de takip etmektedirler. Bu ilgi alanları arasında eğitim, bilim, mizah, spor ve din gibi çeşitli

konular bulunmaktadır. Bazı öğrenciler ise sosyal medyayı haber takibi amacıyla kullanmakta ve gündemi bu yolla takip etmektedir.

Sosyal medya, geleneksel dini yapılarla dijital etkileşim alanlarını buluşturarak genç bireylerin inançla kurduğu ilişkiye yeni bir boyut kazandırmaktadır. Katılımcılardan bazıları, dini içerikli sayfa ve kişileri takip ederek dini bilgi edinmekte ve bu içerikler üzerinden inançlarını pekiştirmektedir. K2 ve K22' nin aşağıdaki ifadeleri buna örnek olarak verilebilir: *“Nurettin Yıldız’ı ve Hayalhanem topluluğunun paylaşımlarını ve Mehmet Emin Yıldırım hocanın paylaşımlarını takip etmekteyim.”* (K2, K, İ) Bu çeşitlilik, sosyal medyanın bireysel dini yönelimlerin şekillenmesinde hem destekleyici hem de yönlendirici bir rol üstlenebildiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların çoğu, sosyal medyayı yalnızca eğlenmek ya da iletişim kurmak için değil; aynı zamanda dini bilgi edinmek, inançlarını güçlendirmek ve dini kimliklerini ifade etmek amacıyla da kullanmaktadır. Nitekim İşbilen’in araştırması da benzer sonuçlara işaret etmektedir. Araştırmaya göre, sosyal medya bireylerin helal-haram anlayışlarını etkileyen ve bu anlayışların dijital ortamda yeniden üretildiği bir mecra hâline gelmiştir. Dolayısıyla sosyal medya, sadece pasif bir tüketim alanı değil; bireylerin dini kimliklerini pekiştiren, dönüştüren ya da sorgulatan aktif bir etkileşim alanı olarak işlev görmektedir.²⁰⁶

Araştırma verilerine göre öğrenciler, sosyal medya platformlarını bilgi edinme, eğlenme, iletişim kurma ve dini kimliklerini ifade etme gibi çok boyutlu amaçlarla kullanmaktadır. Bu durum, dijital mecraların genç kuşakların değer dünyasında ve dini yönelimlerinde belirleyici bir faktör hâline geldiğini göstermektedir. Bu bağlamda sosyal medya, sadece bir eğlence veya haberleşme aracı değil; aynı zamanda dini düşüncenin şekillenmesine katkıda bulunan dinamik bir alan olarak değerlendirilebilir.

2.5. SOSYAL MEDYAYI KULLANIM AMACI VE ZAMAN YÖNETİMİ

Sosyal medya, bireylerin zaman kullanımı, değer yargıları ve dini hassasiyetleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu çalışmada, öğrencilerin sosyal medyayı hangi

²⁰⁶ Nihal İşbilen - Ümmühan Ark, “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımında Helal-Haram Algısı: Bartın Üniversitesi Örneği”, *Bilimname* 53 (ts.), 294-295.

amaçlarla kullandığı ve bunu zaman israfı olarak görüp görmedikleri incelenmiştir. Bu bağlamda gençlere, “*Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanmaktasınız?*” ve “*Sosyal medyada vakit geçirmek zaman israfı mı?*” şeklindeki sorular sorulmuştur.

Bazı öğrenciler sosyal medyayı daha çok boş zaman değerlendirme aracı olarak görmekte ve eğlence odaklı içerikleri (komedi videoları, yemek tarifleri, diziler) takip etmektedir. Instagram fenomenleri, reels içerikleri, moda ve stil sayfaları ya da oyun videoları, takip edilen diğer alanlar arasında yer almaktadır. Bazı katılımcılar sosyal medyada daha çok yemek videoları ve günlük yaşama dair içeriklere yönelmektedir. “*Ben çok fazla yemek içecek videoları izliyorum. Çünkü ben yemek yapmayı çok seviyorum.*” (K14, K, E.F) Bazı katılımcılar ise, bilim insanları, tarihçiler ya da belgesel üreticilerini takip etmeyi tercih etmektedir. Fen Edebiyat Fakültesi’nden K10’ un “*Genelde bilim insanlarını takip ederim. Celal Şengör olsun coğrafyadan, depremden dolayı özellikle onu takip etmeye başladım. İlber Ortaylı olsun tarihte.*” (K10, E, F.E) şeklindeki ifadeleri buna örnek verilebilir.

Özellikle İlahiyat Fakültesi öğrencileri, sosyal medyayı dini bilgi edinmek için anlamlı bir mecra olarak tanımlarken, diğer fakülte öğrencilerinde eğlence ve sosyalleşme daha ön plandadır. Örneğin K1; “*Kafa dinlemek, bilgi edinmek ve dini bilgi edinmek için kullanıyorum... Nasihat içerikli videolar benim hayatıma katkı sağlıyor.*” (K1, K, İ) diyerek sosyal medyanın işlevsel ve manevi yönünü vurgulamaktadır. Benzer şekilde K2: “*İnsanlar sosyal medyayı bilgi edinmek ve başkalarını bilgilendirmek için kullanılıyorsa zaman israfı olmaz. Ancak kötü amaçla ya da boş bir faaliyet olarak kullanırsa bu durum zaman israfı olabilir.*” (K2, K, İ) diyerek niyet merkezli bir değerlendirme yapmaktadır. İlahiyatçı öğrencilerle yapılan bir araştırmaya göre de; öğrencilerin sosyal medyayı kullanma nedenlerini sıralandığında “*Vakit geçirmek, mesajlamak, dini yazı ve videolardan haberdar olmak ve dini konularda bilgi sahibi olmak*” gibi nedenler ön planda yer alır.²⁰⁷ Buradan hareketle ilahiyat öğrencilerinin de dini konularda bilgilenme aracı olarak sosyal medyadan faydalandığı söylenilebilir.

Diğer yandan özellikle Fen-Edebiyat ve Eğitim Fakültesi öğrencileri arasında sosyal medyayı yalnızca eğlence veya boş zaman doldurma amacıyla kullananlar da

²⁰⁷ İsmail Demir, Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği) (Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 151.

vardır. Bu grup içinde sosyal medyayı zaman israfı olarak değerlendirenler çoğunluktadır. “Çoğu zaman sosyal medyada geçirdiğim zamanın bir zaman kaybı olduğunu ve bunun yerine daha faydalı şeyler yapabileceğimi düşünüyorum.” (K4, K, F.E) ifadesi bunu açıkça ortaya koyar. Diğer bir katılımcı ise “Vakit geçirmek için kullanıyorum. Evet, zaman israfı.” (K7, K, E.F) diyerek doğrudan olumsuz bir yargıda bulunmuştur. Yine bir diğer katılımcı da “(...)Benim çalışmam gereken bir sürü ders varken ben hâlâ sosyal medyadayım ve bunun da bilincindeyim ve kopamıyorum. En son çare herhalde ya kapatacağım ya da donduracağım.” (K19, K, E.F.) diyerek farkında olduğu duruma karşı önlem alması gerektiğini belirtmiştir. Yine tam tersi bir yaklaşımla “Bence zaman israfı değil. Tam tersine hani boş zamanlarımızda güzel bir etkinlik olarak değerlendirebiliriz. (K17, E, E.F) diyen katılımcımız da olmuştur.

Bütüncül bir yaklaşımı benimseyen katılımcı da olmuştur. “Eğer sen sadece gündelik veya akım olan videoları izleyip zaman geçirirsen boşa zaman harcayabilirsin. Ama okuma, duyma kombinasyonu için kullandığın zaman bu kişiye artı avantaj.” (K10, E, F.E) demiştir. Bu, kullanıcıların sosyal medya kullanımında içeriğin türüne göre etik ve fayda temelli değerlendirme yaptıklarını göstermektedir. K32 de, dini veya ideolojik bir misyonla sosyal medyayı kullanmanın zaman israfı olarak görülmemesi gerektiği de vurgulanmıştır.

Zaman israfı konusunda en uç yorumlardan biri de bu katılımcımıza aittir: “Sosyal medya zaman israfı. Namaz vakitlerini bile kaçırdığımız oluyor.” (K31, K, F.E) Bu tür ifadeler, dini sorumluluklar ile dijital alışkanlıklar arasındaki çatışmayı da yansıtmaktadır. Sosyal medyanın dini ve ahlaki konularda da olumsuz etkileri bulunmaktadır. Öyle ki bazı araştırmalar, internet ve sosyal medya mecralarında paylaşılan din konusundaki olumsuz içeriklerin ibadet ve dinden uzaklaşma, zaman israfı, vakti boşa harcama gibi sonuçları ortaya çıkardığını söylemektedir.²⁰⁸

Katılımcıların ifadeleri, bireysel amaçlar ile ahlaki/dini yaklaşımlar arasında dikkat çekici bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Gençlerin sosyal medya

²⁰⁸ Handan Yalvaç Arıcı - Sümeyra Arıcan, “Sosyal Medyanın Etkilerine Yönelik Manevi Danışmanlık Eğitimi İhtiyaç Analizi”, *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/1 (30 Haziran 2022), 267.

kullanımında benimsedikleri niyet ve içerik türü, onların bu dijital alanı nasıl anlamlandırdıklarını ve değerlendirdiklerini de göstermektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyayı bilgi edinme, eğlenme, haberleşme, dini içeriklere ulaşma ve boş zaman değerlendirme amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. Yapılan bir diğer araştırmaya göre de gençlerin sosyal medyayı genellikle eğlenme, boş vakit geçirme, gündemi takip etme amaçlarıyla kullandıkları belirlenmiştir. Bu durum literatürdeki araştırmalarla da uyum sağlamaktadır.²⁰⁹ İncelenen tüm araştırmalarda üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı bilgi edinmek, eğlenmek ve “boş zaman değerlendirme” amaçlarıyla kullandıkları vurgulanmaktadır.

Sonuç olarak öğrencilerin sosyal medya kullanımı, bireysel amaçlara, fakülteye, dini duyarlılığa ve içerik seçimine göre büyük ölçüde değişkenlik göstermektedir. Kullanımın amacı “bilgi edinme” olduğunda genellikle meşru ve faydalı görülmekte; “eğlence” ve “oyalanma” temelli olduğunda ise zaman israfı olarak tanımlanmaktadır. Bu durum, gençlerin dijital ortamları ne işe yaradıklarına ve kendilerine nasıl fayda sağladıklarına bakarak değerlendirdiklerini göstermektedir.

2.6. DİJİTALDE DOĞRUYU ARAMAK: GENÇLER DİNİ BİLGİYİ NEREDEN VE NASIL ALIYOR?

Dijitalleşmeyle birlikte gençler dini bilgi arayışında internet ve sosyal medyaya yönelmekte, ancak bu durum bilgi kirliliği ve güvenilirlik sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Bu çalışmada, öğrencilerin dijital dini bilgilere başvurma sıklığı ve güven algıları incelenmiştir. Bu bağlamda gençlere, “*Dini bir soru veya problemle karşılaştığınızda internete başvurma sıranız nedir?*” ve “*İnternetteki dini bilgilerin güvenilirliği ve geçerliliği hakkında ne düşünüyorsunuz?*” şeklindeki sorular sorulmuştur. Katılımcıların bu konudaki tutumları, bireysel dini alt yapıları, fakülte farklılıkları ve dijital okuryazarlık düzeylerine bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir.

K1, dijital kaynaklara temkinli yaklaşımını şöyle ifade etmiştir:

²⁰⁹ Sümeyra Arıcan - Handan Arıcı, “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri”, *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2 (30 Aralık 2021), 1096.

“İlk başta elimdeki kitaplara ya da notlara bakarım cevabını bulamıyorsam güvendiğim hocalarıma sorarım. Yine cevaba ulaşamadıysam eğer internete bakarım, Google’ a sorarım. İnternete başvurma durumum üçüncü sıradadır. Güvenilirlik konusunda google’ın her şeyi doğru cevaplayabileceğine inanmıyorum internette ya da sosyal medyada islam düşmanı ve yanlış dini bilgiler yayan birçok kişi olabilir. Hatta bazen sahîh hadis yerine mevzu hadisler de yayıyorlar. Örneğin şu kadar sayıda Fatîha ihlas okursan 70 yıllık günahların silinir gibi uydurma hadislere inanmıyorum. Yani belli başlı güvenilir sitelerden ve sayfalardan yararlanmak gerekiyor.” (K1, K, İ)

Benzer şekilde K2 de internetin üçüncü sırada geldiğini belirtmiştir. Bu yaklaşım, ilahiyat öğrencilerinin dini bilginin sahilliğine yönelik farkındalıklarının yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü de dini bilgiye ulaşma sürecinde interneti birincil değil ikincil veya üçüncül kaynak olarak görmektedir. Özellikle İlahiyat Fakültesi öğrencileri, dini bilgi arayışında öncelikle kitaplara, ders notlarına veya hocalarına başvurmaktadır.

Diğer fakültelerde ise internetin ilk sırada kullanılması daha yaygındır. Örneğin, Fen Edebiyat fakültesinden bir katılımcı: *“İlk başta internete girip Google’a soruyorum ve genelde doğru cevapları bulabiliyorum. Kendi mezhebime göre olan yorumları da okuyabiliyorum. Eğer internette bulamazsam abim dini bilgiye sahip olduğu için ona da sorabiliyorum.” (K3, K, F.E)* diyerek hızlı erişim avantajını öne çıkarmaktadır. Ancak bu katılımcı da, *“Herhangi bir sayfadan ya da karşımıza çıkan bir videodan bilgi almak güvenilir olmaz.”* diyerek seçici tutumun önemine dikkat çekmiştir. Eğitim Fakültesi öğrencisi olan K6 da kolay ulaşılabilirliğe rağmen güven sorunu yaşandığını belirtmiştir.

