

T.C.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
İSLAMİ İLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
MANEVİ DESTEK VE REHBERLİK TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SOSYAL MEDYADA DİN DİLİ VE GENÇLERİN AHLAKİ GELİŞİMİNDE SOSYAL
MEDYANIN ÖNEMİ**

TEZSİZ YÜKSEK LİSANS DÖNEM PROJESİ

Hazırlayan
Mustafa YILDIRIM

DENİZLİ, 2023

T.C.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
İSLAMİ İLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
MANEVİ DESTEK VE REHBERLİK TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
SOSYAL MEDYADA DİN DİLİ VE GENÇLERİN AHLAKİ GELİŞİMİNDE SOSYAL
MEDYANIN ÖNEMİ
TEZSİZ YÜKSEK LİSANS DÖNEM PROJESİ

Mustafa YILDIRIM

Proje Danışmanı: Doç. Dr. Gencal ŞENYAYLA

Enstitü Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri

Tezsiz Yüksek Lisans Programı: Manevi Destek ve Rehberlik

Mustafa YILDIRIM tarafından hazırlanan “**SOSYAL MEDYADA DİN DİLİ VE GENÇLERİN AHLAKİ GELİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN ÖNEMİ**” adlı tezsiz yüksek lisans dönem projesi danışmanlığında hazırlanmış olup 04.01.2024 tarihinde son kontrolü yapılarak Pamukkale Üniversitesi İslam İlimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Manevi Destek ve Rehberlik tezsiz yüksek lisans dönem projesi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Danışman
Doç. Dr. Gencal ŞENYAYLA

Pamukkale Üniversitesi İslami İlimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun
.....tarih ve ... Sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Doç. Dr. Harun ABACI

Enstitü Müdürü

BEYAN

Bu projenin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

Mustafa YILDIRIM

ÖNSÖZ

Sosyal medya, çağımızın en önemli iletişim araçlarından. Günümüzde gençlerin önemli bir kısmının, bilgiye ulaşmada sosyal medyayı kullandıklarını görmekteyiz.

Bu tür paylaşımlar, özellikle gençlerimizin dine bakışını nasıl etkilemektedir? Gençlerimiz, bu tür paylaşımlardan hangi oranda etkilenmektedir? Tarzı sorular çevremizde çok fazla sorulduğundan dolayı, böyle bir çalışma yapmanın hâsıl olduğunu düşündük.

Bu çalışmamızda bizlere anket konusunda izin veren, Honaz İlçe Milli Eğitim Müdürlüğümüze, ayrıca çalışma anketlerimizi sürdüren sevgili öğrencilerim; Çiğdem ÜÇEL ve Osman BOYABAT'a teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Mustafa YILDIRIM

Denizli – 2023

ÖZET

Pamukkale Üniversitesi İslami İlimler Enstitüsü Tezsiz Yüksek Lisans Proje Özeti

Projenin Başlığı: Sosyal Medyada Din Dili ve Gençlerin Ahlaki Gelişiminde Sosyal Medyanın Önemi	
Projeyi Hazırlayan: Mustafa YILDIRIM Danışmanı: Doç. Dr. Gencal ŞENYAYLA	
Kabul Tarihi: . .2023	Sayfa Sayısı: 1v (ön kısım) + 32
Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri	Programı: Manevi Destek ve Rehberlik
<p>İnternet, günümüz gençlerinin üzerinde en fazla durduğu iletişim araçlarından bir tanesidir. İnternet dediğimizde ise aklımıza ilk gelen şey, gençler üzerinde olumlu veya olumsuz etkisi olabildiğince fazla olan sosyal medya araçlarıdır.</p> <p>Bu çalışmada, sosyal medyanın özellikle gençler arasındaki din algısı ve bu din algısının nasıl şekillendiği üzerinde bir araştırma yapılacaktır. Bizi bu çalışmaya iten etmen; Özellikle Ortaöğretim kurumlarında öğretmen olmamız hasebiyle gençlerin sosyal medyadan, her konuda olduğu gibi, dini anlama ve yorumlama, dine bakış, dini söylemler gibi hassas olan konularda da fazlaca etkilenmeleridir.</p> <p>Özellikle 14-31 yaş aralığındaki gençlerin din algısı tamamen sosyal medya üzerine dayanmaktadır diyebiliriz. Bu çalışmamızda 14-31 yaş arasındaki gençlere çeşitli sorular sorarak bazı anketler yaptık. Bu anketler bizim için oldukça verimli sonuçlar vermiş ve çalışmamıza çok büyük katkılar sunmuştur.</p> <p>Özellikle 2000’li yıllardan sonra doğan gençler kendilerine, Z kuşağı demekte ve kendilerinin farklı olduğu algısını oluşturmaktadırlar. Bizler sahada, bu gençlerin, din algısı ve din üzerindeki söylemsel farklılıklarını ve sosyal medyanın din üzerindeki etkisini incelemeye çalıştık.</p> <p>Çalışmamızda öncelikle sosyal medya ve din algısı üzerine bazı terimlere yer verdik. Anketlerden elde ettiğimiz bulgular, bize çalışmamızda oldukça fazla yol göstermiştir.</p>	
Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Ergenlik, Erinlik, Z Kuşağı, Din, Algı.	

ABSTRACT

Pamukkale University Institute of Islamic Sciences

Abstract of Master Thesis

Title of the Project: RELIGIOUS LANGUAGE IN SOCIAL MEDIA AND THE IMPORTANCE OF SOCIAL MEDIA IN THE MORAL DEVELOPMENT OF YOUTH	
Author: Mustafa YILDIRIM	Supervisor: Doç. Dr. Gencal ŞENYAYLA
Date: . . 2023	Nu. Of pages: iv (pre text) + 32
Department: Felsefe ve Din Bilimleri	Subfield: Manevi Destek ve Rehberlik
<p>The Internet is one of the communication tools that today's young people focus on the most. When we say the internet, the first thing that comes to our mind is social media tools that have as much positive or negative impact on young people.</p> <p>In this study, a research will be conducted on social media's perception of religion, especially among young people, and how this perception of religion is shaped. The factor that pushed us to this work; Especially since we are teachers in secondary education institutions, young people are greatly influenced by social media, as in every subject, on sensitive issues such as understanding and interpreting religion, perspective on religion, and religious discourses.</p> <p>We can say that the perception of religion, especially among young people between the ages of 14-31, is based entirely on social media. In this study, we conducted some surveys by asking various questions to young people between the ages of 14-31. These surveys gave very productive results for us and made great contributions to our work.</p> <p>Especially young people born after the 2000s call themselves Generation Z and create the perception that they are different. In the field, we tried to examine these young people's perception of religion and their discursive differences on religion, and the impact of social media on religion.</p>	
Keywords: Social Media, Adolescence, Puberty, Generation Z, Religion, Perception.	

İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	I
ÖNSÖZ.....	II
ÖZET	III
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER	1
GİRİŞ	2
BİRİNCİ BÖLÜM.....	4
SOSYAL MEDYA.....	4
1.1.SOSYAL MEDYADAKİ DİNİ PAYLAŞIMLARIN NİTELİĞİ.....	7
1.2.SOSYAL MEDYANIN DİĞER MEDYALARDAN FARKI.....	9
1.3.ERGENLİK DÖNEMİNDE SOSYAL MEDYA	10
1.4.ERGENLİK DÖNEMİNDE MAHREMİYET	11
1.5. SOSYAL MEDYANIN GENÇLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	13
İKİNCİ BÖLÜM	15
SOSYAL MEDYADA DİN.....	15
2.1.ERGENLİK DÖNEMİ DİNİ ALGI	15
2.2. SOSYAL MEDYADA NEGATİF DİN ALGISI	16
2.3. SOSYAL MEDYADA YER ALAN DİNİ SEMBOL VE TERİMLER.....	19
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	27
KAYNAKÇA	29

GİRİŞ

İlk insandan itibaren, insanoğlu hep bir öğrenme merakı içerisinde. Bu öğrenme, bazen tecrübeli büyüklerden, bazen çevreden, bazen kitaplardan, bazen de arkadaş ortamından kaynaklanabilmektedir. Fakat son yıllarda özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte, kendilerine z kuşağı denen kesim, öğrenme işini daha basit bir yoldan gerçekleştirmektedirler. Bu yöntem, internet ortamı ve genellikle de sosyal medyadır.

Kuşaklar arası çatışma da buradan kaynaklanmaktadır. Kuşak dediğimiz kavram nedir? Kuşak; farklı yıllarda doğup, anlayışları, fikirleri, görgüleri tamamen birbirinden farklı olan gruplar demektir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra doğan gençlerimizle, onların babaları ve dedeleri arasında kuşak çatışması olabildiğince fazla yaşanmaktadır. 2000'li yıllardan sonra doğan gençler, bilgi edinme yolu olarak teknolojiyi kullanırken, bunların babaları ve dedeleri daha çok, çevreden veya tecrübeli kişilerden öğrenme sağlamaktadırlar.

İnternet ortamlarında birçok paylaşım sitesi, her alanda hayatımıza yön verdiği gibi, dini alanda da yön vermektedir. Özellikle gençler arasında dini söylemler, sosyal medyadan olabildiğince fazla etkilenmektedir. Bu da bizim hayat tarzımızı şekillendirmektedir.

Çalışmamızın temel amacı, gençlerin sosyal medyadan ne derece etkilendiğini ve dini söylemlerde sosyal medyanın ne kadar etkili olduğunu gözlemleyebilmektir. Bunun gözlenebilmesi için, birtakım anketlere başvurmak zorunda kalmışızdır. Bu anketleri, 14-31 yaş arası gençlerde uyguladık ve çalışmamız için önemli dönütler sağladık.

Bunun üzerine bir çalışma yapmak istedik. Bunu yaparken, kendimize bazı sorular yönelttik ve bu soruların cevaplarını bulmaya çalıştık. Bu soruların birkaçını burada zikredecek olursak;

Gençlerin dini algısında sosyal medya ne kadar etkin veya ne kadar etkili?

Gençler sosyal medyayı daha çok hangi amaçla kullanıyorlar?

Sosyal medyada paylaşılan dini içerikli paylaşımları, gençler hangi gözle görmekteler? Gibi sorular, bize tezimiz boyunca çok faydalı olmuştur.

Bizi bu çalışmaya iten en önemli etmen, bizler öğrencilere aktif olarak ders saatinde müfredattan işlediğimiz konuları vermeye çalışmaktayız. Gençlerin, din kültürü dersine ilgi ve alakaları var ve dersi seviyorlar. Dersleri dikkatle dinlemekteler. Fakat gençlerin dini algısının oluşmasında, asıl önemli olanın, çevresi ve ailesinin olduğunu gördük. Çevresi dediğimiz zaman, bundan 20 sene önce akla gelen arkadaş ortamıydı. Ama günümüzde çevresi dediğimiz zaman neredeyse bitmek tükenmek bilmeyen bir okyanus kadar zengin ve derin olan sosyal medya platformlarıdır. Özellikle çalışma yaptığımız 14-31 yaş arası gençlerde sosyal medya kullanım oranı, olabildiğince fazladır. Hal böyle olunca, gençlerin sosyal medyadan etkilenmeleri neredeyse imkânsız hale gelmiştir.

Örneğin hayırlı cumalar mesajlarının niteliği, telefon zil seslerinin etkisi, Mevlit, sünnet, bebek dişi gibi organizasyonların gençler üzerindeki etkisini tezimizde araştırmaya çalıştık.

