



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

GENÇLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMINDA DİNİN
FAYDALARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Ahmet IŞIK

DENİZLİ, 2024

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

GENÇLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMINDA DİNİN
FAYDALARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

TEZSİZ YÜKSEK LİSANS DÖNEM PROJESİ

Ahmet İŞİK

Proje Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Hasan KAFALI

TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROJE ONAY FORMU

Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı-Manevi Destek ve Rehberlik Programı öğrencisi **Ahmet IŞIK** tarafından hazırlanan “**Gençlerin Sosyal Medya Kullanımında Dinin Faydaları Ve Çözüm Önerileri**” adlı Tezsiz Yüksek Lisans Projesi danışmanlığında hazırlanmış olup/...../..... tarihinde son kontrolü yapılarak Pamukkale Üniversitesi İslami İlimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Manevi Destek ve Rehberlik Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hasan KAFALI

İmza

Pamukkale Üniversitesi İslami İlimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../2024 tarih ve sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Doç. Dr. Harun ABACI

Enstitü Müdür

ETİK BEYANNAMESİ

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.

Ahmet IŞIK

ÖNSÖZ

Bu çalışmada gençlerin yaşam alanlarının daraldığını gün geçtikçe zayıfladığını, tehdit edildiğini yaşam biçimlerimizin değiştiğini bu değişim ve dönüşüme dinimizin bakış açısını aktarmaya çalıştım. Modern dünyada sosyal medya hızla gelişti ve sosyal ağlarla birlikte süratli bir yayılım gösterdi. Televizyon gazete radyo gibi zamanında popüler olan bazı medya organlarını çok geride bırakarak ön plana sosyal medya çıkmıştır. Bireylerin birbirleriyle olan iletişiminin yanında global olarak da etkileşime girebiliyorlar. Sosyal medya sayesinde gruplar birbirlerini siyasi dini ideolojik olarak harekete geçire bilmekte ve herkes kendi düşüncesindeki insanlara ulaşabilmektedir. Sosyal medya platformunda reklamlarda önemli bir yer tutuyor. Firmalar şirketler işletmeler ünlüleri kullanarak kampanyalar düzenleyerek sosyal medyaya özgü reklamlar çekmektedir. Dini gruplar siyasi partiler propagandalarını buradan yoğun olarak yürütmektedir. Sanatçılar eserlerini filmlerini gösterilerini bu platformdan duyurmaktadır.

Sosyal medya insanlığa mal olmuş en büyük internet ağıdır. Birçok uygulaması mevcuttur. Bunların başında Twitter(x), YouTube, Instagram, Facebook gelmektedir. Bunların yanında çeşitli yazışma mesajlaşma uygulamaları müzik uygulamaları gibi birçok seçenek vardır. Sosyal medyada her görüş ve düşünce de ki insanlara hitap eder ve herkes aradığı içerikleri bulur. Kişilerde ilgi alanlarına göre bu uygulamaları kullanır. Sosyal medyada din algısında oldukça çeşitlilik göstermektedir. Radikal ve sapkın grupların yanında doğru ve uygun dini hareketlerde vardır. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki sosyal medyada yalan ve zararlı akımlar hızlı yayılmaktadır. Bu çalışmadaki amacım bu denli yoğun olarak kullandığımız medya türünü tanımak ve tanıtmak zararlı akımlardan nasıl korunacağını dini boyutuyla aktarmaktır. Dolayısıyla gençlerin sosyal medya kullanımında kullandıkları uygulamaların zararları ve etkinlikleri, mahremiyet ve kul hakkı, dinin bize öğütleri çerçevesinde değerlendirilecektir. Bu çalışmada sırasında görüş ve dersleriyle yol ve ufuk açan anlayışıyla rehberlik eden emeği bulunan değerli hocam danışmanım Hasan KAFALI'ya en içten teşekkürlerimi sunarım.

Ahmet IŞIK

Denizli – 2024

Pamukkale Üniversitesi İslami İlimler Enstitüsü Tezsiz Yüksek Lisans Proje Özeti

Projenin Başlığı: Gençlerin Sosyal Medya Kullanımında Dinin Faydaları ve Çözüm Önerileri	
Projeyi Hazırlayan: Ahmet IŞIK	Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Hasan KAFALI
Kabul Tarihi:	Sayfa Sayısı: 42
Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri	Programı: Manevi Destek ve Rehberlik
<p>Sosyal medyanın günümüzde her evde her iş yerin de sokakta kısaca hayatın her yerine sirayet etmesi onu doğru tanımayı ve kullanmayı da beraberinde getiriyor. Bu konuda en çok hata yapmaya elverişli çağımız olan gençlik dönemlerinde bu uçsuz bucaksız ve sınırların olmadığı sosyal ağlarda dinin öğütlerine kulak vermek kullanımda dinin emir yasaklarını hatırlamak gerekiyor. Mahremiyetin sanal alemde de olduğunu kul hakkının orada da olduğunu haberleri okurken paylaşırken veya beğenirken nelere dikkat etmemiz gerektiğini gençlere hatırlatmak ve bildirmek toplumun en önemli görevi olmalıdır. Boşanmalar intiharlar mutsuzluklar gençler arasında oldukça yaygın bir duruma gelmiştir. Beğenilme ve gösteriş özenme sosyal medyanın en büyük olumsuz yönleridir. Dinimizin bize öğütlediği sabır ve şükür durumunu gençlere doğru aktarmak aldatma ve kandırmanın medyada da olsa günah olduğunu belirtmeliyiz. Bu çalışma medyayı tanıtarak sosyal medya uygulamalarında bahsetmiştir. Gençliği ve onların maruz kaldığı sorunları aktararak dini çözüm yolları aramıştır.</p>	
Anahtar kelimeler: Gençlik, Kur'an, Medya, Sosyal Medya.	