Bazı katılımcılar ise internetin güvenilirliğini tamamen reddetmektedir. Örneğin bir katılımcı: *“İnternette dini bilgilerde güvenilirlik bence hiç, yüzde sıfır ihtimal veriyorum. Çünkü bir ara bir mesele hakkında internete başvurmuşum. İnternette yani bulamadım. Yanlış şeyler söylüyor. Yani sadece İslam değil de, Hristiyan kaynaklar bile karışıyor.” (K11, E, F.E)* ifadesiyle dijital ortamlara karşı güçlü bir güvensizlik sergilemiştir. Benzer şekilde K10 da, interneti son seçenek olarak değerlendirmiştir.

Dikkat çekici bir görüş de şöyledir:

“İnternette şöyle bir şey var. Herkesin bir şey yazabilme yetkisi olduğu bir yer artık. Normal dinle alakalı olmayan ya da fen ilmiyle alakalı olmayan bir kişi fen ilmiyle ilgili bir yorum yapıyor kendi kafasına göre. Buna dikkat etmek gerekiyor. İnternet pek güvenilir bir yer değil ama güvenilir kaynak bulunduğunda güzel bir imkân.” (K32, E, E.F.)

Bu ifade, internetin çift yönlü doğasına işaret etmekte hem tehlike hem de fırsat içerebileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca bazı öğrenciler bilgi doğruluğu için çoklu kaynak kıyaslaması yapmaktadır. *“İlk önce internete başvururum. Sadece bir sayfaya bağımlı kalmıyoruz. Hani birkaç sayfaya bakıyoruz, onların çoğunluğunu baz alarak değerlendiriyoruz aslında” (K24, K, E.F.)* diyerek dijital içeriklerin sorgulanması gerektiğine dikkat çekmiştir.

Sosyal medyada dini içeriklerin paylaşımı üzerine yapılan bir analizde, dini kaynaklardaki bilgilerle örtüşmeyen birçok yanlış ve eksik bilgi tespit edilmiştir. Bu nedenle dijital ortamlardaki dini bilgilerin doğruluğunun sorgulanması gerektiği vurgulanmıştır.²¹⁰ Ankara'daki beş üniversitede 758 öğrenciyle yapılan bir araştırmada ise, öğrencilerin %66'sının dijital ortamlarda dini bilgiye kolayca ulaştığını belirtmesine rağmen, yalnızca %31,5'inin bu bilgileri dini görüş oluştururken kullandığı tespit edilmiştir. Bu durum, dijital dini bilgilere erişimin kolay olmasına rağmen güvenilirlik konusunda tereddütlerin olduğunu göstermektedir.²¹¹ Ulaşılan sonuçlar ile bizim çalışmamızın sonuçları arasında bir paralellik olduğu gözlenmektedir.

Araştırma sonucumuza göre de, öğrencilerin internete ve sosyal medyaya bakışı, bir yandan bilgiye kolayca ulaşma avantajı sağlarken, diğer yandan bu bilginin ne kadar doğru ve güvenilir olduğu konusunda bazı endişeleri de beraberinde getirmektedir. Dini bilgisi daha güçlü olan öğrenciler, bu konuda daha dikkatli davranmakta ve internetteki bilgileri sorgusuzca kabul etmenin risklerine dikkat çekmektedir.

²¹⁰ Mahmut Kutlu, “Sosyal Medyada Hatalı Dini Paylaşımların Analizi”, *Ahi Evran Akademi* 3/2 (2022), 25.

²¹¹ Sibel Kandemir - Hicret K. Toprak, “Gençlerin Dini Referans Dünyası ve Dijital Medya”, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 64/2 (30 Kasım 2023), 557.

2.7. KEŞFETTEN KALBE: SOSYAL MEDYADA DİNİ İÇERİKLERE ULAŞIM VE ETKİLEŞİM

Dijitalleşmeyle birlikte dini bilgiye ulaşım geleneksel yöntemlerden sosyal medyaya kaymıştır. Üniversite gençliği bu bilgileri hem hızla edinmekte hem de kendi anlam dünyalarında yorumlamaktadır. Bu bağlamda yapılan araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen “*Dini sayfalar, kişiler ve platformları takip ediyor musunuz? Takip ediyorsanız bunlar nelerdir? Neden takip ediyorsunuz?*” ve “*Takip ettiğiniz bu dini platformlara nasıl ulaştınız?*” soruları, gençlerin dini içerikli sayfa ve kişilere olan ilgisini, bu ilgiyi hangi motivasyonlarla sürdürdüklerini ve bu içeriklerle nasıl tanıştıklarını ortaya koymayı hedeflemiştir. Verilen cevaplar, dini içerik takibinde rol oynayan sosyal, kültürel ve bireysel dinamiklere ışık tutmaktadır.

Bazı katılımcılar sadece geleneksel ve güvenilir buldukları hocaları takip ederken, bazıları sosyal medya fenomeni haline gelmiş dini figürleri de ilgiyle izlemektedir. Örneğin bir katılımcı: “*Dini konularda bilgi almak için televizyondan izlediğim Nihat Hatipoğlu, samimi geliyor bana sadece, güvenilir gibi...(K31, K, F.E.)* demiştir. Diğer bir katılımcı ise: “*Nurettin Yıldız hocanın dini ve ahlaki noktada bilgi verici videolarını izliyorum ve kanalını takip ediyorum.*” (K2, K, İ) Bu iki katılımcı, dini bilgiye ulaşmak için geleneksel figürlere yönelmiş, bu kişilerin videolarını sosyal medyada bulabildiklerini dile getirmiştir.

Bazı katılımcılar dini içeriklerin ve takip ettikleri kişilerin motive edici ve yönlendirici olduğunu dile getirmiştir.

“Dini olarak Sözler Köşkü var, topluluk gibi, orayı takip ediyorum. Sonra bir tane hoca vardı Mehmet Yıldız. İşte sosyal medyanın bazı faydaları da bunlar oluyor.(...) Görüp izliyorsun yani bir nevi vesile oldu.” (K11, E, F.)

“Mesela böyle huzursuz olduğum zaman daha çok dua sayfalarını takip ederim. Bir de özellikle ilahi ya da Kur'an suresi okuyan var ya tecvidli okuyanlar. Onlarda huzur bulduğum için onları takip ediyorum.” (K18, Erkek, E.F.)

“(...)Çok güzel bir şekilde açıklıyor diye takip ediyorum. Ve açıkladığı takdirde de mesela böyle güncel hayatta, güncel zamana dair açıklamalarda bulundukları için.” (K9, E, İ)

Bu katılımcılar, sosyal medyada karşılaştığı dini içeriklerin duygusal etkisini vurgulamışlardır. Buradaki ifadeler sosyal medyanın yalnızca bilgi aracı değil, aynı zamanda duygusal destek, bilgilendirme ve manevi yönlendirme aracı olarak da kullanıldığını göstermektedir.

Bunun aksine, bazı katılımcılar dini içeriklerin sosyal medya üzerinden sunulmasını problemli bulmaktadır: *“Asla takip etmiyorum etmeyi de düşünmüyorum.” (K6, K, E.F)*

Katılımcıların sıklıkla takip ettiğini belirttiği Nurettin Yıldız, Mehmet Emin Yıldırım, Hayalhanem ve Diyanet gibi kişi ve oluşumlar, dini kimliği ön planda olan ve geniş kitlelere hitap eden yapılar arasında yer almaktadır. Bu sayfalar, özellikle İslami hassasiyet, ahlaki değerler ve aile ilişkileri gibi konulara odaklanmakta; dini bilgiler, nasihatler ve günlük yaşama dair rehberlik içeren içerikler paylaşmaktadır. Takipçiler, bu kaynaklardan hem dini bilgi edinmekte hem de manevi anlamda yön bulmaya çalışmaktadır.

Bunun yanında, bazı katılımcıların pedagojik, psikolojik ve akademik gelişim odaklı sayfaları da ilgiyle takip ettikleri tespit edilmiştir. Eğitim Fakültesi ve Fen Edebiyat öğrencileri arasında Barış Özcan, Evrim Ağacı, Celal Şengör gibi içerik üreticileri de ön plana çıkmaktadır. Bir katılımcı bu konuda şu ifadeleri kullanmıştır: *“Genellikle yabancı ülkelerde mesela YouTuber'ları falan takip ediyorum. Onun dışında böyle genel kültürü, genel bilgi sayfalarını takip ediyorum. Kişi olarak Emre Durmuş var YouTube'da bir de Barış Özcan. Bunları takip ediyorum. Onun dışında Evrim Ağacı'nı da sanırım takip ediyorum.” (K17, E, E.F)* Bu kaynaklar, bilim, teknoloji, sanat, felsefe ve eleştirel düşünce gibi konularda öğrencilerin gelişimlerine katkı sunmakta, farklı bakış açıları kazandırmaktadır. Bununla birlikte, Evrim Ağacı ve Celal Şengör gibi bazı isimlerin ateist bir bakış açısına sahip oldukları ve zaman zaman dini inançlara eleştirel yaklaştıkları da bilinmektedir.

Katılımcıların çoğunluğu dini içeriklere rastlantısal şekilde keşfet bölümünden ulaştıklarını ifade etmişlerdir: *“Rastgele karşıma çıktı diyebilirim yani. Algoritma*

düşürüyor. İster istemez bazen algoritmadan dolayı karşıma çıkıyor. (K17, E, E.F)”

Bazıları ise arkadaş çevresi, aile veya öneriler yoluyla bu sayfalardan haberdar olduklarını belirtmiştir. “(...)Aile üyelerim sayesinde. Çünkü çok küçüklükten itibaren beni tanıştırdıkları için bu tarz şeylerle kendileri keşfedip daha sonra benim de keşfetmeme vesile oluyorlardı.” (K8, E, E.F) Bu durum, dini içeriklerin yayılımında sosyal ağların, algoritmaların ve çevresel faktörlerin birlikte etkili olduğunu göstermektedir.

Ayrıca, katılımcıların bir kısmı belirli şahsiyetleri (örneğin Nurettin Yıldız, Caner Taslaman, Mehmet Yıldız gibi) dinleyerek ya da sayfalarını takip ederek dini bilgi edindiğini ifade etmiştir. Ancak bu takip davranışı sadece bilgi edinme amacıyla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda bu içeriklerin duygusal ve psikolojik bir tatmin aracı olarak da işlev gördüğü anlaşılmaktadır.

Mülakat verilerine göre katılımcıların en çok takip ettiklerini belirttikleri bazı dini platformlar ve kişiler şunlardır:

- Hayalhanem- Mehmet Yıldız (6 kişi)
- Nurettin Yıldız (3 kişi)
- Sözler Köşkü (4 kişi)
- Nouman Ali Khan (2 kişi)
- Caner Taslaman (2 kişi)
- Mehmet Okuyan (1 kişi)
- Cübbeli Ahmet Hoca (2 kişi eleştiren)
- Nihat Hatipoğlu (1 kişi)
- Yaşar Nuri Öztürk (1 kişi)
- Osman el- Hamisi (2 kişi)
- Sorularla İslamiyet (1 kişi)
- İlmi ve Fikri platformlar
- Kur'an ve Hadis paylaşılan sayfalar
- YouTube vaaz videoları ve dua sayfaları

- Reels/Keşfet içeriklerinden ulaşılan anonim dini sayfalar

Dini bilginin hâlâ büyük oranda aile ve geleneksel eğitim kurumları üzerinden edinilse de bu kaynaklara sosyal medya ve internetin de eklendiği görülmektedir. Genel olarak, öğrencilerin bir kısmı dini içerikli kişi ve sayfaları takip etmese de büyük çoğunluğu bu sayfalara ilgi göstermektedir. Sosyal medya kullanımında yapılan tercihler, genellikle kişilerin inançları ve değerleri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu da sosyal medyanın gençler için sadece bir vakit geçirme alanı değil, aynı zamanda dini kimliğin geliştiği ve ifade edildiği bir platform olduğunu ortaya koymaktadır. Takip edilen kişilere genellikle Instagram, YouTube ve TikTok gibi popüler mecralar üzerinden ulaşıldığı görülmektedir. Bununla birlikte takip edilen içeriklerin seçimi kişisel ilgi, dini yönelim, bilgi ihtiyacı ve güvenilirlik gibi faktörlere bağlı olarak değişmektedir.

2.8. SOSYAL MEDYADA İNANÇ İZLERİ: GENÇLERİN DİNİ PAYLAŞIM VE ETKİLEŞİMİ

Dijital çağda sosyal medya, bireylerin dini inançlarını ifade ettikleri, bilgiye ulaştıkları ve etkileşim kurdukları önemli bir alan hâline gelmiştir. Özellikle üniversite gençliği, bu mecralarda dini tutum ve değerlerini yansıtarak bireysel ve toplumsal anlamlar üretmektedir. Üniversite gençliğinin sosyal medyadaki dini paylaşımları, inançlarının görünürlüğü ve dijital dini sosyalleşme açısından anlamlı veriler sunmakta; bu durumu incelemek üzere katılımcılara şu sorular yöneltilmiştir: *“Dini paylaşımlar yapıyor musunuz? Evet ise, dini paylaşımlarınızın içeriğini neler oluşturmaktadır ve bu paylaşımları hangi platformlar aracılığıyla yapmaktasınız?”* ve *“Online / sanal topluluklara üyeliğiniz bulunmakta mıdır? Online dini etkinlikte, zoom toplantılarında bulunuyor musunuz? Bulunuyorsanız bunlar nelerdir?”* Bu sorulara verilen yanıtlar, öğrencilerin dini paylaşımlar yapma sıklığı, bu paylaşımların içeriği, kullandıkları platformlar ile online dini topluluklara katılım düzeyleri ve sanal dini etkinliklere iştirakleri hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Öğrencilerin bir kısmı dini inançlarını ve değerlerini sosyal medya aracılığıyla paylaşmayı önemli bir ifade biçimi olarak görmektedir: *“Evet, özellikle bayramlarda, mesela kandillerde, hayırlı bayramlar şeklinde. Instagram ve WhatsApp durumdan atıyorum. Bir de bazen anneye yönelik sureler falan oluyor. Anne babaya yönelik onları paylaşıyorum.”* (K18, Erkek, E.F.)

“Evet Instagram'dan. En çok namaz konusunda paylaşımlar yapıyorum çünkü ben eskiden çok namaz kılmıyordum yani sabah kılardım akşam kılmazdım falan. Sonra her gün kılmaya başladığımda çok etkiledim. O yüzden hep paylaşıyorum.” (K27, K, S.B.)