Günümüz gençlerine, “Din” dediğimiz zaman aklımıza sosyal medyadaki bu tür paylaşımların gelmemesi gerektiğini, tezimizde anlatmaya çalıştık.

Günümüz gençleri dini, ahlakla, bilimle, uygarlık seviyesiyle bağdaştırması gerekirken, sosyal medyada din, maalesef kulaktan dolma sembolik anlamlarla bağdaştırılmış ve bu tür paylaşımların, gençler üzerinde olumsuz etki bıraktığı görülmüştür.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, kullanıcıların oluşturdukları içerikleri paylaşmak üzere, elektronik iletişim araçları yoluyla meydana gelen çevrimiçi topluluklar olarak tanımlanabilir.¹

Sosyal medya, kişiye özel içerik oluşturulmasına izin verilen web 2.0 araçlarındandır. Sosyal medyada kişi, hesabından her türlü içeriği paylaşabildiği gibi, başkalarının hesabından da yapılan paylaşımları görebilir, yorum yapabilir, beğendiğini ifade edebilir.

Dünyadaki insanların yaklaşık 3 milyarı, yani yüzde 42'si internet kullanmaktadır. İnternet kullanma oranı ülkemizde ise yaklaşık yüzde 56 civarındadır.²

'Sosyal Medyada Din Algısı Twitter Örneği' çalışmasında Lokman CERRAH, sosyal medyanın, dini algı üzerindeki etkisini değerlendirmeye çalışmıştır.³

Gençler arasında en yaygın kullanılan sosyal medya araçları tik tok, instagram, twitter, facebook olarak nitelendirilebilir. Sosyal medyaya, birey, evden, okuldan, otobüsten kısacası her yerden ulaşabilmektedir.

Ayrıca birey, sosyal medya kullanımını, ifade özgürlüğü olarak nitelendirebilmekte, düşüncelerini bu platformlarda özgürce ifade hakkına sahip olduğunu düşünmektedir.

Son yıllarda özellikle tüketim toplumu olmamızdan kaynaklı olarak gençlerde de bir tüketim merakı oluşmaktadır. Bu durum sosyal medya üzerinde de oldukça etkilidir.

¹ Serdar Akyıldız - Kadri Yılmaz, "Sosyal Medya Konulu Araştırmaların Bilim Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi", *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* 16/28 (31 Ağustos 2020), 1.

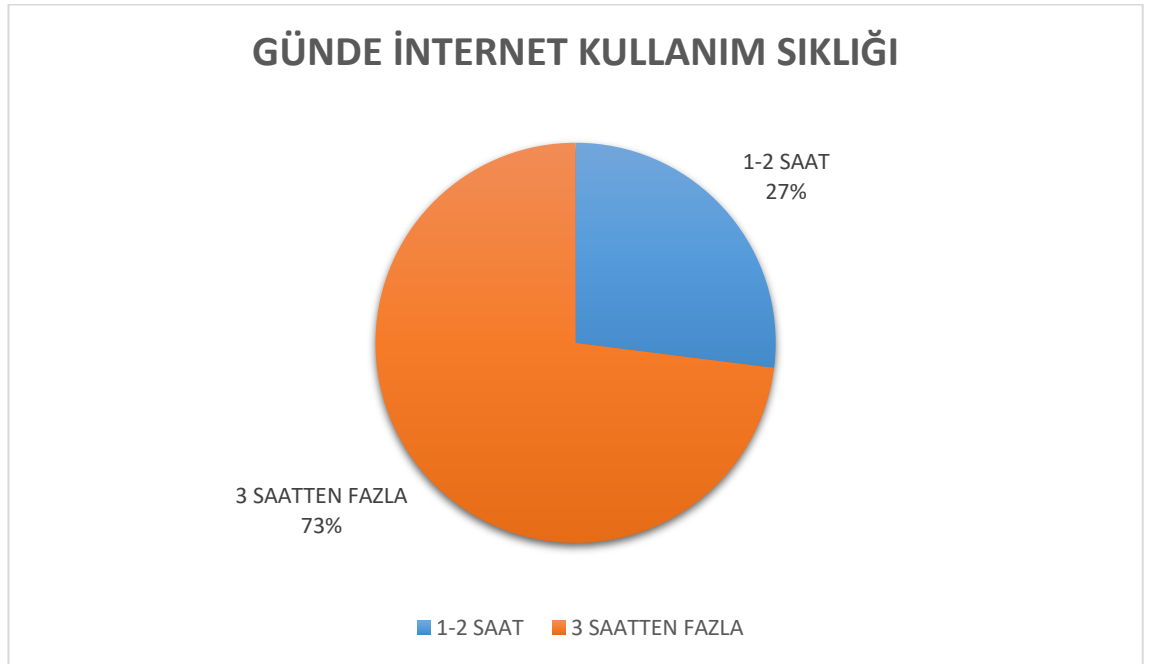
² Handan Ankaralı, "Türkiye'de İmam Hatip Okulları Hakkındaki Halkın Bilgi Düzeyi, Algı Seviyesi ve İlişkili Faktörler", *Kalemname Kırıkkale Üniversitesi İslâmî İlimler Fakültesi Dergisi (KİİFAD)* 4/8 (2019), 35.

³ Lokman Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği) Erzurum: (Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015), 65.*

Gençlik ve Spor Bakanlığı bununla ilgili bir çalışma yapmış gençlerin yüzde 48'inin, en az bir tane sosyal medya platformuna üye olduğu tespit edilmiştir.⁴

Bununla birlikte GSB'nin gençler üzerinde yaptığı bir çalışmaya göre gençlerin %86'sının sosyal medyayı günde en az 1 defa; %72'si ise her gün birkaç defa takip ettiği görülmektedir. Her 3 gençten biri sosyal medyada günde en az 3 saat zaman harcamaktadır. İnternet kullanıcısı gençlerin %96'sı sosyal medya kullanırken her 2 gençten 1'i akıllı telefon üzerinden sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu çalışmaya dâhil olan gençlerin %13'ünün sosyal medyada 6 saat ve üzeri zaman harcadığı tespit edilmiştir. Sosyal medya platformları içinde Facebook, gençlerin en fazla kullandığı platformdur.⁵

Bizler burada, internet kullanım oranı ile ilgili, öğrencilerimizle yaptığımız anket sonuçlarını paylaşmak istiyoruz.

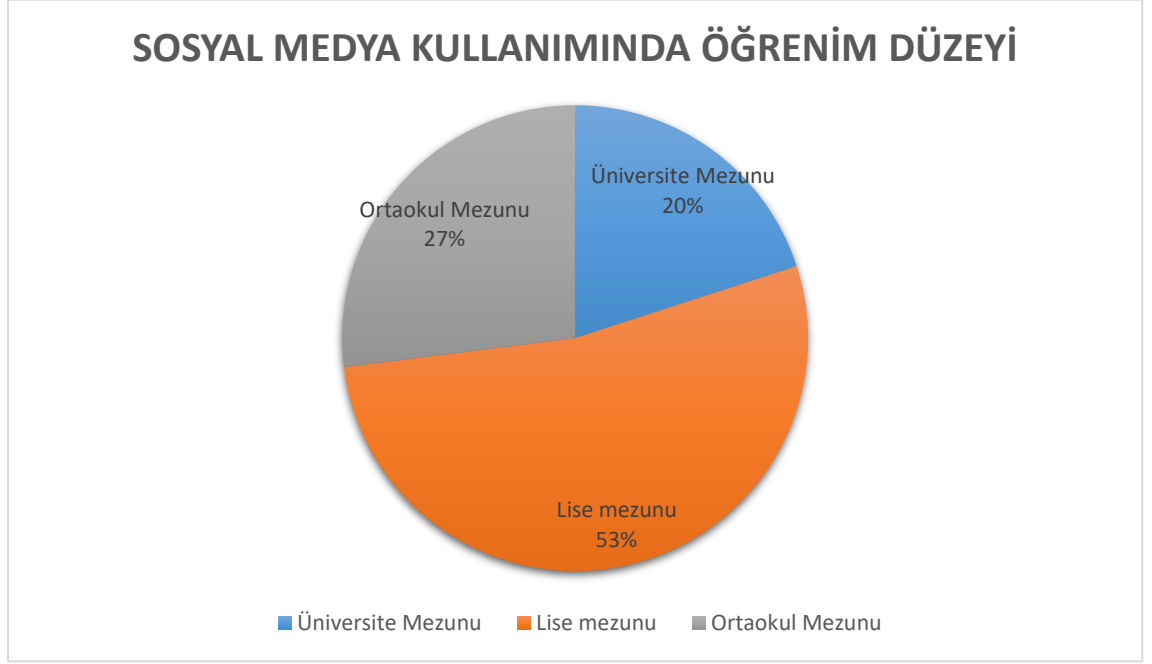


⁴ Murat Kalfa - Selda Kocamaz, "Sosyal Medyayı Kullanım Açısından Gençlik ve Spor Bakanlığının Analizi, *Türk Spor Bilimleri Dergisi* 2/1 (Mart 2019), 10.

⁵ Kalfa - Kocamaz, "Sosyal Medyayı Kullanım Açısından Gençlik ve Spor Bakanlığının Analizi", 18.

Bu ankette görüldüğü gibi, 3 saatten fazla internet kullanım oranı yüzde 73'tür. Bu oran Avrupa devletlerinden fazladır.⁶

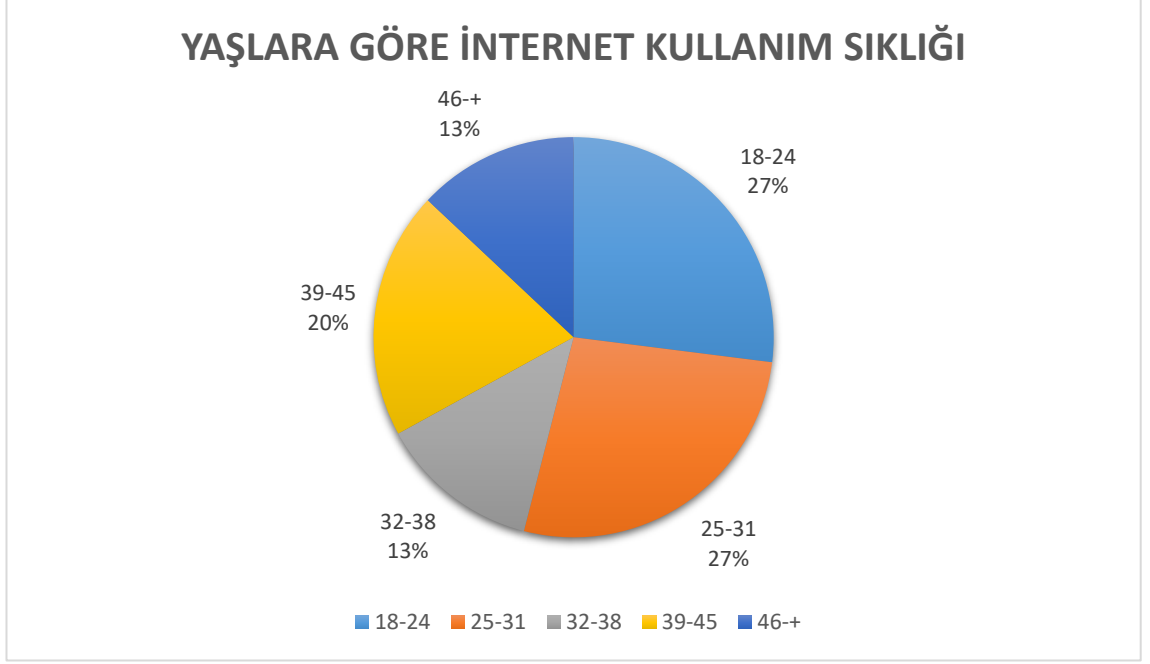
Yine, internet kullananlar arasındaki öğrenim düzeyini incelediğimiz zaman da, karşımıza çarpıcı sonuçlar çıkmaktadır.