K29 da Instagram ve WhatsApp'tan paylaşım yaptığını belirtmiştir.

Dini paylaşım yapan öğrenciler genellikle bu paylaşımları Instagram ve WhatsApp gibi yaygın olarak kullanılan platformlar üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu platformlar, geniş kitlelere ulaşma ve anlık etkileşim sağlama potansiyeli nedeniyle tercih edilmektedir. Paylaşılan içerikler arasında ayetler, hadisler, dualar ve dini günler ile ilgili kutlamalar yer almaktadır. Bazı öğrenciler, sosyal olaylara dair dini perspektifleri de paylaşarak farkındalık yaratmayı amaçlamaktadırlar:

“Evet, paylaşımlarım genelde Instagram'dan(...) Sosyal olaylara dair paylaşımlar yapıyorum, mesela son zamanlarda Filistin'e dair çok paylaşım yapıp insanların bu konuda hassas olmasına dair paylaşımlar.” (K3, K, F.E)

“Evet dini paylaşım yapmaktayım. Hani biraz şey olmak da gerekiyor. Emri bil maruf nehyi anil münker yani. Bu yüzden dolayı. Ayet, hadis içeriği olabiliyor. Whatsapp durumunda paylaşıyorum genelde.” (K32, E, E.F.)

Bazı katılımcıların ise daha çekimser bir yaklaşım sergilediği görülmüş ve bu tür paylaşımlardan kaçınmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. K2' nin şu ifadeleri bu duruma örnektir: *“Dini paylaşımlar yapmayı tercih etmiyorum. Çünkü çevremdeki bazı insanlar tarafından kınamaktan, yanlış anlaşılmaktan ve yanlış bilgi vermiş olmaktan çekiniyorum. Her insanın anlayış kapasitesi ve bakış açısı farklı olduğu için bilgiyi sahih olarak sunamayabileceğimi düşünüyorum.” (K2, K, İ)*

Dini bir inanca sahip olmanın kişisel bir durum olduğunu söyleyenler de vardır: *“Hayır, dini paylaşımlar yapmıyorum. İnanç konularını daha çok kişisel bir mesele olarak gördüğüm için sosyal medyada bu tür içerikler paylaşma alışkanlığım yok.” (K4, K, F.E)*

Dini paylaşım yapılmasını, bir gösteriş veya riyâkârlık olarak gören katılımcımız da olmuştur:

“Yapmayı sevmiyorum. Çünkü hani Allah da Peygamber de dedi, dininizi, kendiniz yaşayın gösteriş olarak kullanmayın. Bana gösteriş olarak geliyor, yani millet camiye gidiyor ve hayırlı cumalar diye yazıyor.(...)Ben genellikle WhatsApp'ta durumda ayet paylaşıyorum. Bayramda dini paylaşım, ondan sonra Cuma hani kısa ayetler veya hadisler paylaşıyorum. O tür paylaşımlar yaparım.” (K11, E, F.E)

Dini paylaşım yapmaktan kaçınan katılımcıların temel gerekçeleri arasında ise yanlış anlaşılma, kınanma ve yanlış bilgi verme endişesi bulunmaktadır. Bazı öğrenciler, inanç konularını daha kişisel bir mesele olarak gördükleri için sosyal medyada paylaşmayı tercih etmemektedirler. Ayrıca, "fenomen" olmadıkları için paylaşımlarının etkili olmayacağını düşünenler de bulunmaktadır: *“Yok. Çünkü dini paylaşımlar yapmamamın sebebi şey, yani fenomen olmadığım için. Fenomen olmadığım için yani pek bir ses getireceğini düşünmüyorum. O yüzden dini paylaşımlar yapmıyorum.” (K12, E, F.E)*

Sosyal medya toplulukları ilgi alanlarına göre çeşitli topluluklar meydana getirmiştir. Bunlar arasında din ile ilgili olan topluluklar da bulunmaktadır. Bunlara dini topluluklar da denebilir.²¹² Online dini topluluklara katılım ve sanal dini etkinliklere iştirak konusunda da öğrenciler arasında farklılıklar göze çarpmaktadır. Bazı öğrenciler, online platformlar aracılığıyla dini derslere, seminerlere ve kitap okuma gruplarına katılarak bilgi edinmekte ve dini gelişimlerini desteklemektedirler:

“Evet, zoom toplantılarına katılıyorum. Örneğin Siirt İlahiyatta görev yapan Cemalettin Erdemci Hoca'nın kelami konulara dair yaptığı zoom toplantılarına katılıp buradan bilgi ediniyorum. Bizim Siirt Üniversitesinde çarşamba günleri yapılan seminerlerin kayıtlarını da izleyip takip ediyorum. Önceden Youtubedaki Hayalhanem topluluğuna üyeydim artık değilim.” (K2, K, İ)

K8 de zoom üzerinden bir tefsir dersine katılmış olduğunu belirtmiştir. Ancak, K12 gibi çoğu katılımcı online dini etkinliklere katılmamayı tercih etmiştir, bir kısmı

²¹² Muhammed Yamaç, “Sosyal Medyada Dini Topluluklar”, *Kocaeli İlahiyat Dergisi* 4/1 (26 Haziran 2020), 102.

“yüz yüze katıldım” diyerek kendini ifade etmiştir. Bu durum, öğrencilerin dini öğrenme ve etkileşimde bulunma konusunda farklı tercihlere sahip olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, öğrencilerin inançlarını ifade etme, dini bilgi edinme ve sosyal etkileşim kurma biçimleri; kişisel tercihler, sosyal algılar ve dini anlayışlar gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörlerin yansıtılabildiği sosyal medya ise, günümüzün iletişim ortamının ayrılmaz bir parçası olması sebebiyle önemli bir konuma sahiptir. Bu bağlamda sosyal medya, gençlerin dünyasını ve değerlerini yansıtan bir ayna işlevi görmektedir.²¹³ Siirt Üniversitesi öğrencileriyle yapılan mülakatlar da bu durumu desteklemektedir. Elde edilen bulgular, öğrencilerin sosyal medyada dini içeriklerle kurdukları ilişkilerin belirgin farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu da öğrencilerin dini içeriklerle etkileşimlerinin tek yönlü değil; çok boyutlu, çeşitli ve bireysel eğilimlere göre şekillendiğini göstermektedir.

2.9. DİJİTAL TESİR: SOSYAL MEDYANIN GENÇLERİN DİNİ YAŞAMINA YANSIMALARI

Sosyal medyanın yaygınlaşması, bireylerin psikolojik, sosyolojik ve dini yönelimleri üzerinde etkili olmaktadır. Araştırmalar sosyal medyanın dini boyutta da çeşitli etkileşimlere neden olduğunu göstermektedir.

Sosyal medyadaki dini içeriklerden etkilenebilen katılımcılar kendilerini şöyle ifade etmişlerdir:

“Evet, düşüncemi olumlu etkiliyor. Olumsuz paylaşımlar biraz dini bilgim olduğu için beni etkilemiyor. İbadet konusunda da olumlu etkiliyor, bazı videolar ve nasihatlerden etkiliyorum, ibadet yapma isteğim artıyor. Örneğin, namaz kılarken aklıma birçok şey geliyordu bende vesvese oluşturdu ama izlediğim bir videoda Allah seni huzuruna kabul ettiğine göre bu vesveseye gerek yok diyordu, güzelce anlatıyordu. Onu izleyince biraz daha rahatladım ve vesveselerim azaldı. Yani sosyal medyada gördüğüm bazı paylaşımlar dua etme sıklığımı arttırıyor, mesela bazen ihtiyaç sahiplerini de hatırlatıyor.

²¹³ Emel Uzun Yedekci - Filiz Aydoğan Boschele, “Sosyal Medyada Dışıl Söylemin İnşası: Instagram Örneği”, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 8/2 (31 Aralık 2022), 118.

Öğrenci olsam da elimden geldiği kadar sokakta gördüğüm bir ihtiyaç sahibine yardımcı oluyorum. Mesela bazı şükretmeye dair paylaşımlardan etkileniyorum ve Allah'a şükürüm artıyor.” (K1, K, İ)

“Olumlu etkiliyor bazen aslında, örneğin bir paylaşımda diyor ki, giden bir şey için üzülmüyor musunuz? Yemin ederim ki sizin için hayırlı olsaydı kalırdı falan. Yani Allah size hayırlı kılsaydı zaten olacaktı. Bu sana huzur veriyor. Aslında seni bazı şeyler olumlu etkiliyor diyebiliriz, olumsuz etkilemiyor. Mesela Ahbap Derneğine bağış yaptığım oluyor.” (K16, K, F.E)

Yine K22 ve K27, internetten olumlu yönde etkilendiklerini ve bazı paylaşımların sevaba vesile olduğunu söylemişlerdir.

Sosyal medyanın olumsuz yönlerini ifade eden öğrenciler de olmuştur:

“Yani bazen bazı insanların dine karşı saldırgan tavırları beni tedirgin ediyor. Bir de bazı din hocalarının çok farklı görüşteki tepkileri beni endişelendiriyor. Bugünlerde viral olan başörtüyü çıkarma ve influencerlar'ın bunları teşviki beni şaşırtıyor gerçekten. Hatta bazen ben de bununla imtihan olur muyum tesettürden soğur muyum diye bile düşünebiliyorum. Sonra bunun olmaması için dua ediyorum.” (K2, K, İ)

“Mesela bir tanesi konuşurken bağırarak konuşuyor ve öyle bir hikaye anlatıyor ki sanki Yunan mitolojisinden anlatıyor. Ve o beni, mesela ben inançlı biri olmuş olsam ve yaşımda genç olsa ben onun anlattıklarından yola çıkarak dinden çıkarım. Birkaç kişi daha var. isim verebilir miyim bilmiyorum. Hüseyin Çevik olsun, Cübbeli Ahmet Hoca olsun...Adam yani sanki belli ki getto bir mahalleden çıkmış eski hapçılardan, ben öyle tahmin ediyorum. Adana'da yaşadığım için biliyorum bu tipleri, kafaları güzel bir şekilde hikaye anlatıyorlar. Yani akla, mantığa ve gerçekten inanacağınız dinin aslına sığınmayan şeyler anlatıyor. Böylece gerçekten bilinçsiz ateistler de ortaya çıkarmaya başladı. Saldırgan ateistler de ortaya çıkarmaya başladı. Çünkü ateist olmak da kolay bir şey değil. Bunu gerçekten temel, sağlam temellere dayandırman lazım. Ben elimden geldikçe her zaman güncel bir şekilde sağlam temele dayandırmaya çalışıyorum. Ben bugüne kadar dini bir saldırıda bulunmadım kimseye. Vay sen nasıl inanırsın sen işte aptalsın

ahmaksın diye. Ama bakıyorum yeni gençler arasında bildiğin saldırganlık var. Annesine babasına saldıran var mesela. İşte bunun sebebi bu sosyal medyalarda çıkıp bu tür konuşmaları yapan Hacı, Hoca. Kendini işte alim hoca diye tanıtan insanlardan dolaydır mesela.” (K10, E, F.E)

“Mesela bir tane YouTuber var. Dinlediğim zaman hani gerçekten şey diyorum bazen şüphe ediyorum. Dinle ilgili şüphelerimi arttırıyor. İster istemez gerçekten ama bir anda hani diğerlerini dinlediğim zaman da böyle ibadete başlayasım geliyor. Dediğim gibi kişiden kişiye göre değişiyor.” (K17, E, E.F)

Sosyal medyanın dua ve hayır işleri üzerindeki etkisi konusunda da farklı düşüncelere sahip olan öğrenciler bulunmaktadır:

“Şöyle aslında güzel güvenilir olduğu zaman güzel, çünkü farklı farklı yerlerden durumu olan insanlar yardım etmek istedikleri kişilere karşı güzel bir etkinlik aslında. Cüz alma oldu tabii. Bağış da oldu daha çok. Normal yardım olarak hani bu daha çok kuyu açma olsun, farklı şeyler olsun.” (K12, E, F.E)

“Gazze ve Filistin, aynı zamanda Doğu Türkistan ve Afrika için yardımda bulunduğumuz oldu. Bu tarz yerlerde problemler olduğunu yavaş yavaş öğrendikçe bir sorumluluk bilinci geliştirmeye başladım. O zamandandır mümkün olduğu kadarıyla, düzenli olmasa da karşıma çıkan fırsatlar neticesinde Çad’ da su kuyusu açmak, iftar yemekleri vermek ya da kurban kesmek gibi etkinliklere mümkün olduğunca katılım sağlıyorum. Zikir çektiğim oluyor sosyal medyadan rica edildiği zaman.” (K8, E, E.F)

K14 ve K30 gibi sosyal medyadan hayır işi yapmak isteyip güven problemi yaşayanlar da bulunmaktadır.

Mülakatlar, Siirt Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medyanın dini yaşamları üzerindeki etkilerini farklı şekillerde deneyimlediklerini ortaya koymaktadır. Öğrencilerin büyük bir kısmı, sosyal medyanın dini bilgi edinme, ibadet düzenleme ve hayır işlerine katılma gibi konularda olumlu katkılar sunduğunu ifade etmektedir. Özellikle dini içeriklerin, ibadet etme isteğini artırdığı ve inançlarını güçlendirdiği yönündeki ifadeler dikkat çekicidir. Bununla birlikte, bazı öğrenciler sosyal medyanın

olumsuz yönlerine de işaret etmektedir. Yanlış veya çelişkili bilgiler, dini şüpheler oluşturabilmekte ve bu da bireylerin inançlarını sorgulamasına yol açabilmektedir. Ayrıca, zaman kaybı ve dikkat dağınıklığı gibi unsurlar da sosyal medyanın olumsuz etkileri arasında sayılmaktadır. Dua ve hayır işleri konusundaki görüşler ise çeşitlilik göstermektedir. Bazı öğrenciler, sosyal medya üzerinden yürütülen bağış kampanyalarına katıldıklarını ve bu sayede yardımseverlik bilincinin arttığını belirtirken; bazıları bu tür kampanyaların güvenilirliğinden endişe duymaktadır. Tüm bu bulgular, sosyal medyanın öğrencilerin dini hayatlarını hem destekleyen hem de zaman zaman zorlayan çok katmanlı bir alan olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, öğrencilerin sosyal medyayı bilinçli, eleştirel ve dengeli bir şekilde kullanmaları, dini kimliklerini daha sağlıklı biçimde geliştirmelerine katkı sağlayabilir.

2.10. FARKLI İNANÇLARLA DİJİTAL DİYALOG: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN ONLINE DENEYİMLERİ

Dijital iletişim, farklı inançlara sahip bireylerin etkileşimini kolaylaştırmıştır. Sosyal medya sayesinde üniversite gençliği, farklı dini görüşlerle iletişim kurarak dinî kimlik ve hoşgörülerini geliştirmektedir. Çalışmamız, bu online etkileşimlerin düzeyini incelemeyi hedeflemektedir. Bu anlamda katılımcılara “*Farklı dini görüşten birileriyle online etkileşimde bulduğunuz oldu mu? Ne tür konularda görüştiniz? (Ateist Hristiyan Budist vb.)*” şeklindeki sorular yöneltilmiştir. Bazı katılımcılar, çeşitli online görüşmelerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

“Evet, eskiden çok uzun zamandır sosyal medya kullandığım için oyunlardan olsun, farklı yerlerden olsun, farklı topluluklardan olsun çok fazla yabancı uyruklu ve farklı dini inançlara sahip insanlarla tanışma fırsatı buldum. Bu insanlar genelde Batı kaynaklıydı. Genelde arkadaşlık üzerine olduğu için ilişkilerimiz dini konulara çok girmezdik. Ama dini konular olduğu zaman mesela Ramazan'da veyahut da Paskalya'da birbirimizle iletişim halinde olduğumuz için neler yaptığımızı az çok biliyorduk birbirimizin. Hristiyan, Ateist, Deist bunlar vardı. Hristiyan olanlarla iletişimimizde dini anlamda olsun, dini olmayan anlamda olsun problem olmazdı genelde. Çünkü hem onlar bize karşı anlayışlı hem de biz onlara karşı anlayışlı davranıyorduk. Paskalya'da biz onların Paskalya'sını kutlardık. Ramazan'da onlar bizim

orucumuzu kutlardı. Bayramlarda birbirimize mesajlar yollardık. Ateistler için çok bu durumu savunamayacağım maalesef. Ateistlerde biraz şey var. Hani nasıl desem akıl yoluyla, bilim yoluyla bir şeyleri bulmaya çalışmaktan kaynaklı gelen bir durum sanırım bu. Bilime güvendikleri için ben yok olduğuna inanıyorum. Çünkü bilim bunu söylüyor. Sen de akıllı bir insansan bilime inanmak zorundasın. Bilim yok diyor. Sen de yok de. Ateistlerle görüştiğimiz konular Allah'ın varlığına dair tartışmalardı diyebilirim. Hristiyanlarla daha çok kutlama üzerine bir iletişimimiz vardı. Hristiyanlarda bir tanrıya inandığı için problem olmuyordu.” (K8, E, E.F)

“Yani Hristiyan bir insanla sohbetim olmuştu. Peygamber demişti sanırım, sizin dininiz size, benim dinim bana demişti. O şekilde bir sonuç çıkardım. Uyarı yaparsın. Hani dersin hak dini budur. Ama inanmıyorsa da yapacağın bir şey yok.” (K11, E, F.E)

“Farklı dinden biriyle online etkileşimde bulunmasam da telegram uygulaması üzerinden İran’da yaşayan Şii biriyle dini konuları tartıştık fakat çok farklı görüşte olduğumuzu fark ettim daha sonra zamanla iletişimimiz kesildi.” (K2, K, İ)

K1 de bir ateistle yüz yüze kötülük problemine dair görüşüğünü fakat sonuç alamadığını dile getirmiştir.

Bu etkileşimlerden anladığımız kadarıyla, genellikle dini konuları tartışma, farklı inançları anlama veya genel sohbet etme şeklinde görüşmeler gerçekleşmiştir. Bazı öğrenciler, bu etkileşimlerin kendilerine farklı bakış açıları kazandırdığını ve hoşgörüyü geliştirdiğini ifade etmiştir: *“Güzel bir şey olmuştu aslında. Farklı bir bilgi, farklı bir şey. Bizzat kendi Hristiyan olan bir insandan Hristiyanlığı dinlemek. Güzel gelmişti bana.” (K10, E, F.E)*

Bazıları ise tartışmaların sonuçsuz kaldığını veya şüpheye yol açtığını belirtmiştir: *“Evet, oldu. Yani telefondan whatsapp üzerinden oldu ama aslında bazen ateistler bana mantıklı geliyor ama sürekli görüşmüyorum.” (K21, K, F.E.)*

Katılımcıların önemli bir kısmının ise bu tür etkileşimlerden kaçındığı veya hiç deneyimlemediği görülmüştür: *“Farklı dini görüşten birileriyle online etkileşimde bulunmadım.” (K4, K, F.E) Hiç olmadı. Yüz yüze de olmadı. (K22, K, S.B.)*

“Yok çok şükür. Bir de onların dini bilgileri daha çok bence bizlere göre. Çünkü onlar daha çok araştırıyorlar. O yüzden yani bu ateistliği, deistliği tercih ediyorlar. O yüzden bir hoca demişti ki ateist ve deist ile çok konuşmayın, dinden çıkabilirsiniz. O yüzden çok konuşmam yani.” (K28, K, E.F.)

Bu soruya verilen diğer cevaplar da incelendiğinde, katılımcıların çok büyük bir kısmının farklı inanç ve görüşten kişilerle online etkileşimde bulunmadıkları görülmüştür.

Mülakat sonuçları, öğrencilerin bir kısmının online veya yüz yüze farklı inançlara sahip bireylerle etkileşimde bulunduğunu göstermektedir. Siirt Üniversitesi öğrencilerinin farklı dini görüşlerden kişilerle etkileşimlerinde belirgin farklılıkların, karmaşıklığın ve çeşitliliğin olduğu görülmektedir. Öğrencilerin bu etkileşimlere yönelik tutumları, kişisel deneyimler, inançlar ve sosyal çevre gibi çeşitli faktörlerden etkilendiği düşünülmektedir.

2.11. SOSYAL MEDYA VE AİLE: DİJİTAL ARAÇLARIN AİLE İÇİ DİNİ İLETİŞİM VE İLİŞKİLERE ETKİSİ

Günümüzde internet ve sosyal medya, bireylerin aile içi iletişim biçimlerini değiştirmektedir. Özellikle gençler, bu dijital araçları hem aile bireyleriyle haberleşmek hem de dini içerikleri paylaşmak için kullanmaktadır. Ancak bu durum, aile içi iletişimde hem olumlu hem de olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Biz de çalışmamızda katılımcıların sosyal medya ile irtibatlarının onların aile içi ilişkilerini nasıl etkilediğini tespit etmek için *“İnternet veya sosyal medya aile ilişkilerinizi, ailenizle olan dini etkileşiminizi ve etkinliklerinizi olumlu ya da olumsuz olarak etkiliyor mu? Açıklar mısınız?”* şeklindeki soruları sorduk. Söz konusu soru, internet veya sosyal medyanın aile ilişkilerini, özellikle dini etkileşim ve etkinlikler açısından olumlu ya da olumsuz etkileyip etkilemediğini incelemeyi amaçlamıştır.

Bir katılımcı sosyal medyanın olumsuz etkisini şöyle ifade etmektedir: *“İnternet ve sosyal medya kullanımı bazen aile ilişkilerimizi olumsuz yönde etkileyebiliyor. Eskiden ailece daha güzel vakit geçirebiliyorduk. Şimdi ise telefon, televizyon, bilgisayarla uğraştığımız için anne ve babam bu durumdan şikayet ediyor.” (K1, K, İ)* Benzer şekilde,

çevresine göre yaşı daha ileri olan bir katılımcı: *“Kendi gençliğinde ailelerin televizyon izlemek ve tartışmak için bir araya geldiğini, ancak şimdiki gençlerin sürekli telefon, TikTok ve Youtube ile meşgul olduğunu ve bunun etkileşimi ciddi şekilde kopardığını belirterek kuşak farkına dikkat çekmektedir.”* (K10, E, F.E)

K30, büyüklerle iletişimde telefon kullanımına karşı çıkarak ziyaret edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. K32 de aile içi iletişimin yemeklerden ibaret olduğunu ve etkileşimin azaldığını belirtmiştir. Bu konuda yapılan bir araştırmaya göre, sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte aile bireyleri zamanlarını artık aile içi etkinlikler yerine sosyal medyada geçirmektedir. Sosyal medyanın bağımlılık yapıcı etkisi de bu durumu pekiştirmektedir. Bu nedenle insanlar birbirleriyle ilgilenmek yerine sosyal medyayı tercih etmekte ve zamanla birbirlerinden uzaklaşmaktadır. Oysa aile içinde birlikte yapılan etkinlikler, sıcak bir aile ortamı oluşturmak ve güçlü bağlar kurmak açısından oldukça önemlidir. Ayrıca sosyal medyanın aşırı kullanımı, bireylerde stres bozukluğuna yol açarak aile içinde geçimsizlik ve uyumsuzluklara da sebep olabilmektedir.²¹⁴

Buna karşılık, bazı katılımcılar, olumlu etkiler bildirmiştir. Örneğin bir katılımcı:

“İnternet ve sosyal medya aslında aile ilişkilerimizi olumlu etkiledi diyebilirim. Mesela Instagram’da bir aile grubu oluşturduk ve birbirimize reels’lar, mesajlar atıyoruz. Bazen dini bilgilendirme videoları, bazen mizahi ve hayata dair videolar atıyoruz. Birbirimizle paylaşımlarda bulunuyoruz ve kardeşlerimle her birimiz farklı şehirlerde olduğumuz için de bu durum iletişimimizi kuvvetlendiriyor.” (K3, K, F.E)

diyerek bu konunun olumlu yönüne değinmiştir. K4, K11 ve K31 de bu noktada olumlu olan bakış açılarını yansıtmışlardır.

Bazı katılımcılar ise hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaşadıklarını, sosyal medyanın aile dinamikleri ve dini pratikler üzerindeki etkisinin karmaşık olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin K2 bu durumu şöyle açıklamıştır:

²¹⁴ Varsak, “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”, 94.

“İnternet veya sosyal medya aile ilişkilerimizi hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Örneğin bazen dini paylaşımları birbirimize mesaj olarak gönderip bilgi edinmekteyiz. Bazen de aileme farklı gelecek bazı dini görüşleri paylaşıncaya da çok vakit geçirince kendilerinin olumsuz tepkisiyle karşılaşmaktayım. Yani hem olumlu hem de olumsuz etkisi oluyor diyebilirim.” (K2, K, İ)

K18 de ailesinin sosyal medyada geçirilen zamandan şikayetçi olduğunu bununla birlikte hayata dair değerlerini ve inançlarını paylaşma aracı olarak da gördüklerini söylemiştir.

Son olarak, bazı öğrenciler de, sosyal medyanın aile ilişkileri veya dini etkileşimleri üzerinde belirgin bir etkisinin olmadığını bildirmiştir: *“Olumlu ya da olumsuz etkilemiyor nötr ya hiçbir şekilde etkilemiyor.” (K6, K, E.F)* *“Hiçbir olumlu olumsuz iletişimimiz, olmuyor ailece. Çünkü pek internetle ilişkileri yok.” (K9, E, İ)*

K14 ve K16 da benzer şekilde durumu ifade etmişlerdir.

Tüm veriler birlikte değerlendirildiğinde, sosyal medyanın aile ilişkileri ve aile içi dini etkileşimler üzerindeki etkisinin tek yönlü olmadığı görülmektedir. Bazı katılımcılar, sosyal medyanın aşırı ekran süresi nedeniyle yüz yüze iletişimi azaltarak aile bağlarını zayıflattığını ve aileyle geçirilen kaliteli zamanı olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Diğer yandan, sosyal medyanın uzaktaki aile bireyleriyle iletişimi sürdürme, dini içerikleri paylaşma gibi olumlu işlevleri olduğu da vurgulanmıştır. Katılımcıların önemli bir kısmı ise sosyal medyanın ailelerinin dini yaşamı üzerinde nötr ya da sınırlı bir etkisi olduğunu ifade etmiştir. Bu farklılıklar, sosyal medyanın etkisinin kişisel deneyimler, aile yapısı ve kullanım biçimlerine bağlı olarak değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle sosyal medyanın aile ilişkileri ve dini etkileşimler üzerindeki etkileri değerlendirilirken hem potansiyel riskler hem de olumlu katkılar bütüncül bir yaklaşımla ele alınmalıdır.

2.12. GENÇ DİNDARLIK VE DİJİTAL ETKİLEŞİM: GÜNDEMDEKİ DİNİ TARTIŞMALAR GENÇ İNANIŞLARI NASIL ETKİLİYOR?

“Dini hayat”, bireyin inançları, ibadetleri ve toplumsal ilişkileriyle şekillenen manevi ve sosyal yönünü kapsar. Din, farklı toplumsal bağlam ve tarihsel dönemlerde

çeşitli biçimlerde yorumlanır; bu yorumlar mezhepler, cemaatler ve dini zihniyetler aracılığıyla ortaya çıkar.²¹⁵ Dijital çağda ise dini tartışmalar sosyal medyada farklı bir görünüm kazanmakta, özellikle gençlerin dini bilgiye ulaşma ve inanç oluşturma süreçlerini etkilemektedir. Bu platformlar, dini içerikleri ekonomi, siyaset ve kültür gibi alanlarla ilişkilendirerek bazen çelişkili tartışmalara da zemin hazırlar. Bu çerçevede, Siirt Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medyada yer alan dini tartışmalardan nasıl etkilendiklerini ve hangi konuları takip ettiklerini tespit etmek için katılımcılara, “Gündemdeki dini tartışmalar sizin dine bakışınızı etkiler mi?” ve “Takip ettiğiniz dini platformlardaki genel dini tartışma konuları nelerdir?” şeklindeki sorular yöneltilmiştir.