Bu soruyu sorarken, asıl amacımız, “sosyal medyayı hangi öğrenim düzeyindeki, öğrenciler daha fazla kullanmaktadır?” şeklindeki soruya cevap bulabilmektir. Bu anket çalışmasında; sosyal medyayı, en fazla kullananların lise mezunu olduklarını görmekte beraber, üniversite mezunu olan gençlerin de, sosyal medyayı fazlaca kullandıkları görülmüştür.

Bu çalışmayı yaparken, aklımıza hangi yaş aralığındaki kişilerin, interneti daha sık kullandığı geldi ve anketimize, bu soruyu da sorduk.

⁶ Euronews, “Pandemide İnternet Kullanım Oranı Yüzde 15 Arttı” (Erişim 01 Aralık 2023).



Burada görüldüğü üzere, interneti en fazla kullanan yaş aralığı, 18-24 yaş arası ile, 25-31 yaş aralığıdır. Zaten, bizim çalışmamızın odak kitlesi de, bu yaş aralığındaki gençlerdir, diyebiliriz.

Burada, şu hususu belirtmek gerekir. İnterneti en fazla kullanan yaş aralığının 18-31 olması, bazı sosyal medya fenomenlerinin, ticari sektörlerin veya bazı din karşıtı grupların iştahını kabartmış, adeta bu sektörlerin yaptıkları paylaşımlar, tamamen bu yaş aralığındaki gençlere yönelik olmuştur.

1.1.Sosyal Medyadaki Dini Paylaşımların Niteliği

Sosyal medyada, özellikle kandil geceleri ve dini bayramlarda basmakalıp cümlelerle, ya da bilindik sıradan fotoğraflarla, yapılan kutlamalar son derece popüler hale gelmiştir.⁷ Bu basmakalıp kutlamalar, gün geçtikçe önemini yitirmeye ve işlevselliğini kaybetmeye başlamıştır. Araştırmalarımız sonucunda gördük ki, bu

⁷ Nihat Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 14/28 (2016), 141.

basamaklı ifadeler yerine, daha samimi ve içtenlikle yapılan birkaç cümlelik telefon konuşmaları bile, karşıdaki şahıs üzerinde daha fazla etkiye sahip olabilmektedir.

Gençlerin önemli bir kısmında, sosyal medyada paylaşılan dini söylemler, dini terimler, ilahiler, bazen alay amaçlı kullanılabilmekte, bu durumun da, gençlerin dine bakışını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Bu duruma bir örnek vermek gerekirse bir zamanlar gençler arasında çokça yaygın olan ‘Döndüm Mevlana Gibi’ ilahisinde gençler 3-5 kişilik gruplar halinde dönerek kendilerince eğleniyormuş gibi gözükmekte ve bu durumu sosyal medyada paylaşmaktadırlar.⁸ Öyle ki, buna benzer paylaşımlar, bir zamanlar gençler arasında en çok paylaşılan videolar arasında yer almıştır. Bu durum, maalesef gençlerimizde, belki farkında olmadan aslında dine karşı olumsuz duygular beslemesine sebep olmaktadır.

Z kuşağının sosyal medyadaki dini paylaşımlara tepkisini ölçmek amacıyla ‘Sosyal medyadaki dini içeriklerin kaynağına bakıyor musunuz?’ sorusu sorulmuş ve öğrencilerin büyük bir kısmı, sosyal medyadaki dini içeriklerin kaynağına bakmadıklarını ifade etmişlerdir.⁹

Yine bu kuşağın sosyal medya ve din ilişkisini ölçmek amacıyla sorulan ‘dini bir konuyu merak ettiğinizde sosyal medyadan yararlanıyor musunuz?’ sorusuna öğrencilerin yarısından fazlası ‘hayır yararlanmıyorum’ cevabını vermişlerdir.¹⁰

Bu araştırmada görüldüğü gibi sosyal medya, her alanda olduğu gibi dini alanda da gençler arasında oldukça popülerdir. Gençler arasında, dini söylemler, dini terimler, dini vurgular, dini semboller, dini mekânlar, sosyal medyada hangi amaçla kullanılıyorsa, gençler için bu söylem doğru kabul edilmektedir.

Sosyal medya, her türlü konunun sıkça tartışıldığı bir platform olduğu gibi, dini konular, dini tartışmalar, dini sohbetler de, sosyal medyada en fazla tartışılan konulardandır. Sosyal medyayı gerçekten kültürel ve ilmi amaçlı kullananlar olduğu gibi,

⁸ Youtube, “Mesneviden Ders Aldım Okul Versiyon” Erişim (01 Aralık 2023).

⁹ Rahime Şule Önen, “Sosyal Medyadaki Dinî İçeriklerin Z Kuşağının Dine Bakışındaki Rolü”, *Kadim Hikmet Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* 8 (2023), 33.

¹⁰ Önen, “Sosyal Medyadaki Dinî İçeriklerin Z Kuşağının Dine Bakışındaki Rolü”, 33.

takipçi sayısını arttırmak, popüler olmak ve para kazanmak için de kullananların sayısı hiç de azımsanamaz bir gerçektir.

Şüphesiz ki pek çok kişi, sosyal medya aracılığıyla hem popüler olmak, hem de para kazanmak için dini de kullanarak, bu platformlarda boy göstermektedir. Maalesef ki, bu kişilerin azımsanmayacak derecede takipçileri de bulunmaktadır. Bu kişiler, istedikleri gibi takipçilerini yönlendirebilmekte ve etkileyebilmektedir. Bu paylaşımlardan etkilenenlerin büyük çoğunluğunu da gençler oluşturmaktadır.

1.2.Sosyal Medyanın Diğer Medyalardan Farkı

Sosyal medya, diğer medya iletişim kanallarından farklı bir mecra sergilemektedir. Diğer görsel ve yazılı medyada ikili bir ilişkiden söz edemeyiz. Bu tür yazılı ve görsel medyada birey edilgendir. Sadece kendisine sunulan hizmeti, okumak veya izlemekle yetinir. Oysaki sosyal medya daha etkileşimli bir iletişim aracıdır. Bireyin bizzat kendisinin de iletişimde etken bir faktör olduğu gayet açıktır. Birey, bu tür sosyal medya iletişim araçlarında yorum yapabilir, beğenisini sunabilir, belki de bir haberi sosyal medya kullanıcıları olumlu veya olumsuz olarak hatırı sayılır bir kitleye yansıtabilir.

Günümüzde sosyal medyanın iletişim gücü oldukça fazladır. Sosyal medyanın gücünün en fazla hissedildiği alanlar siyaset, spor ve toplumsal olaylarda görmekteyiz.

Bugün için siyaset alanında partiler, var gücüyle sosyal medyalarını, hem güncel tutmaktalar, hem de bunun için ayrı bir bütçe oluşturmaktadırlar. Özellikle seçim zamanı geniş halk kitleleri haberleri daha çok sosyal medyadan öğrenmekte ve buna göre tavır alabilmektedir. Partilerin ‘Sosyal medyadan sorumlu genel başkan yardımcılıklarına ayrıca kadro tahsis etmeleri, sosyal medyaya verilen önemin güzel bir göstergesidir.

Sosyal medyanın gücünü, ülkemizde yaşanan; futbol kulüpleri taraftarlarının çok kısa sürede birlikte hareket etmelerinden, bazı marjinal grupların sosyal medya aracılığıyla toplanıp eylem yapmalarından çok rahat görebilmekteyiz.

Sosyal medyada birey, kimliğini gizleyerek rahatlıkla muhatabına cevap verebilmekte, düşüncelerini ifade edebilmekte, karşı tarafın fikirlerine katılmadığını beyan edebilmekte, hatta karşısındaki muhatabına çok rahat hakaret edebilmektedir.

Bundan dolayıdır ki sosyal medya, münakaşa ve birbirlerine hakaret etme platformuna hızlı bir biçimde dönüşebilmektedir.

Sosyal medya ayrıca gündem belirlemek ve kamuoyu oluşturmak için de kullanılan bir platform halini almıştır.¹¹ Sosyal medyanın bu görevi, toplu olaylara yön verme, toplumu yönlendirme, toplumsal olaylara olumlu ya da olumsuz etki edebilme açısından son derece önemlidir.

Sosyal medyanın temel özelliklerini Cerrah, şu şekilde sıralamıştır:

- 1.Katılım
- 2.Açıklık
- 3.Karşılıklı konuşma
- 4.Topluluk
- 5.Bağlantısallık
- 6.Medyada içerik oluşturma
- 7.Yeni etkileyenler tabakası oluşturma¹²

Burada Cerrah'ın, sosyal medyanın temel özelliklerini sayarken 'yeni etkileyenler tabakası oluşturma' maddesi, bizim dikkatimizi çekmiştir. Çünkü sosyal medyanın anlık bir iletişim olmadığı, bu iletişimin uzun bir sürece yayıldığını gözlemlemekteyiz. Yine iletişim sadece o andaki kişilerle sınırlı değil, belki görüldüğünden çok daha fazla kişilere hitap etmesi de sosyal medyanın gücünü tekrar gözler önüne sermektedir.

1.3.Ergenlik Döneminde Sosyal Medya

Ergenliği, vücudun fizyolojik olarak değiştiği, çocukların zihnen olgunlaştığı, yine cinsel olarak geliştiği ve vücudun üreme özelliğinin kazanılması olarak tanımlayabiliriz.¹³

¹¹ Cerrah, Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği), 9.

¹² Cerrah, Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği), 16.

¹³ Orhan Gürsu - Murat Faruk Özçelik, "Ergenlik Döneminde Dijital Oyun Bağımlılığı Ve Dindarlık İlişkisi", *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)* 22/1 (30 Haziran 2022), 201.

Ergenlik döneminde sosyal medya kullanımı da olabildiğince fazladır.¹⁴ Ergen, bu çağlarda ailesinden uzaklaşmakta, otoriteye başkaldırmakta, arkadaş ortamlarında daha fazla vakit geçirmek istemektedir.¹⁵ Dolayısıyla ergene söylenen emir kipindeki fiiller, ergen tarafından hoş karşılanmamakta, hatta nefret duyguları körüklenebilmektedir.

Ergenlik döneminde birey daha fazla arkadaş çevresiyle vakit geçirmek istemekte, aile ortamlarında bulunmak istememektedir. Bunun sebebi ise ergenlerin birbirlerinin dillerinden, konuşmalarından, hal, hareket ve tavırlarından daha iyi anlamaları, aile büyüklerinin kendilerine göre baskıcı tutumlarından kurtulmak istemeleri olabilmektedir.

Ergenlik döneminde çocuk, her ne kadar, daha çok arkadaş ortamlarında vakit geçirmeyi istese de, özellikle son 20 yılda sosyal medyada geçirilen süre de azımsanmayacak derecede fazladır. Ergen bireyin, sosyal medyayı bu denli fazla kullanma isteği, bir meydan okuma, bazen de bulunduğu dünyadan kaçış olarak nitelendirilebilir.