Bazı katılımcılar, kendi sağlam inanç temelleri veya bu tartışmalardan bilinçli olarak uzak durma tercihlerini şu şekilde belirtmişlerdir: “Gündemdeki dini tartışmalar dine bakış açımı, düşünce sistemi mi pek etkilemiyor çünkü kendime ait belli sınırları olan bir inancım var ve farklı görüşlerden çok fazla etkilenmiyorum”(K1, K, İ) Diğer bir katılımcı ise, “Kafamı karıştırmamak için genel olarak din tartışılan ortamlardan uzak durmayı tercih ediyorum”(K5, K, F.E) şeklinde bir duruş sergilemiştir. Eğitim fakültesinden bir katılımcı da: “Gündemdeki tartışmalar sadece güdeme gelmek için yapılan tartışmalar bence. Bakış açımı etkilemiyor.” (K7, K, E.F) diyerek etkilenmediğini belirtmiştir. K24 ve K26 da benzer şekilde etkilenmediklerini ifade etmişlerdir.

Bazı katılımcılar gündemdeki tartışmaların kafa karışıklığına neden olduğunu dile getirmiştir: “Tanrı var mı yok mu tartışması hep var. Evet, etkiliyor illa ki şüpheye düştüğün zamanlar oluyor. Hani olumsuz da etkiliyor bazen, olumlu etkilediği de oluyor. Çünkü çok düşünüyorsun ve sorgulamaya giriyorsun. Sorgulamak güzel bir şey.” (K16, K, F.E) Diğer bir katılımcı, farklı yorumların kafasında soru işareti oluşturduğunu belirtmiştir:

“Etkiliyor ya. Kur'an'da hani farklı bir şey oluyor ya. Farklı dini şeyler, bir adam bunu farklı yorumluyor. Sonra bilmiyorum benim kafamda da böyle şey oluşmaya başlıyor. Soru işareti oluşmaya başlıyor. Mesela karşıma çıkıyor, şu konuda şöyle bir fetva verilmiştir diyor. O konuda biraz karmaşaya sebep

²¹⁵ Mustafa Tekin, “Türkiye Toplumunun Dinî Hayatında Postmodern Tezahürler”, *Journal of Istanbul University Faculty of Theology* 25 (07 Mart 2012), 6.

oluyor kafamdaki sorularla. Sonra direkt bunu zaten din hocama soruyorum.” (K19, K, E.F.)

K23 de kafa karışıklığına sebep olduğunu söylemiştir. K4, ilgisini çekmesi halinde konuyu daha fazla araştırdığını söylerken, K29 sorgulamamaya çalıştığını belirtmiştir.

Gündemdeki tartışmaların dine bakışını olumsuz etkilediğini belirten katılımcılar da bulunmaktadır: *“Olumsuz derecede etkileniyorum. Şu tartışmaları yapan insanların güvenilirliği yok zaten gereksiz buluyorum.” (K6, K, E.F)* demiştir. Diğer bir katılımcı ise:

“Dini olan birçok şey görüyorum mesela. İnanmadığım için sorun etmem. Çünkü benim tam aksine hoşuma gidiyor. Yani kendi kendilerine tartışmaları. Ama toplumu etkilemesi, şimdi toplum bilimcisi olduğum için toplumu etkiliyor mu? Bayağı etkiliyor. Benim de dine bakışıma etkiliyor. Olumsuz etkiliyor yani ben açık söyleyeyim.” (K10, E, F.E)

Gündemdeki tartışmaların dine bakışını olumlu etkilediğini belirten katılımcılar da vardır. Bir katılımcı, tartışmalardan olumlu yönde etkilendiğini vurgulayarak:

“Dine bakışımı sağlamlaştırıyor diyebilirim çünkü bir süre sonra zaten bakıyorsunuz konuşan insanlar belli başlı birkaç kişiden ibaret kalmış durumdalar. Konuşan insanların kim olduğunu ne olduğunu ne konuda konuştuğunu araştırdığın zaman, zaten konuştuğu konuyla alakalı onu yanlışlayan bir hadis veya başka bir ayet görebiliyorsun. O yüzden benim bakışımı sağlamlaştırıyor diyebilirim. Aslında dine bakışımı olumlu etkiliyor.” (K8, E, E.F) demiştir.

Bir diğer katılımcı ise kadın giyim tarzı konusuna değinmiştir: *“Yani hep olumlu bence. Mesela şey konuşuyorlar kadın giyim tarzı hakkında. Olumlu etkiledi beni aslında.” (K27, K, S.B.)* Bir katılımcı ise dini tartışmaların araştırmaya sevk ettiğini ifade etmiştir:

“Evet. Hani bazı dini sorular oluyor ya, neyin ne olduğunu biliyoruz ama başkalarının aklına soru işaretleri gelebiliyor. Hani eğer biri bu soruyu sorarsa ben ne cevap verebilirim? Bunun üzerine bazen araştırmalar

yapıyorum. Yani sana bir soru gelirse nasıl cevap verebilirsin diye aslında dini tartışmalara bakıyorsun yani.” (K32, E, E.F.)

Takip edilen dini platformlardaki genel dini tartışma konularına gelince, katılımcıların yanıtları bu platformlardaki çeşitliliği yansıtmaktadır. *“Genel olarak evlilik, aile hayatı, namaz. Mesela Nurettin Yıldız evliliğe dair gençlere öğüt veriyor. Gençlik için motivasyon veriyor. Çünkü mesela toplum baskısı da var. Gençleri mesela zora sokmuyor, dini sevdirmeye çalışıyorlar.” (K20, K, F.E.)* K1 ve K2 de ibadete yönlendiren ve ahlaki nasihatte bulunan konuların olduğunu söylemişlerdir.

Buradan anlaşıldığı üzere; ahlaki değerler, Tanrı’ nın varlığı, ibadetlerin uygulanışı, farklı mezheplerin görüşleri ve modern dünyada dini inançların yeri gibi genel dini konularından bahsedilmektedir.

Bununla birlikte, daha spesifik ve zaman zaman tartışmalı konular da gündeme gelmektedir. Suriyeli olduğunu ve Osman el- Hamisi isimli hocayı dinlediğini belirten katılımcı ise, *“Suudi Arabistan bölgesinden Osman el-Hamisi hoca kadınların giyim kuşamı tesettürünü anlatıyor. Bir de erkeklerin gözlerinin tesettürüne dair konuları tartışıyor. Daha çok ahlaki şeyleri ve giyim kuşamı, Müslümanlığa dair konuları tartışıyor, ben bunu takip ediyorum.” (K3, K, F.E)* demiştir. Bir katılımcı ise, takip ettiği platformlarda genel dini tartışma konularının cinsellik üzerine yoğunlaştığını söylemiştir:

Yaşar Nuri Öztürk gibi birkaç adam hariç, diğerlerin hepsi genelde cinsellik üzerine ve erkeğin cinsel hazını doyurma çabasına girmişler. Biraz açık konuşacağım. Mesela işte bir kız kaç yaşında evlenilebilir? Ya da işte bir kadın kocasına hayır dediği zaman cennete böyle yanar. Yahut da öldüğün zaman işte falanca huri sayısı gibi saçma sapan konuşmalar. Yani sanki işimiz gücümüz yok, tek sorunumuz cinsellikmiş gibi sürekli bundan dem vuruyorlar. Tamamıyla sapkın bir cinsellikten bahsediyorum, evlilik de değil mesela.” (K10, E, F.E)

Diğer bir katılımcı ise, ibadet anlayışına dair tartışmaları dile getirmiştir:

“Yani şöyle, bilmiyorum. Daha yeni bir şeyler çıktı oruçla ilgili. Hani diyor ya bir gün tutmazsan 61 gün kefareti yok. Onda kısasa kısas var dinde bire birdir diye. Ne bileyim her sene farklı şeyler çıkıyor. Hani bunu söyleyen insanlar da internette, televizyonda iftar programı yapan insanlar ve

etkiliyor. Hani insanın şimdi kafasında soru işareti kalıyor. Mesela bazı insanlar namaz kılmayı, ondan sonra hacca gitmeyi hani bu tür şeyleri de kıyaslıyor. Hristiyanlıkla kıyaslıyorlar mesela. Ben görüyorum genel olarak. Hani diyor onlar namaz kılmıyor. Onlar için içki içmek serbest. Bu tür karşılaştırmalı konular.” (K11, E, F.E)

Bir katılımcı da Tanrı'nın varlığı, hadislerin sahlıhlığı gibi konulara değinmiştir:

“Tartışma konuları; ilk baştaki zaten varlık, Tanrının varlığının olup olmaması. Genel olarak bu ya. Aslında takip ettiğim Caner Taslaman olsun, Mehmet Okuyan olsun, biraz dini anlamda da yani gündelik hayata dair de tartışmalara giriyor. Yani hadislere dair de tartışmalar oluyor. Hadisin normal hayatımız etkileri hani sahlıh olup olmaması. Çünkü şey oluyor yani genelde inanmayan kişilerin hadis üzerinden örnek verip dini biraz sözleşştirmeye çalışmaları oluyor ya. Onun için o olabilir. Bunun dışında normal gündelik hayatta yaptığımız yani kişilere karşı yapacağımız davranışlarımız nasıl hareket etmemiz gerektiğı ibadetlerimiz bunlar gibi şeyler.” (K12, E, F.E)

Diğer bir katılımcı ise, Cübbeli Ahmet Hoca gibi kişilerin vaazlarına değinmiştir. “(...) Özellikle Cübbeli Ahmet Efendi çok önüme çıkıyor bu sıra. Mesela verdiği vaazlar ya da ülkelerde din adı altında farklı görüşler belirtiyor. Genelde kadınlarla ilgili, eğitim ve farklı dallar adı altında kadınlara direkt hitap ediliyor.” (K18, E, E.F.)

Sağlık Bilimleri öğrencisi olan bir katılımcı da gündemdeki tartışmaları dile getirmiştir. “Gündemde sürekli dini tartışmalar olabiliyor. Bazen bu başörtüsü oluyor, bazen işte zekatla ilgili olabiliyor, maddiyatla ilgili olabiliyor. Hep bir dini tartışma var Türkiye’de.” (K22, K, S.B.)

Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencisi K27 ise “Sürekli Şii- Sünni hakkında tartışıyorlar. Kadın giyimi, böyle tam kapalı çarşaf giyimi en çok bunlar sanırım.” şeklinde cevap vererek Şii- Sünni tartışmaları ve kadın giyimine dikkat çekmiştir.

Türkiye’deki dini tartışma gündeminin sürekli değıştiğini belirten katılımcı da olmuştur: “Türkiye zaten çok tartışma olan bir ülke. Yani sürekli bir şey değışiyor. Sürekli gündem değışiyor. Dini anlamda. Yani çok sıkıntılı bir durum.” (K30, E, F.E.) Bir

katılımcı ise dini alet edip çıkar elde eden insanlara değinmiştir: *“Dini alet eden insanlar var ve diğer insanları dinden soğutuyorlar. Hani dini alet edip kötü şeyler yapıyorlar, çıkar elde ediyorlar. Bunun olduğuna dair tartışmalar ve eleştiriler var.”* (K32, E, E.F.)

K16 ve K17 ise Tanrı'nın varlığı meselesinin tartışıldığını söylemişlerdir.

Bazı katılımcılar ise dini tartışma platformlarını pek takip etmediklerini veya karşlarına çıkan konuların genellikle inanç üzerine olduğunu belirtmişlerdir. K14, dini tartışmaları hiç izlemediğini ve bu yüzden etkilenmediğini söylemiştir. K15, Agnostiklerin neden inanmadığı gibi konuların dikkatini çektiğini ve onların bakış açısını anlamaya çalıştığını belirtmiştir. K23, Ateistlerle yapılan ve ikna etme amacı güden tartışmaların yanı sıra, farklı inançların mitleri, mucizeleri ve efsaneleri gibi konuların ilgisini çektiğini ve bu tarz videoların önüne çıktığını ifade etmiştir. K24, savaşlar ve göçler gibi olaylar üzerinden "Allah neden müdahale etmedi?" gibi tartışma konularının gündeme geldiğini söylemiştir. K16, K17 ve K26, Allah'ın varlığına dair tartışmaların olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların bu sorulara verdiği yanıtlar, gençlerin dini konulardaki hassasiyetlerini, bilgi edinme yöntemlerini ve sosyal medyanın bu alandaki rolüne ilişkin farklı deneyimlerini yansıtmaktadır. Bu çeşitlilik, sosyal medyanın dini bilginin yayılması, farklı yorumların ortaya çıkması ve gençlerin inançlarını şekillendirmesi üzerindeki karmaşık etkisini göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, üniversite gençliğinin sosyal medyadaki dini tartışmalara farklı şekillerde maruz kaldığı ve bu tartışmalardan çeşitli biçimlerde etkilendiği görülmektedir. Siirt Üniversitesi öğrencilerinin bu tartışmalara karşı karmaşık ve çok yönlü bir yaklaşım sergilediği anlaşılmaktadır. Gündemdeki dini konular, katılımcıların inançlarını doğrudan değiştirmekten çok, onları sorgulamalarına, pekiştirmelerine ya da zaman zaman kafa karışıklığı yaşamalarına neden olmaktadır. Bazı öğrenciler sağlam dini bilgiye sahip oldukları ya da bu tür tartışmalardan uzak durdukları için daha az etkilenirken, bazıları bu tartışmaları öğrenme ve düşünme fırsatı olarak görmektedir. Sosyal medyada ele alınan dini konular oldukça çeşitlidir; ibadet ve ahlâktan toplumsal cinsiyet rollerine, mezhep yorumlarından inançlara yönelik eleştirilere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu durum, gençlerin dijital ortamda karşılaştıkları dini bilgilerin hem zengin hem de çelişkili olabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, sosyal

medya üniversite gençliği için dini etkileşimi hem kolaylaştıran hem de zorlaştıran bir alan haline gelmiştir ve bu platformlardaki içerikler, bireysel inançların şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

2.13. TEBLİĞ Mİ, TAHRİF Mİ? GENÇLERİN SOSYAL MEDYADA DİNİ ANLATIYA BAKIŞI

Günümüzde dijitalleşmeyle birlikte dini bilginin sunumu ve yayılması sosyal medya gibi yeni mecralara taşınmış; bu durum, dijital alanların bir tebliğ aracı olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini önemli bir tartışma konusu haline getirmiştir. Bu kapsamda katılımcılara “*İnternetin günümüzün tebliğ, irşat mecrası olması konusunda ne düşünüyorsunuz?*” sorusu yöneltilmiştir.