Ergenler için sosyal medya, bu denli öneme haizken, sosyal medyadaki birtakım olumlu veya olumsuz yapılan dini paylaşımlar da ergenin dikkatini çekecektir. Bu yapılan olumlu veya olumsuz dini paylaşımlar, ergeni dini konularda kolayca yönlendirebilecek, bazen ergen birey, dinle ilgili olumsuz duygulara çok kolay biçimde kapılabilecektir.

1.4.Ergenlik Döneminde Mahremiyet

Özellikle son 20 yıldaki ergenler, teknoloji konusunda bir önceki kuşağa göre daha uzmandırlar. Gençler, kitap yerine bilgisayar, yazı yazma yerine konuşmayı, topluluk halinde yaşamak yerine, yalnız yaşamayı tercih etmektedirler.¹⁶ Bu gençler, mahremiyet konusunda da, bir önceki kuşağa göre daha rahat hareket edebilmektedirler.

Bir önceki kuşağa göre, aile büyüklerinin yanında yüksek sesle konuşma, bacak, bacak üstüne atma, yemeğe önce başlama gibi davranışlar çok ayıplanarak bakıldığı

¹⁴ Mehmet Güney - Taşkın Taştepe, "Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı", *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD)*, (08 Eylül 2020), 187.

¹⁵ Mustafa Koç, "Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi ve Genel Özellikleri", *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1- 7 (2004), 238.

¹⁶ R. Tayyip Kaleli, "Geçmişten Günümüze Kuşaklar: Sosyal medya ve Mahremiyet Bilinci", *Z Kuşağı Sosyal Medya ve Mahremiyet*, ed. Abdullah Pakoğlu-Rukiye Gögen (Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları, 2022), 14.

halde, günümüz gençleri için bu tür davranışlar gayet normal karşılanabilmektedir.¹⁷ Bunun sebebinin ise sosyal medyanın, mahremiyeti neredeyse yok etmesi olarak görebilmekteyiz.¹⁸

İslamiyet açısından baktığımız zaman mahremiyetin önemini görebilmekteyiz. "Bir başkasının evine gireceğiniz zaman önce ev sahibini haberdar edin, gelişinizi fark ettirin ve eve girmek için mutlaka izin alın"¹⁹ mealindeki ayeti kerime bize mahremiyetin önemini bildirmektedir.

Belki de, günümüz ergen bireylerin çokça vakit geçirdikleri sosyal medya, mahremiyete yeterince önem vermediği, hatta bilerek mahremiyeti ifşa ettiği için gençler arasında oldukça popülerdir diyebiliriz. Bugün gençler arasında en fazla izlenen dizilerin, filmlerin, sosyal medya paylaşımlarının arasında mahremiyeti ihlal eden konuların öne çıkması hiç de tesadüfi değildir.

Mahremiyet ile ilgili birkaç hadise bakacak olursak, bunlardan bir tanesi:

"Zandan sakının. Çünkü zan, yalanın ta kendisidir. Birbirinizin konuştuğuna kulak kabartmayın, birbirinizin özel hâllerini araştırmayın, birbirinizle üstünlük yarışına girmeyin, birbirinize haset etmeyin, birbirinize kin beslemeyin, birbirinize sırt çevirmeyin. Ey Allah'ın kulları! Kardeş olun!"²⁰ Hadisi şerifidir.

Yine bir hadisinde peygamber efendimiz; "Kıyamet gününde Allah Teâlâ'ya göre en fena insan, karısıyla mahremiyetini paylaştıktan sonra onun sırrını ifşâ eden kimsedir."²¹ Buyurarak aile mahremiyetine önem vermektedir.

Burada peygamberimiz, birbirinizin özel hâllerini araştırmayın derken; mahremiyete önem vermeyi ve kişinin kendi özel hallerinin adeta evin içinde kalmasını istemektedir. Oysaki bugünkü sosyal medya, bırakın başkalarının özel hallerini

¹⁷ Kaleli, Z kuşağı sosyal medya ve mahremiyet, 13.

¹⁸ Hakan Yüksel, "Sosyal Medya Ortamında Mahremiyet Sorunu: Facebook ve Whatsapp Platformları", *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* 7 (Güz 2021), 14.

¹⁹ *Kur'an Mesajı / Meal-Tefsir*, çev. Muhammed Esed vd. (İstanbul: İşaret Yayınları, 2017), en-Nur 24/61.

²⁰ Ebû Abdillâh Muhammed bin İsmâîl bin İbrâhîm el-Cu'fi el-Buhari, *Sahih-i Buhari Tercüme ve Şerhi*, çev. Harun Yıldırım (İstanbul: Sağlam Yayınları, ts), "Edeb", 57.

²¹ Ebu Davud Süleyman b. Eş'as Es-Sicistani, *Sünen-i Ebu Davud*, çev. Necati Yeniçel - Hüseyin Kayapınar, (İstanbul: Şamil Yayınları, ts), "Edeb", 32.

araştırmak istemeyi, adeta özel halleri sergilemekle popüler olmayı amaçlamaktadır. Biz bunun örneklerini bazı film ve dizilerde de görebilmekteyiz.

Yine bir hadisi şerifinde peygamberimiz: “Ey diliyle iman edip, kalbine iman girmemiş olan kimseler! Müslümanların gıybetini yapmayın ve onların gizli hâllerini araştırmayın. Çünkü her kim onların gizli hâllerini araştırırsa Allah da onun gizli hâlini araştırır. Allah kimin gizli hâlini araştırırsa onu evinde bile (gizlice yaptıklarını ortaya çıkararak) rezil eder.”²² Buyurarak mahremiyetin önemine değinmiş, başkalarının gıybetinin yapılmamasını istemiş ve gizli hallerinin araştırılmak istenmesini kabul etmemiştir.

Bütün bunlardan görüldüğü üzere, sosyal medya bizlere ve de özellikle de ergen bireylere, olması gerekeni değil, olmaması gerekeni özendirilmektedir. Belki de bu durumdan kaynaklı olsa gerek, sosyal medya patronları, olabildiğince fazla kullanıcı sayısını arttırmakta, kullanıcı sayısını arttırdıkça da çok önemli maddi gelir elde etmektedirler. Maalesef bu durum, bazılarının ceplerini doldururken, özellikle genç bireylerin ahlaki çöküntü yaşamasına sebep olmaktadır.

1.5. Sosyal Medyanın Gençler Üzerindeki Etkisi

Sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisini inceleyen pek çok araştırma yapılmıştır. Bu bağlamda gençlere, niçin daha fazla sosyal medyayla vakit geçirdikleri sorulduğunda çok farklı cevaplar alınabilmektedir. Burada öne çıkan bazı başlıkları vurgulamak istiyoruz.

1. Takipçi sayısının çok olmasını istemeleri.
2. Sosyal medyayı faydalı bir bilgi yayma aracı olarak görmeleri.
3. Sahte hesapla istediği her şeye yorum yapmakta serbest davranmaları.
4. Gençlerin, profil fotoğraflarında olduğundan farklı görünme çabaları.²³

Bu çalışmada gençler, takipçi sayısının fazla olmasıyla popülerlik arasında pozitif bir bağlantı kurmakta, hatta arkadaş çevresinde ergen bireyin, takipçi sayısıyla,

²² Ebu Davud, “Edeb”,35.

²³ Sümeyra Arıcan, “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri = The Impacts of the Social Media on the Youth’s Perceptions of Religion”, Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 8/2 (2021), 1074.

popülerliği, artmakta veya azalmaktadır. Hal böyle olunca gençlerin elinden, sosyal medyayı almamız ve hayatlarından sosyal medyayı çıkarmamız neredeyse imkânsız halini almıştır.

Yine genç bireylerde, popülerlik ölçüsünün, ergen bireyin, fiziki özellikleriyle de, çok yakın ilgisi vardır. Öyle ki genç birey, fiziki özelliklerini kullanarak, arkadaş ortamında daha rahat yer edinebilmektedir. Ergen bireyin sosyal medyadaki profil fotoğrafında, rötuş kullanması veya sahte profil fotoğrafı koymasının en önemli amacı da tam da bu olsa gerek. Hal böyle olunca sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisi de azımsanamayacak kadar fazladır.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA DİN

2.1.Ergenlik Dönemi Dini Algı

Ergenlik döneminde bireysel bazı farklılıklar olsa da, genellikle birey, dini söylem, dinle ilgili terimler, Tanrı tasavvuru, cennet, cehennem, ahiret gibi konularla çok fazla ilgilenmemekte, belki de ilgilenmek istememektedir. Bu durum, normal karşılanmalıdır.

Ergenliğin ilk döneminde birey, Tanrı, cennet, cehennem, ahiret gibi soyut konuları, belki zihninde canlandıramamakta, belki de yaşadığı dünya ile ahiret hayatı, cennet, cehennem gibi kendince soyut olan konularla bir benzerlik kuramamaktadır.

Ergenliğin ilk dönemine erinlik dönemi denmektedir.²⁴ Bu dönemde bireyin dini açıdan sorumluluk çağı başlamaktadır. Yine bu dönemde ergen birey, zihninde bir takım dini terimleri araştırmakta, sorgulamakta ve bu terimleri kafasında bir yere oturtmaya çalışmaktadır.

Ergenliğin ilk dönemlerinde Tanrı, daha somut olarak ifade edilebilmektedir. Bu durumu, ergen bireyin; “Allah nerede? Allah’ın evi nerede? Allah ne yer, ne içer?” gibi tipik somut evre sorularından çok rahat anlayabilmekteyiz. Ergen birey, bu dönemde Tanrı’yı içinden gelen sevgi, güven gibi duygularla açıklamaya çalışır.²⁵

Baynal, ilkokul, ortaokul ve imam hatip ortaokulu öğrencilerine Allah anlayışı ve korku üzerine bir çalışma yapmıştır. Katılımcılara “Allah kelimesi size neyi çağırıyor?” şeklinde soru sorulmuş, katılımcılar; yaratan, yüce, koruyan cevaplarını vermişlerdir.²⁶

²⁴ Fatma Baynal, “Erinlik (Ön Ergenlik) Dönemi Korku, Kaygı ve Din İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Bilimname* 45 (31 Ekim 2021), 262.

²⁵ Murat Yıldız, *Çocuklarda Tanrı Tasavvurunun Gelişimi* (İzmir: İlahiyat Vakfı Yayınları, 2007), 202.

²⁶ Baynal, “Erinlik (Ön Ergenlik) Dönemi Korku, Kaygı ve Din İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, 273.

Yine aynı çalışmada katılımcılara, “en çok nelerden korkarsınız?” şeklinde bir soru yöneltilmiş ve katılımcıların önemli çoğunluğu bu soruya “Allah” cevabını verebilmişlerdir.²⁷

Baynal’ın bu çalışması, bize erinlik dönemindeki gençlerin Allah anlayışı ile ilgili çok çarpıcı fikirler vermiştir. Özellikle en çok korkulan şeylerin başında Allah’ın gelmesi bizim çalışmamızın da özünü oluşturmaktadır. Şöyle ki, özellikle erinlik döneminde çocuk, bir miktar belki yaratandan korkmalıdır, ama bu korku miktarının artması, ergenlerin Allah tasavvurlarında olumsuz neticeler doğuracaktır.

Nitekim zaten somut işlemler döneminde olan ergen bireyin zihninde; Allah, cennet, cehennem, melek, ahiret gibi birey için soyut olan bu kavramlar tam olarak oturmamıştır. Bunun üzerine, bir de biz eğitimciler, anne baba, çevre ve de sosyal medya, Allah kavramını, cehennemi, melekleri, korkutucu bir varlık gibi anlatırsa, erinlik dönemindeki ergen birey bu durumdan oldukça fazla olumsuz olarak etkilenecektir.

2.2. Sosyal Medyada Negatif Din Algısı

Sosyal medyada, bazen bilerek, bazı kötü niyetli internet siteleri, gençleri olumsuz yönde etkilemeye çalışmaktadır. Bazen de, kendilerine youtuber denen bir takım kişilerin, sırf takipçi sayılarını arttırmak için, kişilere Allah, cennet ve cehennemden sorular sordukları gözlenmiştir.

Yine İmam Hatipler arasında yapılan bir araştırmada gençlere şu tür soruların sorulduğu gözlemlenmiştir:

1-İnsan niçin zor anlarında bir yaratıcıya ihtiyaç duyar?

2- Allah, bizim cennete ve cehenneme gireceğimizi biliyorsa, neden bizi imtihan ediyor?

3-Her şeyin yaratıcısı Allah ise, O’nun yaratıcısı kim?

4-Öldükten sonra dirileceksek neden ölüyoruz?

²⁷ Baynal, “Erinlik (Ön Ergenlik) Dönemi Korku, Kaygı ve Din İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, 274.

5-Allah her şeyi bildiği halde neden bizi yarattı?

6-Bazen peygamber yaşadı mı, gerçekten var mı? Diye düşünüyorum.

7-Bizler, Müslüman ailede doğduğumuz için mi Allah'a inanıyoruz?

8-İnanmayan aileden doğanların suçu ne?

9-Allah, neden bir kuluna eziyet verirken diğerine rahatlık veriyor?

10-Rabbimiz, neden bu konuda eşit davranmıyor?

11-Rabbimiz, bildiği halde neden bize 'Rabbin kim' diye sordu?

12-Kaderde ne zaman öleceğimiz belli ise, neden sadaka ömrü uzatıyor?

13-Kaderde, cennete veya cehenneme gideceğimiz belliyse, neden ibadet ediyoruz?²⁸

Bu tür soruları çoğaltmamız mümkündür. Bu tip sorular, sosyal medyada veya bazı internet sitelerinde defalarca dönmektedir. Ergenlik dönemindeki birey için, genellikle felsefi olan, bu konu ve soruları, kendince cevaplaması zor görünmektedir. Bu sorulara genel olarak baktığımız zaman İslam felsefesinin konuları olduğu görülmektedir. İlahiyat fakültelerinde İslam felsefesi ve bunun içindeki “Tanrı tasavvuru”, “Kötülük problemi” gibi konulara fazlaca yer verilmektedir.

Bu noktada gençlerin kafasındaki bu sorulara, onların anlayabileceği şekilde cevap veremezsek, gençlerin; Allah, cehennem, ahiret gibi kavramlarda, kafalarındaki soru işaretleri, artarak büyümeye devam edecektir.

Yine aynı çalışmada, İmam Hatip Liselerindeki öğrencilerin soruları da ele alınmıştır. Bu soruları da birkaç başlık altında toplayacak olursak:

1-Allah bizim cennete veya cehenneme, gireceğimizi biliyorsa, neden bizi imtihan ediyor?

2-Kaderimizde her şey yazılı ise, neden ibadet ediyoruz?

3-Allah, kalplerini mühürlediği insanları niçin cehennemde cezalandırıyor?

²⁸ Fatma Günaydın, "İmam Hatip Liselerinde İnanç Sorunları" *Din Karşıtı Çağdaş Akımlar ve Deizm*, ed. Vecihi Sönmez vd. (İstanbul : Ensar Neşriyat, 2017), 323.

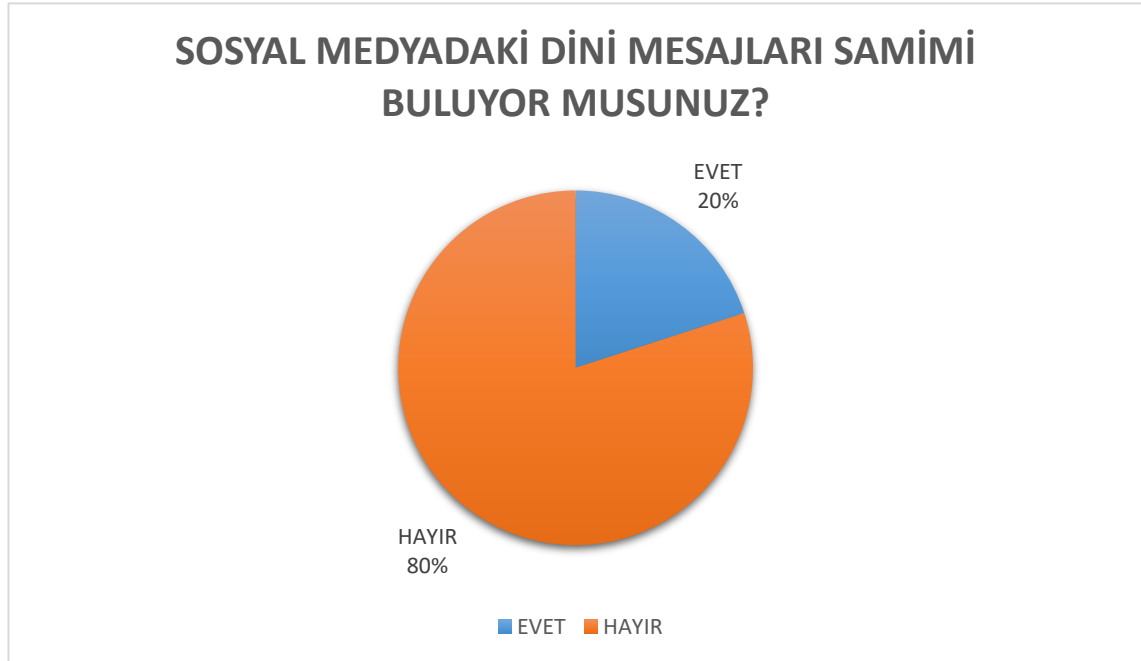
4-Allah, bizi seviyorsa, neden günah işlememize izin veriyor?

5-Allah, ihtiyacı yokken, neden bizlerden ibadet etmemizi istiyor?

6-Allah niçin önceki kitapların bozulmasına, izin vermiştir?²⁹

Burada görüldüğü gibi, İmam Hatip Liselerindeki, öğrenciler arasında da, bu kelâmi ve felsefî sorular, oldukça yaygındır. İşin ilginç yanı ise, İmam Hatip Liselerinde okuyan öğrenciler, az da olsa, bu konuların geçtiği, akait ve kelim derslerini görmektedirler. Bizim kanaatimizce, ergen birey, bu tür soruları ya, sosyal medyadan görmekte ve paylaşmakta, ya da bazı kötü niyetli internet sitelerinden görmektedirler. Her ne şekilde olursa olsun, bireyin kafasındaki bu soru işaretlerini gidermek, biz eğitimcilerimize düşmektedir. Burada önemli olan cevap verirken, gençlerin kafasındaki soru işaretlerini, mümkün mertebe en aza indirmeye çalışmaktır.

Bizler burada, öğrencilerle birlikte yaptığımız anket çalışmasında çok çarpıcı sonuçlar bulduk. Genel olarak halka; “Sosyal Medyadaki Dini Mesajları Samimi Buluyor musunuz?” şeklinde bir soru yönelttik.



²⁹ Günaydın, "İmam Hatip Liselerinde İnanç Sorunları", 328.

Burada, sosyal medyada paylaşılan dini içerikli mesajları samimi bulmayanların oranı %80'dir. Bu rakam hiç de azımsanacak bir rakam değildir. İnsanımızın çoğu sosyal medyadaki dini içerikli mesajları samimi bulmazken, yine de dini içerikli paylaşımlar yapmaktan da geri durmamaktadır.

2.3. Sosyal Medyada Yer Alan Dini Sembol Ve Terimler

Sosyal medyada bazı dini terimler, yine popülizm amaçlı kullanılmakta, hatta bu durum sadece dini terimlerle sınırlı olmayıp, dini bir sembol, örneğin seccade, hatta belki de dini bir değer kabul edilen, başörtüsünün dahi izlenirlik oranını yükseltmek için kullanıldığını görebilmekteyiz. Hayırlı cumalar mesajlarından tutun da salavat zincirleri, fetih suresi okuma geceleri, hatim duası birlikteliği gibi birçok dini öge, sosyal medyada paylaşılmakta ve insanlar birbirlerini, sosyal medya aracılığıyla, bu etkinliklere davet etmektedir. Bütün bunların hepsine, tüketilen dindarlık diyemeyiz. Elbette ki bir hatim zinciri oluşturmak, sosyal medyada bir salavat zinciri oluşturmak, insanların birbirlerini, bu etkinliklere sosyal medya aracılığıyla haberdar etmeleri, olumlu bir tutumdur.

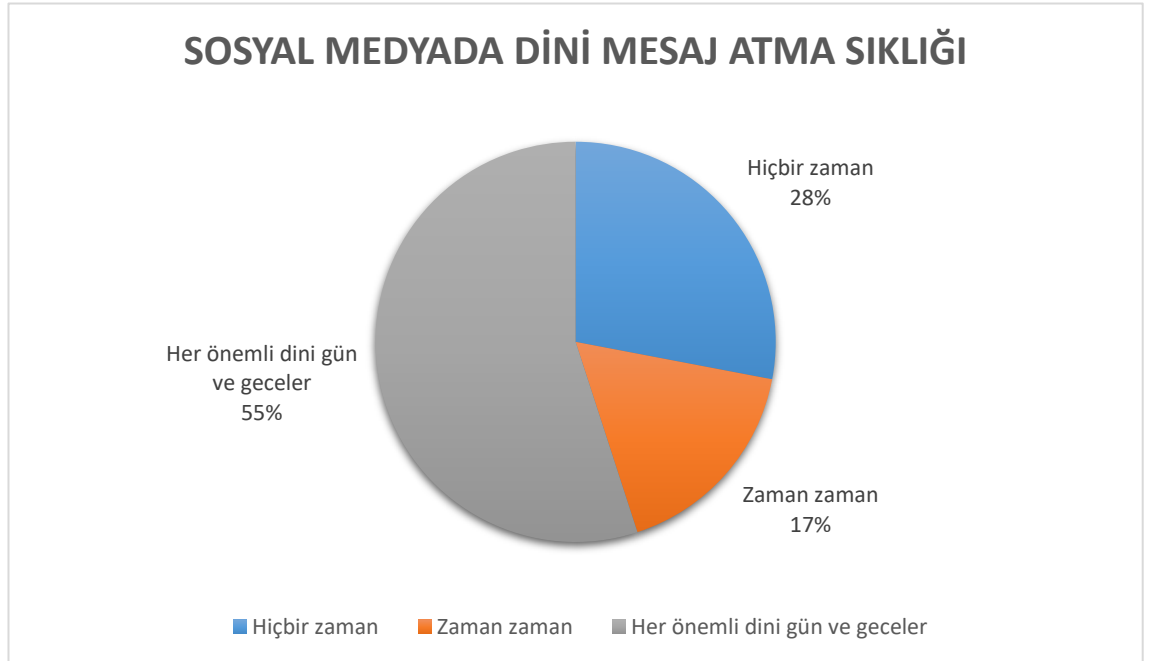
Bizler, sosyal medyada başörtülü kızlarımızın çok rahat makyaj malzemesi reklamı yaptığını görebilmekte ve hatta bazı sosyal medya fenomenlerinin yaptıkları hareketleri, söylemleri yapmaktan da geri durmadıklarını gözlemlemekteyiz.³⁰ Sosyal medyada Yasin cüzü, seccade reklamları, dini içerikli kitaplar, hatta "peygamberimizin kullandığını ve şifa bulduğunu" söyleyerek yapılagelen çörek otu pazarlamasından tutun da, dini kıyafetler, evimize asılan cevşen, tespîh, zikirmatik gibi pek çok dini figürleri görebilmekteyiz.