İnternetin tebliğ ve irşat için verimli bir mecra olduğunu düşünen katılımcılar, genellikle geniş kitlelere ulaşma hızına ve imkanına vurgu yapmıştır: “*İnternet günümüzde tebliğ için önemli bir mecra haline geldi. İnsanlara hızlı ve geniş çapta ulaşma imkânı sunduğu için dini bilgilerin yayılmasını kolaylaştırıyor.*” (K4, K, F.E) diyerek bu potansiyele dikkat çekmiştir. Bir diğer katılımcı da: “*Bence de öyle. Çünkü ben buradan hiç tanımadığım birine ulaşabiliyorsam ya da ben hiç tanımadığım insanların videosunu görebiliyorsam bence bu etkilidir. Tebliğ yeri diyebiliriz.*” (K18, Erkek, E.F.) Diğer bir katılımcı, İngilizce konuşan imamlar örneğini vermiştir: “*Evet. Çok güzel bir şey bu. Mesela şu an İngilizce konuşan imamlar var. Mesela çıkıp İngilizce konuşuyorlar. İnsanlar yani İngiliz insanlar bunun hakkında doğru bir bilgi ediniyorlar. Bu da tebliğ noktasında etkili yani.*” (K27, K, S.B.) K5, K8 ve K17 de internetin dini yaymak için iyi bir mecra olduğunu söylemişlerdir. Eğitim Fakültesi öğrencisi olan K32 de Müslümanların bu mecrada olup dini yayması gerektiğini vurgulamıştır.

Bu bağlamda Okumuş’ un yaptığı çalışmada şu sonuçlara ulaşılmıştır: Dini yükümlülükler açısından medyaya sosyolojik bir perspektiften yaklaşıldığında, medyanın aynı zamanda bir tebliğ aracı olduğu ileri sürülebilir. Benzer şekilde, İslam’ın temel prensiplerinden olan emr bi’l-ma’rûf ve nehy ani’l-münker (iyiliği emretme ve kötülükten nehyetme) ilkesi gereğince, Müslüman toplumun vazifesi, toplumsal yaşamın her alanında, uluslararası ilişkilerde, ailede, siyasette, ekonomide ve eğitimde, iyiliği, doğruyu, hakkı ve hukuku yaymak; bunun karşısında yer alan kötülük, çirkinlik, yalan,

haksızlık ve hukuksuzluk gibi olumsuzluklarla mücadele etmek ve insanları bunlardan sakındırmaktır. İşte din-toplum ilişkileri bağlamında, medyanın hangi türü kullanılırsa kullanılsın, tebliğ faaliyetlerinin ve iyiliği yayma, kötülükleri engelleme çabasının sürdürülmesi büyük önem taşımaktadır.²¹⁶ Bizim çalışmamızda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Öte yandan, internetin tebliğ ve irşat mecrası olması konusunda ciddi endişeleri olan veya bunu doğru bulmayan katılımcılar da bulunmaktadır. Bu endişeler genellikle bilgi kirliliği, yanlış yönlendirme potansiyeli, samimiyetsizlik ve dinin ticarileştirilmesi gibi konular etrafında yoğunlaşmaktadır. Bir katılımcı, *"Ben tarikatlara şeyhlere hepsine karşıyım zaten, asla internetten dini bilgi yayılmasını doğru bulmuyorum, çünkü dinin böyle yayılmaması gerek diye düşünüyorum, doğru bir yer değil diye düşünüyorum"*(K6, K, E.F) diyerek karşı çıkmıştır. Diğer bir katılımcı, dinin gelir kapısı olarak görülmesine yönelik eleştirisini: *"Yani bir yandan faydalı, bir yandan da bu suistimal ediliyor. Çünkü daha fazla gelire ulaşabilirler bunu gelir kaynağı olarak görüp daha farklı yerlere çekerler. Esas amaçları tebliğ değil aslında"* (K7, K, E.F) şeklinde dile getirmiştir.

Başka bir katılımcı sosyal medyada verilen yanlış veya eksik bilginin gençleri dinden uzaklaştırdığını belirtmiştir:

"Bence olmaması gerekiyor ve olumsuz yönlerde etkiliyor. Gerçekten şu anki gençleri sen kandıramazsın mesela. Sen bugün tebliğ edeceksin diye kalkıp yanlış bir kelime ya da yanlış bir şekilde dini anlatırsan gençler internetten hemen gerçeğini bulup o anda bu din yalandır deyip soğuyor ve gidiyor. Aslında tebliğ etmiyorsun. Uzaklaştırma çabasına gidiyorsun. O yüzden ben sosyal medyalarda ya da sosyal mecralarda bunların yapılmasına bizzat kendim tavsiye etmiyorum yani, yanlıştır." (K10, E, F.E)

K13 güven sorunu yaşadığını belirtirken diğer bir katılımcı da bilgi kirliliğine değinmiştir: *"Yani şimdi her kafadan farklı bir ses çıkıyor. Herkes farklı yorumladığı için net bilgilendirme olduğunu düşünmüyorum. Yani bir tebliğ yeri değil orası. Bir bilgi, bir kirliliği var. Tam bir din yayma yeri değil."* (K19, K, E.F.) K14 ve K15 de benzer bir

²¹⁶ Ejder Okumuş, "Din Bağlamında Medya – Toplum İlişkileri", *Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi* 8/1 (31 Mart 2024), 63.

görüş bildirmişlerdir. Bir katılımcı, *"İslam internetten yayılmamalı. Bir araştırma söz konusu olmalı. Sorup soruyoruz, soruşturulmalı. Direkt internete yönelinmemeli bence."* (K24, K, E.F.) diyerek geleneksel yöntemleri ve araştırmayı ön plana çıkarmıştır. Diğer bir katılımcı, bazı gruplara (tarikât/mürît gibi) bağı kalma durumunu eleştirmiştir: *"Yani şöyle şu şeyler oluyor ya. Ne diyorlar ya? Bunlar hani şeyh mürit. Mesela tarikât onlara mesela çok bağı kalınıyor. Mesela sevmem onları. Herkes kendine bağlamaya uğraşıyor sanki internette konuşarak. Tebliğ yeri olmamalı."* (K25, K, F.E.)

Bazı katılımcılar ise sosyal medyanın tebliğ noktasında, kullanım şekline değinmiştir:

"Bireylerin interneti ve sosyal medyayı kullanım şekline göre tebliğ söz konusu da olabilir ancak bazı durumlarda kötü örneklik de teşkil edebilir. İnsanlar dine dair bilgiler bulabilir ve etkilenebilir ancak bazı platformlar örneğin TikTok gibi uygulamalar bu durumun tersine sebep olabilir. Orada yayınlanan dine aykırı paylaşımlar başka insanlar için kötü örneklik içerebilir yani bu durum kişinin yönelimine göre değişiklik arz eder, insan ne ararsa aslında onu bulur." (K1, K, İ)

Bir katılımcı ise, internette farklı dinlere de yönelim konusuna değinmiştir:

"Aslında işte bir bakımdan iyi, bir bakımdan da kötü. Hani küreselleşmeyle beraber mekân, zaman kavramı ortadan kalkıyor. Herkes istediği zaman istediğine erişebiliyor ya. Bundan dolayı isteyen araştırıp her şeyini baştan sona kadar bulabilir. E tabi bu şey de doğurabiliyor. Hani diğer dinleri de görebiliyorsun. Yani bir sürü din var. Bu dinlere karşı da bir yaklaşım olabiliyor. Mantıklı bulup o dinlere de yaklaşım olabiliyor. Hem olumsuz hem olumlu etkileri vardır bence ya." (K12, E, F.E)

K23 ve K29, tebliğin kişinin izlediği şeylere bağı olduğunu, dini içerikler izliyorsa tebliğ olacağını, aksi takdirde olmayacağını belirtmiştir. K30, tebliğ-irşat mecrası olabilmesi için, düzgün ve hoşgörölü bir dille anlatılması gerektiğini vurgulamıştır. K31, internetin tebliğ için çok iyi olduğunu düşünmekle birlikte, dini anlayışı "zedeleyen de çok aslında" diyerek olumsuz örneklere de dikkat çekmiştir.

İnternetin bir tebliğ ve irşat mecrası olup olmadığına dair soruya verilen yanıtlar, üniversite gençliği arasında bu konuda farklı ve çeşitli görüşlerin bulunduğunu

göstermektedir. Katılımcıların bir kısmı internetin bu amaç için etkili ve önemli bir araç olabileceğini düşünürken, bir kısmı ciddi çekinceler dile getirmekte, bir kısmı ise kullanım şekline ve niyete bağlı olarak olumlu ya da olumsuz sonuçlar doğurabileceğini belirtmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, Siirt Üniversitesi gençliğinin sosyal medyanın bir tebliğ ve irşat mecrası olma potansiyelinin farkında olduğu ancak bu potansiyelin barındırdığı riskler konusunda da bilinçli olduğu görülmektedir. Yaygın görüş, internetin doğru bilgi, güvenilir kaynaklar ve samimi bir niyetle kullanıldığı takdirde geniş kitlelere ulaşmada etkili bir araç olabileceği yönündedir. Ancak bilgi kirliliği, yanlış yönlendirme, samimiyetsizlik ve dinin istismarı gibi faktörler, bu mecranın güvenilirliğini ve tebliğdeki etkinliğini zedeleyen önemli sorunlar olarak algılanmaktadır. Gençler, internetteki dini bilgilere temkinli yaklaşmakta ve bilgiyi sorgulama, farklı kaynaklarla karşılaştırma veya geleneksel otoritelere başvurma gibi yöntemlerle teyit etme ihtiyacı hissetmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, dijital çağın sunduğu iletişim olanaklarının üniversite gençleri üzerindeki etkilerini, özellikle dini etkileşimler bağlamında değerlendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Sosyal medyanın dini yaşantıya olan etkisini anlamaya yönelik yürütülen bu araştırma, hem teorik temellere hem de nitel saha verilerine dayanarak dijitalleşmenin din sosyolojisinde yarattığı dönüşümü çok yönlü bir biçimde ortaya koymuştur.

Tezin teorik kısmında yapılan literatür incelemesinden hareketle tarihsel süreçte geleneksel medya ile yeni medya arasında belirgin farklılıkların olduğu ve özellikle yeni medyanın bireylerin inanç sitemleriyle kurduğu ilişkiyi yeniden şekillendirdiği sonucuna varılmıştır. İçinde yaşadığımız dönemde Yüz yüze gerçekleşen geleneksel dini pratiklerin yerini, dijital ortamlarda sürdürülen bireysel ve çoğu zaman anonim dini deneyimlerin aldığı görülmektedir. Sosyal medya, artık yalnızca bilginin aktarıldığı bir mecra değil; aynı zamanda dini kimliğin sergilendiği, ibadetlerin farklı biçimlerde yaşandığı ve sanal dini toplulukların olduğu yeni bir kamusal alan işlevi gördüğü sonucuna varılmıştır.

İkinci bölümde sunulan mülakat bulguları, bu kuramsal çerçevenin saha üzerindeki yansımalarını gözler önüne sermiştir. Siirt Üniversitesi'nin farklı fakültelerinden seçilen 32 öğrenciyle yapılan derinlemesine görüşmeler neticesinde, üniversite gençliğinin sosyal medyada dini içeriklerle kurduğu ilişkinin oldukça farklılaştığı ve çok boyutlu bir yapı arz ettiği görülmüştür. Gençlerin sosyal medyayı yalnızca eğlence, haber alma veya vakit geçirme amacıyla değil; aynı zamanda dini bilgi edinme, dini düşüncelerini ifade etme ve inanç bakımından benzer kişilerle dijital etkileşim kurma aracı olarak da kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların sosyal medyadaki içeriklere karşı farklı tutumlar benimsediği sonucuna varılmıştır. Örneğin katılımcıların önemli bir bölümünün dini içerikleri takip ettiği; ancak bu içerikleri paylaşma, yorumlama ya da doğrudan yayma konusunda daha temkinli davrandığı tespit edilmiştir. Bu çekingen tutumun arkasında dijital mahremiyet kaygısı, yanlış anlaşılma ihtimali, dini konularda yeterince bilgi sahibi olunmadığı düşüncesi ve sosyal çevreden gelebilecek olumsuz tepkiler yer almaktadır. Bununla birlikte bazı katılımcıların, sosyal medyayı aktif bir dini tebliğ ve farkındalık aracı olarak kullandığı; dini mesajların bu mecralar yoluyla geniş kitlelere ulaştırılabileceğine inandıkları da tespit edilmiştir. Dolayısıyla sosyal medya, dini yaşantının

bireyselleşmesini sağladığı kadar; ortak dini hassasiyetler etrafında oluşan yeni dijital dini toplulukların şekillenmesine de olanak tanımaktadır.

Araştırma kapsamında sosyal medyanın dini bilgi kaynağı olarak ne derece güvenilir bulunduğu da değerlendirilmiştir. Görüşülen öğrencilerin çoğu, dini içeriklerin kaynağına dikkat ettiklerini; özellikle tanınmış din adamlarının veya kurumsal dini yapıların sunduğu içeriklere daha fazla güvendikleri tespit edilmiştir. Buna karşılık anonim hesaplardan ya da doğruluğu teyit edilemeyen kaynaklardan gelen içeriklere mesafeli yaklaşıldığı görülmüştür. Bu durum, dijital ortamda dini otoritenin yeniden şekillendiğini ve dinî meşruiyetin artık medya üzerinden inşa edilmeye başlandığını göstermektedir.