Sosyal medyada "Hayırlı cumalar" mesajı bir gelenek olmaya başladı. Artık kişi bir gün öncesinden, elindeki hazır metni telefonundaki bütün gruplarla paylaşıyor, kendisine gelen mesajları beğeniyor, ertesi hafta beğendiği mesajı yine telefonundaki gruplarla, paylaşmakta bir sakınca görmüyor. Kişinin burada hayırlı cumalar mesajı paylaşmaktaki gayesi belki, kendisinin arkadaş ortamlarında yer edinmeye çalışması, belki de popülerliğini arttırmak veya gerçekten Cuma gününün önemine binaen

³⁰ Instagram, "Meryemce Turban Tasarım" Erişim (28 Kasım 2023).

olabilmektedir. Fakat “Hayırlı cumalar” mesajı paylaşmak son yıllarda bir sıradanlığın varlığını gizleyememektedir. Hazır şablonlu mesajların etkisi neredeyse yok denecek kadar azdır. Artık bir ritüel haline gelen hayırlı cumalar mesajı paylaşmak, çok monoton ve sıradan hale geldiği için etkisini yavaş yavaş yitirmekte belki de ileriki zamanlarda sosyal medya sayfalarında özellikle gençler arasında bir eğlence konusu olabilecektir. Bu durumun örneğini bizzat gençlerden Cuma olmayan bir günde, birbirlerine “Hayırlı cumalar” mesajı attıklarını gözlemlemekteyiz.

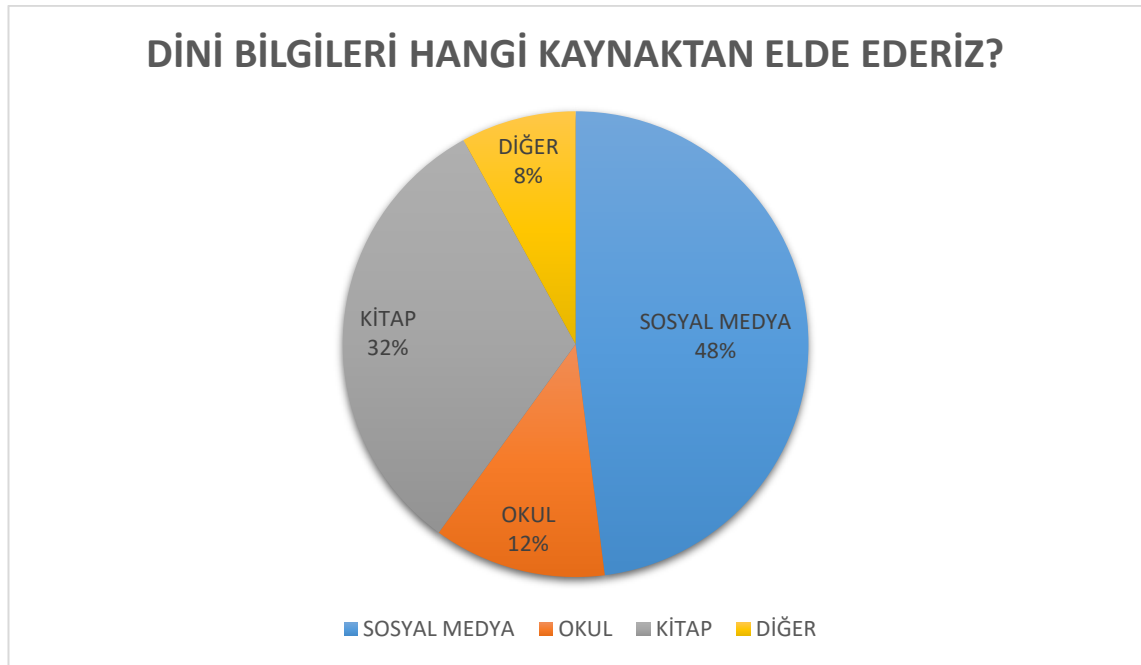
Bizler, burada sosyal medyada dini mesaj atma sıklığını öğrenmek için yine, bir anket çalışması yaptık; Bu anket çalışmasında, Her önemli dini gün ve gecelerde atılan dini mesaj oranı yüzde 55’tir. Bu da demek oluyor ki, halkımızın büyük bir kısmı dini, gün ve gecelere önem vermekte ve bu gün ve geceleri kendilerince kutlamaktadırlar.



Yine sosyal medyada yapılan dini sembol, dini yapılar, örneğin cami, mescit, hatta hac veya umre esnasında, Kâbe resimlerini paylaşmak elbette, dini değerlere sahip olan insanımız için güzel bir davranıştır, ama bu paylaşımlar, abartılıp, amacını aşınca, artık ilgisini yavaş yavaş kaybetmektedir. Kâbe’nin önünde küçük bir kâğıda yazılı olan,

“falanca kişiye dua ediyorum”³¹ şeklindeki fotoğraflı paylaşımlar da son zamanlarda oldukça popülerdir. Fakat bu tür paylaşımlar, her ne kadar bir kesim tarafından amacı doğrultusunda yapılsa da bazı kesimlerce bu tür paylaşımlar, bizlere çok da inandırıcı gelmemekte hatta bu tür paylaşımların, popülarlığı artırmak için yapıldığını bizlere hissettirmektedir.

Ayrıca, anket çalışmamızda dini bilgileri hangi kaynaktan elde ettiğimizi sorduğumuzda, ankete katılanların yüzde 48’i sosyal medya cevabını vererek bizleri şaşırtmamışlardır. Bu anket çalışmalarına baktığımız zaman, sosyal medyanın, her alanda olduğu gibi, dini alanda da önemli bir faktör olduğunu görmekteyiz.



Bizler, son yıllarda sosyal medyada yer alan dini paylaşımları olabildiğince fazla görmekteyiz. Maalesef, bu paylaşımlarda bazen ipin ucunun kaçtığını da gözlemlemekteyiz. İslami evlilik siteleri, rüya yorumlarının yer aldığı bazı sosyal medya hesapları, yeşil rap adı altında dini pop müzikleri yapan ve bunların reklamını yapan sosyal medya hesapları, İslami yarışmalar veya çocuklar için İslami oyunlar bunlardan bazılarıdır.³²

³¹ Haberler Com, “Diyanetten, Kâbe’de Dualı Selfie Uyarı.” Erişim (02 Aralık 2023).

³² Didem Gazneli, “Din Eksenli Tüketimin Yeni Medyadaki Görünümleri: Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Değerlendirme” (MEDİAD: Medya ve Din Araştırmaları Dergisi = Journal of Media and Religion Studies, ts.), 3/63.

Burada İslami evlilik siteleri³³ ve rüya yorumları³⁴ sosyal medya içeriklerine, kısaca yer değinmek istiyoruz. Özellikle kültürümüzde evliliği vurgulayarak, kendine uygun eş bulabilmek amacıyla kurulan bu evlilik siteleri bazen amacından sapabilmektedir. Bu sitelere baktığımızda, en popülerleri, İslami evlilik siteleridir. Günümüzde İslami evlilik sitesinin amacı nedir? Niçin kurulmuştur? Muhtemelen dini değerlere sahip olan genç, bu sitelere girmekte ve kendisine uygun eşi bulmak istemektedir. Fakat bütün internet ortamlarında olduğu gibi, bu siteler de, sanal bir içeriktir. Sanal içerik olduğu için karşıdaki muhatabı, sadece yazıyla anlamaktayız. Karşıdakini görememekteyiz. Bu tür siteler, bazen bazı kişilerin çıkarları doğrultusunda kullanılabilirlerdir.

Bir diğer sosyal medya platformu ise, rüya yorumları siteleri veya sosyal medya hesaplarıdır. İnternet sitelerinde veya sosyal medyada, rüya yorumları adı altında kurulan hesaplara baktığımız zaman bazen dinle, İslam'la hiç alakası olmayan şeylere şahitlik etmekteyiz. Oysaki bizler biliyoruz ki rüyayla amel olunmaz. Fakat her şeyde olduğu gibi, sosyal medya paylaşım sahipleri de popülerlik uğruna, kendi çıkarları uğruna, dini söylemleri, dini değerleri bazen ayaklar altına almakta bir sakınca görmüyorlar.

Yine, sosyal medyada dua zincirleri ve hatim cüzleri dağıtmak da oldukça popülerdir.³⁵ Özellikle, bayanlar arasında yaygın olan ilahilerin, telefon zil sesi yapılması, sosyal medyada gündem olmuş ve maalesef gençler arasında bir eğlence aracı olarak görülebilmektedir. Hatta son zamanlarda bazı dizi ve filmlere baktığımız zaman bu zil seslerinden, kulakları sağır edercesine yer alan ilahi, müzik ve repliklerin, alaycı bir tavırla yer aldığına şahitlik etmekteyiz.

Burada, baktığımız zaman, hemen hemen her şeyde olduğu gibi bu dini içerikli sosyal paylaşım sitelerinde de ticaretin, ön plana çıktığını görmekteyiz. Ticari amaçlı ürünler bu sitelerde paylaşılmakta, boy resimlerle reklamları yapılmakta, bu ürünlerin satışı için kampanyalar düzenlenmektedir. Bazen bu tür kampanya ve reklamların amacını aştığını görmekteyiz. Bizim, özellikle de Anadolu halkının hiç de alışık olmadığı,

³³ Müslüma, "Müslüman Hayat Arkadaşınızı Bulun" Erişim (02 Aralık 2023).

³⁴ Instagram, "Rüya Tabiri" Erişim (28 Kasım 2023).

³⁵ Gazneli, "Din Eksenli Tüketimin Yeni Medyadaki Görünümleri: Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Değerlendirme", 3/63.

“Namaz elbisesi”nin, bu tür sosyal medya hesaplarında reklamının yapılması ve pazarlanması, bu duruma güzel bir örnektir diyebiliriz.

Öte yandan muhafazakâr değerlere sahip olan kişilerin, isteyebileceği tarzda yapılan, düğün ve sünnet törenlerinin yer aldığı bazı organizasyonlarda da, sosyal medyada olabildiğince fazla reklam bulmaktayız. İlahi söyleyen kişiler, gruplar, düğünlerde, sünnetlerde boy yer almakta ve kendi reklamlarını, çok güzel şekilde yapmaktadırlar. Bunların da bir yerde amacı, elbette ki ticarettir ve reklamların yer aldığı en önemli alan, bugün için sosyal medya mecrasıdır.