Çalışmanın en dikkat çekici bulgularından biri, sosyal medyanın bireylerin dini kimliklerini oluşturma ve ifade etme süreçlerinde oynadığı roldür. Bazı öğrenciler, geleneksel dini yapılara karşı daha eleştirel ve mesafeli bir tutum sergilerken; dijital mecralar aracılığıyla kendi inanç dünyalarını daha özgürce inşa ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durum, dijitalleşmenin dini yaşantıyı daha bireysel ve seçici bir zemine taşıdığını, geleneksel otoritelerin etkisinin ise görece azaldığını göstermektedir. Ayrıca gençler arasında dini içeriklerin görünürlüğü ve ifade biçimleri; platformun kültürel yapısına, kullanıcı kitlesine ve bireyin sosyal çevresine göre değişiklik gösterebilmektedir.

Bu bulgular, “dijital dindarlık” olarak adlandırılan yeni bir anlayış biçiminin üniversite gençliği arasında giderek yaygınlaştığını göstermektedir. Bu tür bir dindarlık, klasik ibadet pratiklerinden ziyade; dijital içerik takibi, sosyal medya paylaşımları, çevrimiçi dini söylemler ve sanal aidiyetler üzerinden şekillenmektedir. Dolayısıyla dijital medya, sadece bir araç değil; aynı zamanda bireysel dini kimliğin üretildiği ve temsil edildiği bir alan hâline gelmiştir.

Sonuç olarak, bu araştırma hem kuramsal bilgiler hem de saha verileriyle sosyal medyanın üniversite gençliği için çok katmanlı bir dini etkileşim alanı sunduğunu ortaya koymuştur. Bu alan hem bireysel hem de toplu dini ifade biçimlerinin, ibadet uygulamalarının ve inanç topluluklarının dijital ortamda yeniden oluşmasına imkân tanımaktadır. Sosyal medya, gençler için hem dini bilgiye ulaşmada hem de dini kimliklerini ifade etmede önemli bir araç haline gelmiştir. . Ancak bu süreçte dikkat

edilmesi gereken bazı sorun alanları da mevcuttur. Dijital mahremiyet, içerik güvenilirliği ve bilgi kirliliği gibi sorunlar dikkatle ele alınması gereken hususlardır.

Bu bağlamda söz konusu çalışma, dijitalleşmenin dinî yaşantıya etkilerini din sosyolojisi perspektifinden ele almanın ötesinde; dijital din, çevrimiçi cemaatleşme, sanal dini liderlik ve gençlerin dijital inanç temsilleri gibi alanlara da ışık tutacak veriler sunmaktadır. Gençlerin dijital ortamdaki dini yönelimlerini, tercihlerindeki dönüşümleri ve iletişim stratejilerini analiz etmek; hem akademik literatür açısından önemli bir katkı sağlayacak hem de dijital çağın gereklerine uygun dini rehberlik, eğitim ve iletişim modellerinin geliştirilmesine zemin oluşturacaktır.

Öneriler:

- Dinî içerikler uzman kişilerce ve sahih biçimde üretilmelidir.
- Dijital dinî içerik formatları yenilikçi olmalıdır.
- Medya ve din okuryazarlığı eğitimi yaygınlaştırılmalıdır.
- Yenilikçi dijital içerik formatları geliştirilmelidir.
- Dinî kurumlar dijital alanda daha aktif olmalıdır.
- Dijital dindarlık, sosyolojik açıdan takip edilmelidir.
- Gençlerin anlam arayışına hitap eden içerikler artırılmalıdır.
- Dijital ortamda dinî temsilin kalitesi artırılmalıdır.
- Online dinî toplulukların eğitsel yönü güçlendirilmelidir.
- Gösteriş ve dijital riyakârlık uyarılarına dikkat çekilmelidir.
- Aileler dijital dindarlık konusunda bilinçlendirilmelidir.

Bu bağlamda, Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB) ve Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), dijitalleşen dini yaşantının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Diyanet, gençlerin dijital ortamlarda karşılaştığı bilgi kirliliğini gidermek için hutbe, vaaz ve ilmi hal içeriklerini sade ve çağın diline uygun biçimde sunmalı; sosyal medya hesaplarını daha aktif kullanarak interaktif yayınlar, canlı soru-cevaplar ve kısa videolarla gençlere ulaşmalıdır. YouTube, Instagram ve TikTok gibi platformlarda resmi ve güvenilir içerik havuzları oluşturulmalıdır.

MEB ise din eğitimi ile medya okuryazarlığını birleştirerek, öğrencilere dijital dini içerikleri sorgulayıcı bir yaklaşımla değerlendirme becerisi kazandırmalıdır. “Dijital Din Okuryazarlığı” seçmeli dersler, kulüpler ve rehberlik çalışmaları geliştirilmeli; öğretmenlere yönelik sosyal medya ve dini söylemler konusunda hizmet içi eğitimler verilmelidir.

Her iki kurum, gençlerin dijital anlam arayışını sadece bilgi vermek değil rehberlik ederek karşılamalı, tartışmalı konuları açık ve empatik bir dille ele almalıdır. Ayrıca ailelere yönelik seminer ve rehberlerle dijital dindarlık farkındalığı artırılmalıdır.

Sonuç olarak, Diyanet ve MEB, dijital çağda gençlere güvenilir ve anlamlı dini içerik sunmak, dijital mecraları bilinçli tebliğ alanlarına dönüştürmek için koordineli çalışmalıdır.

KAYNAKÇA

Akçay Bekiroğlu, Habibe. “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma”, 237.

Akgül, Mehmet. “Dijitalleşme ve Din”. *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 17/2 (31 Aralık 2017), 191-207.

Akıncı Vural, Z. Beril - Bat, Mikail. “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* 5/20 (01 Haziran 2010), 3348-3382. <https://doi.org/10.19168/jyu.65130>

Akpınar, M.Raşit. “İslam Hukuku Açısından Sosyal Medya”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2017/28 (ts.).

Akpınar, M.Raşit. “İslam Hukukunda Yeni Bir Alan: Sosyal Medya Fıkhı”. *TDV-İstanbul Müftülüğü Dergisi* 39 (2019).

Aksüt, Mehmet vd. “İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği)”. *Akademik Bilişim’12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. Uşak, 2012.

Arıcan, Sümeyra - Arıcı, Handan. “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri”. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2 (30 Aralık 2021), 1062-1106. <https://doi.org/10.17859/pauifd.1020477>

Arıcı, Handan Yalvaç - Arıcan, Sümeyra. “Sosyal Medyanın Etkilerine Yönelik Manevi Danışmanlık Eğitimi İhtiyaç Analizi”. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/1 (30 Haziran 2022), 263-302. <https://doi.org/10.46353/k7auifd.1097067>

Arslan, Mustafa. “Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine”. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi* 6/1 (01 Mayıs 2016), 5-26.

Arslan, Uğur. *Sosyal Medya ve Mahremiyetin Yıkılışı: Youtube Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2024.

Ayaz, Azimenur. *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Aracı Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Aycan, Sezen. *Dijital Dindarlıkta Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Instagram Paylaşımları Örneği*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Aydoğdu, Simge. *Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısı ile Kullanıcıların Tutumları Üzerindeki Rolü*. İstanbul: İstanbul Medipol Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Aygün, Elif Büşra. *Başörtülü Kadın Kimliklerin Instagram'da Görünürlüğü: Kültür Endüstrisi Bağlamında Değerlerin Dönüşümü Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022.

Aykurt, Metin. *Geleneksel Medyaya Karşı Alternatif Medya Platformu Olarak Youtube: Youtube Haber Kanalları Üzerine Bir İnceleme*. Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022.

Babacan, Mehmet Emin. *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: Bir Yayıncılık, 2017.

Bilgici, Ceren. *Sosyal Medya, Teknoloji ve Toplum*. Ankara: Nobel Bilimsel, 2023.

Bora, Nurullah. *Din Eğitiminin Referans Noktası Olarak Sosyal Medya Vaizliği İstanbul Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2023.

Bostancı, Mustafa. *Sosyal Medya Dün, Bugün, Yarın*. Konya: Palet Yayınları, 2019.

Büker, Nalan. "Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya". *Yeni Medya Üzerine...* ed. Müge Demir. Konya, 2. Basım, 2016. <http://www.dr.com.tr/Kitap/Yeni-Medya-Uzerine/Egitim-Basvuru/Is-Ekonomi-Hukuk/Iletisim/urunno=0000000550229?srsId=AfmBOorzBBD8S5-ZA2iBLTN8zg7zrpDvTH3e3msdUAycC0uGnHrTk8pj>

Campbell, Heidi A. - Tsuria, Ruth. *Dijital Din Dijital Medyada Dinî Pratikleri Anlamak*. çev. Kemal Ataman vd. İz Yayıncılık, 2023.

Castells, Manuel. *İsyen ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*. çev. Ebru Kılıç. Koç Üniversitesi Yayınları, 2013.

Cerrah, Lokman. *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2015.

Choudhury, Nupur. “World Wide Web and Its Journey From Web 1.0 to Web 4.0”. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, Vol. 5 (6).

Çapcıoğlu, İhsan. “Dijitalleşme, ‘Yeni İnsan’ ve Etik Sorunlar”. *Dijitalleşme ve Din Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri*. ed. Fatma Çapcıoğlu - İhsan Çapcıoğlu. İstanbul: Kriter Yayınevi, 2022.

Çapcıoğlu, İhsan. “Yeni Kitle İletişim Araçları ve Medya Vaizliği”. *Din ve Toplum*.

https://www.academia.edu/48310209/Yeni_Kitle_%C4%B0leti%C5%9Fim_Ara%C3%A7lar%C4%B1_ve_Medya_Vaizli%C4%9Fi

Çapcıoğlu, İhsan - Anık, Hilal. “Sanayi devrimi’nden endüstri 4.0’a: dijitalleşme ve dijital dünyada dinin statüsü”. *Tevilat* 2/1 (2021), 27-43.

Çetin, Oktay. “Sosyal Medya Ve Uygulamalarının On-Line Halkla İlişkiler”.
Erişim 20 Kasım 2024.
https://www.Academia.Edu/31672014/Sosyal_Medya_Ve_Uygulamalarının_On_L%C4%B0ne_Halkla_%C4%B0L%C4%B0%C5%9Ek%C4%B0LER

Dağhan, Irak - Yazıcıoğlu, Onur. *Türkiye ve Sosyal Medya*. ed. Seda Arıcıoğlu. İstanbul: Okyanus Yayınları, 2. Basım, 2012.

Demir, Bahri. *Youtube’da “Çocuklara Allah’ı Nasıl Anlatmalıyız?” Başlıklı Videoların Değerlendirilmesi*. Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2024.

Demir, İsmail. *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Doktora Tezi, 2019. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

Demir, İsmail. *Dini bilgi kaynağı olarak sosyal medya (İlahiyat başarısızlığı örneği) / Dini bilgi kaynağı olarak sosyal medya (İlahiyat Fakültesi öğrencileri)*. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Dereli, Mustafa Derviş. *Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Doktora Tezi, 2018.

Dereli, Mustafa Derviş. “Sanal Olmayacak Kadar Gerçek: Dindarlığın Yeni Deneyim Sahası Olarak Sosyal Medya”. *Dijitalleşme ve Din Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri*. ed. İhsan Çapçioğlu - Fatma Çapçioğlu. 67-87. İstanbul: Kriter Basım Yayın Dağıtım, 2022.

Dijk, Jan Van. *Ağ Toplumu*. çev. Özlem Sakin. Epsilon Yayıncılık Ltd. Sti, 2016.

Eskicumalı, Ahmet. “Dijital Medya ve Din”. *Sakarya Üniversitesi- The Online Journal of Communication and Media*.

Gazneli, Didem - Kılıç, Nilgün Sofuoğlu. “Din Eksenli Tüketicinin Yeni Medyadaki Görünümleri: Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Değerlendirme”. *Journal of Media and Religion Studies* 3/2 (28 Aralık 2020), 197-216. <https://doi.org/10.47951/mediad.837857>

Geçer, Harun. *Muhafazakâr Habitus ve Sanal Mekân: Dindar Kadınların Sosyal Medyada Var Olma Sorunu*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020.

Giddens, Antony. *Sosyoloji*. çev. Cemal Güzel. İstanbul: Kırmızı Yayınları, 1. Baskı., 2012.

Gökbayrak, Hilal. *Dijital Dinin Kuramsallaştırılması: Paradigmalar, Terimler, Sorular, Konular ve Yöntemler*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.

Gül, Recep Emin. “Sosyal Medyada Paylaşılan Hadislerin Dinî Yaşantıya Etkisi: Balıkesir Üniversitesi Öğrencileri Örneği”. *Journal of Media and Religion Studies* 4/2 (31 Aralık 2021), 301-315. <https://doi.org/10.47951/mediad.1016873>

Gündüz, Şinasi. “Dinsel Söylemin Medyatikleşmesi ya da Medya Vaizleri”. *Eskiye* 17 (10 Haziran 2010), 45-49.

Güngör, Nazife. *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*. Ankara: Siyasal Kitabevi, ts.

Haberli, Mehmet. “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2(2) (Aralık 2019).

Haberli, Mehmet. “Dijital Din Araştırmalarında Konu ve Yaklaşımlar”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 9/2 (30 Haziran 2020), 879-902. <https://doi.org/10.15869/itobiad.729581>

Haberli, Mehmet. “Gutenberg’den Zuckerberg’e Medya ve Din: Panoramik Bir Bakış”. *Journal of Media and Religion Studies* 5/2 (30 Aralık 2022), 387-407. <https://doi.org/10.47951/mediad.1197443>

Haberli, Mehmet. “İslam ve İnternet”. *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*. ed. Mete Çamdereli vd. Erişim 27 Aralık 2024. https://www.academia.edu/11971062/%C4%B0slam_ve_%C4%B0nternet_Dijitalle%C5%9Fen_Din_Medya_ve_Din_2_Kitap_B%C3%B6l%C3%BCm%C3%BC_

Hacıbekiroğlu, Müberra. *Sosyal Medya Kullanımına Bağlı Değişen Mahremiyet Algısı ve Dindarlık İlişkisi*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Hannahcurrey. “Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth”. *We Are Social UK*. 26 Ocak 2022. Erişim 19 Aralık 2024. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

İşık, Ayşe. *Sosyal Medyadaki İslam ve Kadın Konulu İçeriklerin Din Eğitimi Açısından İncelenmesi: Youtube Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2025.

İralı, Ali Efe. “İnteraktif Sanal Model Sistemlerinin Sosyal Medya Platform Bağlantıları”. *Gözetlenen Toplumdan Gözetlenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları* 3. ed. Ali Büyükaslan - Ali Murat Kırık, ts.

İsenç, Yüstra. *Dindar Kadınların Sosyal Medya Kullanım Pratikleri üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

İşbilen, Nihal - Ark, Ümmühan. “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımında Helal-Haram Algısı: Bartın Üniversitesi Örneği”. *Bilimname* 53 (ts.), 259-305.

Kamiloğlu, Fatma. “Twitter’in gündem oluşturmaya etkisi...” Erişim 08 Aralık 2024. <https://www.thebrandage.com/twitterin-gundem-olusturmaya-etkisi>

Kandemir, Sibel - Toprak, Hicret K. “Gençlerin Dini Referans Dünyası ve Dijital Medya”. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 64/2 (30 Kasım 2023), 557-590. <https://doi.org/10.33227/auifd.1320301>

Kaplan, İsmail. *Medyatikleşen Din Sosyal Medya ve Dinî İletişim*. Literatürk Academia, 2024.

Kara, Osman. “We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı!” *omg! iletişim* (blog), 22 Şubat 2023. <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2023-global-ve-turkiye-raporu-yayinlandi/>

Karacıoğlu, Fatih - Kurt, Esat. “Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar ve Birkaç Kurumsal Blogun İncelenmesi”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 23/3 (2009).

Kartal, Mehmet. “Türkiye’ de Sosyal Medya Raporu”. *İletişim ve Diplomasi* 1 (25 Temmuz 2013), 159-165.

Keskin, Savaş - Özmen, Seçkin. “Dijital Duvarlar Ardındaki Öteki: Facebook’ta Bir Hristiyan Azınlığın Mahremiyet İnşası”. *Endüstri 4.0 ve Dijital Medya*. ed. Filiz Aydoğan. Der Yayınları, 2019.

Kılıç, Raziye. “Sanayi Devrimlerinin Serüveni: Endüstri 1.0’dan Endüstri 5.0’a”. *Takvim-i Vekayi* 11/2 (2023), 276-291.

Kırık, Ali Murat. “Arap Baharı Bağlamı’nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm”. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum* 1/3 (13 Ağustos 2014), 87-98.

Kırık, Ali Murat - Büyükaslan, Ali. *Göz(et)lenen Toplumdan Göz(et)lenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları 3*. Çizgi Kitabevi, 2016.

Kirman, Mehmet Ali. *Din ve Sekülerleşme*. Adana: Karahan Kitabevi, 1. Basım, ts.

Kurtulan, Sevcen. *Popüler Kültür ve Sosyal Medya: Moda Bloggerları Üzerine Bir Saha Çalışması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Kutlu, Mahmut. “Sosyal Medyada Hatalı Dini Paylaşımların Analizi”. *Ahi Evran Akademi* 3/2 (2022), 14-30.

Küçük Aydın, Esra. *Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)*. Bursa: Uludağ Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Kürkçüoğlu. *Kültürün Yeniden Üretiminde Yapay Zekanın ve Algoritmaların Rolü: Youtube Öneri Sistemi Örneği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Doktora Tezi, 2024.

Maşalı, Mehmet Emin. “Küreselleşmenin Payandalığında Dijital Dünya ve Ahlak”. *TDV-İstanbul Müftülüğü Dergisi* 39 (2019).

Menekşe, Ömer. “Dijital Din ve Diyanet”. *Dijitalleşen DİN(Medya ve Din 2)*. Erişim 27 Aralık 2024. https://www.academia.edu/33105265/D%C4%B0J%C4%B0TALLE%C5%9EEN_D%C4%B0N_Medya_ve_Din_2_

Miller, Spencer. “Radio and Religion”. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 177/1 (ts.). <https://doi.org/10.1177/000271623517700120>

Nasıroğlu, Zeynep. *İslam Hukuku Açısından Sosyal Medya Mahremiyeti*. Elazığ: Fırat Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Nazıroğlu, Bayramali. “Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı”. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2 (2015).

Neuman, W. Lawrence. *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*. çev. Sedef Özge. Ankara: Yayınodası, 2014.

Okumuş, Ejder. “Din Bağlamında Medya – Toplum İlişkileri”. *Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi* 8/1 (31 Mart 2024), 56-76. <https://doi.org/10.32711/tiad.1416194>

Oyman, Nihat. “Sosyal Medya Dindarlığı”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (15 Aralık 2016), 125-167.

Oyman, Nihat. “Sosyal Medya Dindarlığı”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (15 Aralık 2016), 125-167.

Özcan, Mehmet - Keskin, Bekir. “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”. *OPUS International Journal of Society Researches* 16/29 (30 Eylül 2020), 2214-2229. <https://doi.org/10.26466/opus.775748>

Özdemir, Vural. “Endüstri 4.0, Akıllı Nesnelerin İstilasası ve Aşırı Dijital Bağlantının Karanlık Yüzü”. *Endüstri 4.0 ve Dijital Medya*. ed. Filiz Aydoğan. İstanbul: Der Yayınları, 2019.

Özel, Sedat. “İletişimde Mobilizasyon ve Mobil Hayatların Bilimsel Çalışmalardaki İnşası”. *Yeni Medya Üzerine...* ed. Müge Demir, 2016.

Özkan, Fatih. “Ailenin Dini Tutum ve Davranışlarının Çocuğun Dini Tutum ve Davranışlarına Etkisi: Diyarbakır Örneği”. *Mizanü'l-Hak: İslami İlimler Dergisi* 7 (30 Aralık 2018), 63-109.

Özkütük, Serdar. “Yüksek öğretimde ortaklaşa oluşturulan ders notları için wiki tabanlı işbirliği platformu uygulaması”. Dumlupınar Üniversitesi, 2007.

Öztaş, Fatih - Ünal, Abdurrahman. “Sosyal Medya Fenomenleri ve Üniversite Gençliği: Dini Tutum, Onaylanma ve Tüketim”. *Journal of Media and Religion Studies* 5/2 (30 Aralık 2022), 431-454. <https://doi.org/10.47951/mediad.1193878>

Parlamış, İsmail. *Sosyal Medyanın Lise Gençliği Üzerindeki Etkileri İzmir Örneği*. Ankara: Eski Yeni, 2023.

Ryan, Johnny. *İnternetin Geçmişi ve Dijital Gelecek*. çev. Birsen Keleş. Tübitak Yayınları, 2019.

Sayan, Yunus Emre. “Diyanet İşleri Başkanlığı’nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Media and Religion Studies* 4/2 (31 Aralık 2021), 317-340. <https://doi.org/10.47951/mediad.1006864>

Sevgi, Abdullah. *Yeni Dini Akımların Temel Görüşleri ve İslam*. Madve Yayınları, 2012.

Sönmez, Hacer. *13. İmam Hatip Gençliğinin Dini Kimlik Oluşumunda Sosyal Medyanın Etkisi*. Elazığ: Fırat Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Sözen, Müslime - Mescioğlu, Talat. “Endüstri 4.0’ın İtici Güçlerinin Türkiye ve Çin Üzerindeki Etkileri”. *International Journal of Social Inquiry* 12/1 (26 Haziran 2019), 287-315.

Şutanrıkulu, Gülreyhan. “Dijital Çağda Medya, Din ve Dindarlık: Derleme”. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 11/2 (30 Aralık 2024), 979-1017. <https://doi.org/10.46353/k7auifd.1518606>

Tay, Gülistan. “Dijitalleşmenin Din Alanındaki Yansımaları Üzerine Bir DEğerlendirme”. *Dijitalleşme ve Din Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri*. ed. Fatma Çapcıoğlu - İhsan Çapcıoğlu. İstanbul: Kriter Basım Yayın Dağıtım, 2022.

Tekin, Mustafa. “Türkiye Toplumunun Dinî Hayatında Postmodern Tezahürler”. *Journal of Istanbul University Faculty of Theology* 25 (07 Mart 2012), 5-28.

Varsak, Osman. “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”. *Din ve Bilim – Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi* 5/1 (Haziran 2022), 87-108.

Yakut, Sümeyra. *Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini Öğrenmelerine Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma*. Malatya: İnönü Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Yamaç, Muhammed. “Sosyal Medyada Dini Topluluklar”. *Kocaeli İlahiyat Dergisi* 4/1 (26 Haziran 2020), 101-122.

Yapıcı, Asım. “Modernleşme-Sekülerleşme Sürecinde Türk Gençliğinde Dinî Hayat: Meta-Analitik Bir Değerlendirme”. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)* 12/2 (01 Haziran 2012), 1-40.

Yedekci, Emel Uzun - Boschele, Filiz Aydoğan. “Sosyal Medyada Dışıl Söylemin İnşası: Instagram Örneği”. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 8/2 (31 Aralık 2022), 118-140. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1175299>

Yıldırım, Arzu. “İnternetin Görünen Yüzü”. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 16 1 (2014), 51-59.

Yıldırım Şen -, İrem Ebru. *Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi: Uygulama ve Araştırma Merkezi (SODİGEM) Yayınları, 2021. <https://1000kitap.com/kitap/dijital-okuryazarlik-ve-sosyal-medya--419619>

Yılmaz, Selman. “Sosyal Medyada Din Tartışmaları: Deizm Üzerine Bir İnceleme”. İstanbul: Kriter Basım Yayın Dağıtım, 2022.

Yılmazsoy, Burak - Kahraman, Mehmet. “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği”. *Öğretim Teknolojileri ve Öğretmen Eğitimi Dergisi* 6/1 (03 Nisan 2017), 9-20.

“Blog”. *Wikipedi*, 01 Mayıs 2024.
<https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Blog&oldid=32644473>

DataReportal – Global Digital Insights. “Digital 2024: Turkey”. 23 Şubat 2024.
 Erişim 20 Aralık 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>

“Flickr”. *Wikipedia*, 02 Ekim 2024.
<https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Flickr&oldid=1248964417>

WhatsApp.com. “Hakkımızda | WhatsApp”. Erişim 19 Aralık 2024.
<https://www.whatsapp.com/about?lang=tr>

DataReportal – Global Digital Insights. “The Global State of Digital in 2024”.
 23 Ekim 2024. Erişim 20 Aralık 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-october-global-statshot>

“TÜİK Kurumsal”. Erişim 22 Aralık 2024.
[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2023-49407)

“Twitter (şirket)”. *Wikipedi*, 18 Ağustos 2024.
[https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Twitter_\(%C5%9Firket\)&oldid=33677439](https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Twitter_(%C5%9Firket)&oldid=33677439)

“WhatsApp’ın Türkiye’deki kullanıcı sayısı belli oldu”. Erişim 19 Aralık 2024.
https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/whatsappin-turkiyedeki-kullanici-sayisi-belli-oldu,DJYlidHZnkSG_UkLDN2Wbg

“X Hakkında | Şirketimiz ve önceliklerimiz”. Erişim 17 Aralık 2024.
<https://about.x.com/tr>

“YouTube Hakkında - YouTube”. Erişim 13 Aralık 2024. <https://about.youtube/>

EKLER

EK- 1. YAPILANDIRILMIŞ SORU FORMU

Araştırma Başlığı: Sosyal Medyada Dini Etkileşimde Bulunan Üniversite Gençliği: Siirt Üniversitesi Örneği

1. Kendinizden bahsedebilir misiniz?
 2. Dindar veya dini hassasiyete sahip biri olarak kendinizi tanımlar mısınız?
 3. Ailenizin dini eğilimleri nasıldır?
 4. Bugüne kadar elde ettiğiniz dini bilgilerinizi nereden edindiniz?
 5. Sosyal medyayı ne kadar süredir kullanmaktasınız?
 6. Sosyal medyayı günde kaç saat kullanmaktasınız?
 7. En çok kullandığınız sosyal medya uygulaması hangisidir? Sizi çeken özellikleri nedir?
 8. Sosyal medyada genellikle ne tür sayfaları ve kimleri takip edersiniz?
 9. Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanmaktasınız?
 10. Sosyal medyada vakit geçirmek zaman israfı mı?
 11. Dini bir soru veya problemle karşılaştığınızda internete başvurma sıranız nedir? İnternetteki dini bilgilerin güvenilirliği ve geçerliliği hakkında ne düşünüyorsunuz?
 12. Dini sayfalar, kişiler ve platformları takip ediyor musunuz? Takip ediyorsanız bunlar nelerdir? Neden takip ediyorsunuz?
 13. Takip ettiğiniz bu dini platformlara nasıl ulaştınız?
 14. Dini paylaşımlar yapıyor musunuz?
- Evet ise, dini paylaşımlarınızın içeriğini neler oluşturmaktadır ve bu paylaşımları hangi platformlar aracılığıyla yapmaktasınız?
15. Online / sanal topluluklara üyeliğiniz bulunmakta mıdır? Online dini etkinlikte, zoom toplantılarında bulunuyor musunuz? Bulunuyorsanız bunlar nelerdir?

16. İnternet ve sosyal medya kullanımı dini düşünce ve dini ibadet noktasında sizi olumlu ya da olumsuz etkilemekte midir? Evet ise etkilerini anlatabilir misiniz? Hayır ise nedenini anlatabilir misiniz?
17. Farklı dini görüşten birileriyle online etkileşimde bulunduğunuz oldu mu? Ne tür konularda görüştünüz? (Ateist Hıristiyan Budist vb.)
18. İnternet veya sosyal medya aile ilişkilerinizi, ailenizle olan dini etkileşiminizi ve etkinliklerinizi olumlu ya da olumsuz olarak etkiliyor mu? Açıklar mısınız?
19. Sosyal medyanın dua etme (Bağış, kurban, zikir vs.) ve hayır işleri yapmanızda bir etkisi oldu mu? Etkileri nelerdir?
20. Gündemdeki dini tartışmalar sizin dine bakışınızı etkiler mi?
21. Takip ettiğiniz dini platformlardaki genel dini tartışma konuları nelerdir?
22. İnternetin günümüzün tebliğ, irşat mecrası olması konusunda ne düşünüyorsunuz?