Yeni medyada din ve tüketim ilişkisini inceleyen Gazneli, özellikle tesettürün lüks bir tüketim aracı olmasının, bir statü göstergesi haline gelmesine bağlamaktadır.³⁶ Gerek tesettür firmalarının, gerekse tüketicilerin, hazır giyim sektöründe ön plana çıkardıkları markalar ve bu markaların yer aldıkları reklamlar, sosyal medyada kendilerine “Fenomen” denilen kişilerce, sayfa sayfa yayınlanmaktadır. Artık günümüzde moda halini alan tesettür giyimi, özellikle muhafazakâr kesim tarafından, çokça tercih edilmektedir. Son yıllarda, dizilerden, sosyal medyaya, hatta spor salonlarında tesettür giyim markalarının reklamlarını görebilmekteyiz. Ne ilginçtir ki, örneğin spor salonundaki bir sporcu kızımızın, tesettürlü bir biçimde sahaya inmesi, sosyal medya fenomenleri tarafından, incelenmiş, ilgi çekici görülmüş ve bu durumu, hemen sayfalarına taşımışlardır. Fenomenler tarafından sayfalarına taşınan bu videolar, tıklanma ve beğeni rekoru kırmışlardır. Bunları gören muhafazakâr kesimin çocukları, özellikle ergen çocukları, “artık ben de böyle giyebilirim. Sosyal medyada reklamlar beğeniler, tıklanma rekoru kırdığına göre, ben de böyle yaşayabilirim.” Diye düşünmekten kendisini alıkoyamamaktadır.

Yine son zamanlarda, sosyal medya sayfalarında, tesettürlü bayanların, lüks yat gezileri, doğum günü kutlamaları, lüks arabaların içinden çekilen storyler, reelsler, olabildiğince fazla gözükmektedir.³⁷

³⁶ Gazneli, “Din Eksenli Tüketimin Yeni Medyadaki Görünümleri: Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Değerlendirme”, 3/78.

³⁷ Halalbooking, "Helal Özellikli Tatil İçin Özel Yat Kiralama" Erişim (02 Aralık 2023).

Benim, naçizane burada en çok dikkatimi çeken konu, bir sosyal medya sitesinde karşılaştığım, tesettürlü bayanların alkolsüz içki tüketmeleri idi.³⁸ Maalesef, durumun buralara kadar gelmesinde, sosyal medyadaki bu tesettür giyim markalarının yapmış olduğu reklamların ve sosyal medyadaki inanılmaz gösteriş merakının rolünün olduğunu söyleyebiliriz.

Yine tesettür firmaları, inanılmaz bir biçimde, marka üzerinden reklam yapmaya ve gençleri ister istemez bu markalara yönlendirmeye başlamışlardır. Artık bir yerde, dinimizin bir gereği olarak başımıza takılan başörtüsü veya giydiğimiz elbisenin dini değeri değil, tamamen markası ön plana çıkmaya başlamıştır. Bunun neticesinde, markalı tesettür ürünlerinin fiyatları, talep çok olduğu için fazlaca abartılabilmiştir. Bu durumdan karlı çıkansa yine bu marka sahipleri olmuştur. Hal böyleyken, bu ürünleri alamayan ve sosyal medyada takip eden muhafazakâr kesimin çocukları, bu ürünlerin sahtelerine yönelmişlerdir. Öyle anlaşılıyor ki bu ürünler, muhafazakâr kesimce o kadar meşhur olmuştur ki, artık bu ürünlerin sahtelerini bile çıkarmayı, göze alan bir kesim vardır.

İslami sitelerin sosyal medyada, boy reklamlarını yaptığı bir diğer ürün ise, İslami otellerdir. İslami oteller, muhafazakâr kesime tatil için, bir alternatif sunmakta ve sosyal medyada boy reklamlarını yaptıkları için, dini değerlere sahip kişilerce tercih edilmektedir.

Sosyal medyada, din adı altında bütün bunlardan başka, bebek dişi organizasyonlarının,³⁹ bebek mevlitleri organizasyonları,⁴⁰ sünnet ve kına organizasyonları,⁴¹ muhafazakâr kesimin oldukça dikkatini çekmiş ve yine kapitalist sistemin etkisiyle bu tür organizasyonlar fazlaca tercih edilebilmiştir. Muhafazakâr kesimce, bebek dişi organizasyonunda, şaşıklı bir biçimde, ışıklı olarak bebeğin ismi yazılır ve yine konfetiler eşliğinde bir bayan gelir ve orada, defiyile kendince ilahi söyler.⁴² Burada gelen davetlilere, Yasin cüzü, ayet el kürsinin basılı olduğu kokulu sabun veya

³⁸ Onedio, "Bekârlığa Veda Partisinde Alkolsüz Şampanya Patlatan Muhafazakâr Gelin Açıklama Yaptı!" Erişim (28 Kasım 2023).

³⁹ Dolunay Organizasyon, "Sünnet Düğünü Organizasyonu" Erişim (28 Kasım 2023).

⁴⁰ Instagram, "Mevlidci Baş" Erişim (27 Kasım 2023).

⁴¹ Dolunay Organizasyon, "Sünnet Düğünü Organizasyonu" Erişim (28 Kasım 2023).

⁴² Instagram, "İlahi Grubu Official" Erişim (27 Kasım 2023).

çeşitli hediyeler dağıtılır. Bu merasimler, bazı kesimlerce önemsenmekte yapılmadığı zaman bebekte bir eksiklik olacağı düşüncesi hâkim olmaktadır. Bu merasimi gören komşular da “falanca, çocuğun diş mevlidini yaptı, biz de yapmazsak eksik kalırız.” Anlayışıyla kendi çocuklarının diş mevlitlerini yapmaktalar ve bu durum böylece yaygınlaşmaktadır.

Yine sosyal medyada, baktığımız, “mevlit” adı altında kartvizitler basılmakta, bu mevlit merasimleri de olabildiğince şaşaalı bir biçimde yapılmakta, hatta günümüz lüks düğünlerini aratmamaktadır.⁴³ Sosyal medyada hastalara baktığımız zaman. #Bebek anneleri, #Bayan ilahi grubu, #İslami düğün, #bebek mevlidi, #bebek dişi, #İslami sünnet gibi hastagleri, olabildiğince fazla görmekteyiz.⁴⁴

Ayrıca sosyal medyada, bazen dindar kesim tarafından ipin ucunun kaçırıldığı çeşitli paylaşımlar ve videolar da azımsanmayacak derecede fazladır. Burada bunlardan birkaç örnek vermek istiyoruz. Özellikle muhafazakâr kesimin, önemli bir kısmının önemseydiği ve üzerinde durduğu konular, sosyal medyayı çok etkili kullanan ve bütün amaçları beğeni rekoru kırmak olan fenomenlerce, duyguların istismar edilmesi sıradan görülebilmiştir. Bulutların “Allah” yazması,⁴⁵ ineğin sırtında “Allah” yazması,⁴⁶ kuşun namaz kılması,⁴⁷ gibi örnekleri çoğaltmak mümkündür. Yine, “namaz kılan çocuğa beğeni gelir mi?”⁴⁸ “Müsaitsen Allah yazar mısın”⁴⁹ “70 günah sildiren dua”,⁵⁰ gibi sorularla adeta inanan kesimin inancı test edilmekte, neredeyse bu gönderiyi okuyan, gören herkesin, gönderiyi zorla beğenmesi istenmektedir.

Sosyal medyada Müslümanlar için kutsal kabul edilen şeylerin sömürüsü de fazlaca yer almaktadır. Burada da maalesef inanan kesimin saf duygularıyla oynanmaktadır. Bunlara birkaç örnek vermeye çalışalım. Hac veya umre ziyaretleri için

⁴³ Instagram, "Mevlidsibaşı" Erişim (27 Kasım 2023).

⁴⁴ Gazneli, “Din Eksenli Tüketimin Yeni Medyadaki Görünümleri: Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Değerlendirme”, 3/83.

⁴⁵ İhlas Haber Ajansı, "Gökyüzünde "Allah" yazısı" Erişim (26 Kasım 2023).

⁴⁶ Youtube, "İneğin Sırtında Allah Yazıyor" Erişim (25 Kasım 2023).

⁴⁷ Instagram, "Kuş Namaz Kılıyor" Erişim (25 Kasım 2023).

⁴⁸ Instagram, "İlahi Diyar" Erişim (25 Kasım 2023).

⁴⁹ Instagram, "Müsaitsen Allah Yazar mısın" Erişim (20 Kasım 2023).

⁵⁰ Instagram, "Yetmiş Günah Sildiren Dua" Erişim (21 Kasım 2023).

Kâbe maketleri hazırlanmakta ve hacı adayları bu Kâbe maketleri üzerinden uygulamalı örneklerle hacı veya umreyi nasıl yapacağı hakkında bilgi sahibi olmaya çalışmaktadır. Buraya kadar bir sıkıntı yoktur, ama maalesef bazı sosyal medya paylaşımcıları burada da kutsal şeylerin sömürüsüne başlamış ve bir makete dahi kutsallık atfederek insanların beğenmesini isteyebilmiştir.⁵¹ Bu örnekleri çoğaltabiliriz: “Filistin semalarında ebabil kuşları”⁵², “Fatıma annemizin eli”⁵³ gibi paylaşımlar dinimizin özü olan faydalı insan olmak ya da ahlaklı insan olmak gibi kavramları ikinci plana itmiş, neredeyse dinimizin özünü bu paylaşımlardaki sıradanlığa indirgemıştır, diyebiliriz.

Sonuç olarak; sosyal medyada yapılan, bu dini ticaret hesapları, mevlit geceleri merasimleri, bebek dişi geceleri, İslami sünnet, İslami düğün gibi organizasyonlar, tesettür giyim mağazalarının reklamları, muhafazakâr tatil otelleri gibi pek çok sosyal medya hesapları, bir yerden ticaretle para kazanmak İstemektedirler.

Fakat Bu türden bir pazarlama şekli, muhafazakâr kesimce çokça ilgi gördüğü için, olduğundan daha fazla fiyata ve değere sahip olmaktadırlar. Hal böyle olunca gençler arasında, dinin de bir ticaret alanı olduğu olgusu, yaygınlaşmaya başlamaktadır. Gençlerin zihninde bu yaygınlaşınca da, dinin özü, tam manasıyla anlaşılammamaktadır. Dinin özü, ruhu; Allah'a kendini adanmışlık ve saf ve dingin bir biçimde yaşamak iken, din, tamamen bir ticaret merkezi, semboller de birer, ticari meblağ gibi algılatılmakta ve algılanmaktadır. Bu yönüyle sosyal medyadaki bu dini ritüeller, özellikle gençler arasında, eğlence konusu olabilmekte, bazen de, dinin özüne zarar vermektedir. Değilse, kimsenin ticaretine, diyecek bir lafımız yoktur yani kısacası her şeyde olduğu gibi; din, dini semboller, dini kavramlar, bazı dini söylemler, sosyal medyada da tüketilmeye devam etmektedir.

⁵¹ Instagram, "İlahi Diyar" Erişim (19 Kasım 2023).

⁵² Instagram, "Filistin Semalarında Ebabil Kuşları Görüldü" Erişim (02 Aralık 2023).

⁵³ Instagram, "Fatıma Annemizin Eli" Erişim (23 Kasım 2023).

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Günümüz gençlerinin, hemen hemen, her zaman ve her durumda olduğu gibi, bazı ahlaki değerleri benimsemesinde, onaylamasında veya kabul etmesinde, sosyal medyanın önemi oldukça fazladır.

Sosyal medya, gençlerin aktif olarak kullandığı ve çok etkilendikleri bir mecradır. Bu çalışmamızda bizler, öncelikle bir kaynak taraması yaptık. Daha sonra bu kaynak taramasından elde edilen bilgileri topladık ve tezimiz için kullandık. Ama bu tezimizde, asıl bize yardımcı olan durum, lise öğretmenliğimiz boyunca elde ettiğimiz tecrübi bilgiler ve karşımıza çıkan sorular veya sorunlardır.

Sosyal medyayı kullanan kesimin, dinle alakalı paylaşımlara, söylemlere ilgisiz kalmadığı, dini inanç ve değerleri sosyal medya ortamına taşıdığı aşikârdır. Sosyal medya dindarlığının, hurafelerin dine girme konusunda önemli bir yeri vardır. İnsanların, dinle alakalı paylaşımlara önem vermeleri yüzünden batıl, inançların yayılma alanı genişlemiştir. Bu durum, dinin en önemli unsurlarından biri olan paylaşma ve ibadet kavramının sosyal medyada bir tek tuş ile mesaj paylaşımına indirildiği görülmüştür.

Ne kadar çok ayet paylaşılırsa o kadar çok sevap kazanılacağına inanılır. Sosyal medyada, doğru ve sağlıklı dini bilgiye ulaşmak oldukça güçtür. Liyakatsiz kişilerin yapmış olduğu, dini paylaşımlar, neredeyse sıradan hale gelmiştir.

Sonuç olarak dini alanda gerçek ve doğru bilgilere ulaşmanın yolu dini asıl kaynaklardan araştırarak öğrenmeye çalışmak olması gerekir. Sosyal medyadaki din ve dindarlık eğiliminin, daha çok bazı grupların, dini kendi amaçlarına uygun olarak kullanmaya çalışmaları sonucu ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmamızda bizler, sosyal medyada yer alan, bazen kasıtlı bazen kasıtsız olarak, özellikle dini paylaşımların niteliğini ortaya koymak istedik. Vardığımız sonuçta ise, kasıtlı olarak dini paylaşımları yapanların amacı, gençleri dinden soğutmak, gençleri seküler bir hayat tarzında, yetişmesinin sağlanmaya çalışılmasıdır.

Bu çalışmamızda, asıl bizi etkileyen konu ise, kasıtsız olarak dini paylaşımların, sosyal medyada çokça yer alması ve bunların gençler üzerinde, olumsuz etki bırakmasıdır. Kasıtsız olarak yapılan paylaşımlara tezimizde yer vermeye çalıştık.

Günümüzde teknolojinin, doğru bilgiye hızlı ulaşmak yolunda olumlu katkıları bulunmaktadır. Bugün bizler, nerede olursak olalım, doğru bilgiyi anında ve ilk kaynağından ulaşabilmekteyiz. Önceden günlerce kütüphanede, aradığımız kitaplar, bir tek tuşla elimizin altında bulunmaktadır.

Haberleşme açısından da, gerek teknolojik gelişmeler, gerekse sosyal medya, bizlere pozitif yönden olumlu katkılar sunmaktadır. Teknolojinin getirdiği bu olumlu imkânların yanında, bazı olumsuz durumlar da görülebilmektedir.

Sanal dünya, insanları yalnızlaştırmakta ve tek tipleştirmektedir. Sosyal medya, gençlerimizin ahlaki gelişiminde oldukça fazla etkilidir. Gençlerin giyiminden tutun da, okuldaki ve sokaktaki davranışlarına, hatta anne babasıyla olan ilişkilerine kadar, sosyal medya gençler üzerinde etkilidir.

Burada asıl önemli olan, gençler üzerinde, sosyal medyanın daha çok pozitif yönleri ele alınmalı, sosyal medyanın, gençleri esir etmesine izin verilmemelidir.

KAYNAKÇA

- Akyıldız, Serdar - Yılmaz, Kadri. “Sosyal Medya Konulu Araştırmaların Bilim Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi”. Ankara: *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* 16/28 (31 Ağustos 2020), 1-1.
- Ankaralı, Handan. “Türkiye’de İmam Hatip Okulları Hakkındaki Halkın Bilgi Düzeyi, Algı Seviyesi ve İlişkili Faktörler”. *Kalemname Kırıkkale Üniversitesi İslâmî İlimler Fakültesi Dergisi (KIİFAD)* 4/8 (2019), 210-300.
- Arıcan, Sümeyra. “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri = The Impacts of the Social Media on the Youth’s Perceptions of Religion”. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2 (2021), 1062-1106.
- Baynal, Fatma. “Erinlik (Ön Ergenlik) Dönemi Korku, Kaygı ve Din İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”. *Bilimname* 45 (31 Ekim 2021), 261-299.
- Buhari, Ebû Abdillâh Muhammed bin İsmâil bin İbrâhîm el-Cu’fî el. *Sahih-i Buhari Tercüme ve Şerhi*. çev. Harun Yıldırım. 11 Cilt. İstanbul: Sağlam Yayınları, ts.
- Cerrah, Lokman. *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*. Atatürk Üniversitesi, Thesis, 2015. (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi).
- Dolunay Organizasyon, "Sünnet Düğünü Organizasyonu" Erişim (28 Kasım 2023).
“<https://www.dolunayorganizasyon.com/>”,
- Euronews, “Pandemide İnternet Kullanım Oranı Yüzde 15 arttı” (Erişim 01 Aralık 2023).
“<https://tr.euronews.com/2021/10/11/avrupa-birligi-nde-duzenli-internet-kullan-m-oran-pandemide-yuzde-15-artt-turkiye-de-durum#:~:text=Avrupa%20Birli%C4%9Fi’nden%20d%C3%BCzenli%20olarak,76%2C5%20olarak%20kayda%20ge%C3%A7ti.>”,
- Es-Sicistani, Ebu davud Süleyman b Eş’as. Sünen-i Ebu Davud. çev. Necati Yeniçel - Hüseyin Kayapınar, İstanbul: Şamil Yayınları, 1987.
- Gazneli, Didem. “Din Eksenli Tüketimin Yeni Medyadaki Görünümleri: Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Değerlendirme”. 3/197-216. *MEDİAD: Medya ve Din Araştırmaları Dergisi = Journal of Media and Religion Studies*, Aydın 2020.

Günaydın, Fatma. Din karşıtı çağdaş akımlar ve deizm [İlahiyat Fakülteleri XXII Kelam Koordinasyon Toplantısı: Uluslararası Din Karşıtı Çağdaş Akımlar ve Deizm Sempozyumu (XXII : 2017 : Van)]. İstanbul : Ensar Neşriyat, 2017.

Güney, Mehmet - Taştepe, Taşkın. "Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı". Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD), 190.

Gürsu, Orhan - Özçelik, Murat Faruk. "Ergenlik Döneminde Dijital Oyun Bağımlılığı Ve Dindarlık İlişkisi". Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD) 22/1 (30 Haziran 2022), 199-216.

Haberler Com, "Diyanetten, Kâbe'de Dualı Selfie Uyarı." Erişim (02 Aralık 2023).

"<https://www.haberler.com/diyanetten-kabe-de-duali-selfie-uyari-11795129-haberi/>",

Halalbooking, "Helal Özellikli Tatil İçin Özel Yat Kiralama" Erişim (02 Aralık 2023).

"<https://tr.halalbooking.com/muhafazakâr-yat-tatili/fl/152>",

İhlas Haber Ajansı, "Gökyüzünde "Allah" yazısı" Erişim (26 Kasım 2023).

"<https://www.ihb.com.tr/haber-gokyuzunde-allah-yazisi-47516>",

Instagram, "Fatima Annemizin Eli" Erişim (23 Kasım 2023).

"https://www.instagram.com/p/CyRMG3wN_2N/?ref=ts".

Instagram, "Kuş Namaz Kılıyor" Erişim (25 Kasım 2023).

"<https://www.instagram.com/reel/CzrYcWHNjNY/>".

Instagram, "Meryem'ce Turban Tasarım" Erişim (28 Kasım 2023).

"<https://www.instagram.com/p/CzbxvII9Qw/>".

Instagram, "Müsaitsen Allah Yazar mısın" Erişim (20 Kasım 2023).

"<https://www.instagram.com/p/CzPSCnyN3xC/>".

Instagram, "Rüya Tabiri" Erişim (28 Kasım 2023).

"<https://www.instagram.com/ruyahaltabir/>".

Instagram, "Filistin Semalarında Ebabil Kuşları Görüldü" Erişim (02 Aralık 2023).

"<https://www.instagram.com/p/CyPv7k2t5Nj/>".

Instagram, "İlahi Diyar" Erişim (19 Kasım 2023).

<https://www.instagram.com/p/CIA7db7jc-m/>

Instagram, "İlahi Diyar" Erişim (19 Kasım 2023).

<https://www.instagram.com/p/CzX4b6yN5Fp/>”.

Instagram, "Mevlidcibaşı" Erişim (27 Kasım 2023).

<https://www.instagram.com/mevlidcibasi/?igshid=nq5x60mugjsn>”,

Instagram, "Yetmiş Günah Sildiren Dua" Erişim (21 Kasım 2023).

<https://www.instagram.com/p/CzLcXsjNC98/>”.

Kaleli, R. Tayyip. *Z kuşağı sosyal medya ve mahremiyet [Z kuşağı, Sosyal Medya ve Mahremiyet Gençlik Sempozyumu (2022 : Sivas)]*. Sivas : Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları, 2022.

Kalfa, Murat - Kocamaz, Selda. “Sosyal Medyayı Kullanım Açısından Gençlik ve Spor Bakanlığının Analizi”. Ankara: 2019.

Koç, Mustafa. *Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi Ve Genel Özellikleri*. Uludağ Üniversitesi, 2004.

Kur’an Mesajı / Meal-Tefsir. çev. Muhammed Esed vd. İstanbul: İşaret Yayınları, 2017.

Müslima, “Müslüman Hayat Arkadaşınızı Bulun” Erişim (02 Aralık 2023).

https://www.muslima.com/tr/landing/paid?&ovchn=GGL&ovcpn=Turkish+Res+t+of+World&overn=muslima%20evlilik%20sitesi&ovag=Legacy+Keywords&ovmtc=b&ovraw=g&ovtac=control&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAjfyqBhAsEiwA-UdzJASb0G79g9BslhUMMTtHEcH_qY-AXMiZnCO23m-roYelWFJuQJX9hoCFdMQAvD_BwE”.

Onedio, “Bekârlığa Veda Partisinde Alkolsüz Şampanya Patlatan Muhafazakâr Gelin Açıklama Yaptı!” Erişim (28 Kasım 2023).

<https://onedio.com/haber/bekarliga-veda-partisinde-alkolsuz-sampanya-patlata-muhafazakar-gelin-aciklama-yapti-1165385>”.

Oyman, Nihat. “Sosyal Medya Dindarlığı”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 14/28 (2016), 125-167.

Önen, Rahime Şule. “Sosyal Medyadaki Dinî İçeriklerin Z Kuşağının Dine Bakışındaki Rolü”. *Kadim Hikmet Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* 8 (2023), 21-38.

Yıldız, Murat. “Çocuklarda Tanrı Tasavvurunun Gelişimi”. 251. İzmir İlahiyat Vakfı Yayınları, 1. baskı.,

Youtube, "İneğin Sirtında Allah Yazıyor" Erişim (25 Kasım 2023).

“https://www.youtube.com/watch?v=gqMHykc_Lps”.

Youtube, “Mesneviden Ders Aldım Okul Versiyon” Erişim (01 Aralık 2023).

“<https://www.youtube.com/watch?v=hv8xlkthzh4>”.

Yüksel, Hakan. “Sosyal Medya Ortamında Mahremiyet Sorunu: Facebook ve WhatsApp Platformları”.