Title of the Project: Hz. Contributions of the Prophet's example in family life to the solution of today's family problems	
Author: Ahmet IŞIK	Supervisor: Dr. Öğr. Üyesi Hasan KAFALI
Date:	Num of pages: 42
Department: Felsefe ve Din Bilimleri	Subfield: Manevi Destek ve Rehberlik
<p>The fact that the Qur'an has become a part of social media in every home, every workplace, and in the streets, in short, in life, necessitates knowing and using it correctly. In this regard, the age of youth that is most suitable for making mistakes is vast and has no boundaries. You need to listen to the advice of religion on social networks and learn the commands and prohibitions of religion in use. It should be the most important duty of society to remind and inform young people about what to pay attention to when sharing or liking news, where privacy is in the virtual world and people's rights are also there. Suicide after divorce has become quite common among breakups. Being liked and showing off are the biggest negative effects of social media. We must convey to young people the patience and gratitude that our religion advises us and state that deception is a sin, even by other means. This study introduced the media and did not mention social media applications. He sought religious solutions by conveying the youth and the problems they faced.</p>	
Keywords: Youth, Quran, Media, Social Media.	

İÇİNDEKİLER

TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROJE ONAY FORMU	3
ETİK BEYANNAMESİ	iv
ÖNSÖZ	v
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	ix
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ	x
GİRİŞ.....	1
I. Araştırmanın Konusu ve Amacı	2
II. Araştırmanın Kaynakları, Yöntemi	3
BİRİNCİ BÖLÜM	
MEDYA VE SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ	5
1.1. Sosyal Medya ve Kullanımı.....	5
1.2. Geleneksel Medya.....	6
1.3. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Farklar	7
1.4. İnternet ve Sosyal Medyanın Gelişimi	8
İKİNCİ BÖLÜM	
GENÇLİK KAVRAMI.....	17
2.1. Gençliğin Tanımı	17
2.2. Gençlerin Kimlik Arayışı, Sosyal Medya Kullanımı ve Zararlı Akımlar	19
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
GENÇLİKTE DİN EĞİTİMİ	21
3.1. Gençlikte Din, Dindarlık ve Din Eğitimi	21
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	24
KAYNAKÇA.....	27
ÖZGEÇMİŞ	28

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: 2023 Bağlı Cihazların ve Hizmetlerin Kabul ve Kullanımına Genel Bakış	8
Şekil 2: 16-64 Yaş Arası İnternette Harcanan Zaman	9
Şekil 3: Dünyanın En çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	10
Şekil 4: Sosyal Medya Kullanım Süreleri	14
Şekil 5: İnternet Kullanıcılarının Toplam Nüfusa Oranı	15
Şekil 6: Türkiye’de 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanımının Ana Nedenleri	16

SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ

s.a.s.	: sallallahu aleyhi ve sellem
bk.	: bakınız
bs.	: baskı, basım
c.	: cilt
çev.	: çeviren
ed.	: editör
Hz.	: hazreti
s.	: Sayfa, Sayı
TDK	:Türk Dil Kurumu
thk.	: tahkik
ts.	: tarih yok
vb.	: ve benzeri
DİB.	: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları

GİRİŞ

İnternetin bulunması ve yaygınlaşması yarım yüzyıllık bir olay olmasına rağmen dünyadaki yayılma hızıyla insanların vazgeçilmez bir ihtiyacı olmuştur. Sosyal medyanın kullanımı da hayatımızda çok yeni olmasına rağmen her kesimden insanın kullandığı vazgeçemediği bir yer haline gelmiştir. Bu hızlı yayılış sosyal medyanın nasıl bir yer olduğunu kurallarını kullanım alanlarını da belirlenmeden insanların hayatına girmiştir. Bu durum yetişkin bireylerde sorunlara sebep olduğu gibi gençlerinde etkiledi. Yetişkin bireyler geleneksel medyadan sosyal medya çağına geçti, Gençler ise direk bu çağa doğdu. Bu durum çeşitli kuşak anlaşmazlıklarına sebep oldu. Mahremiyet gösteriş gibi kavramların kullanım şekilleri değişti.

Sosyal medya toplumda dini ahlaki sosyal açıdan önemli değişimlere sebep oldu. Toplumsal değişim doğal bir süreç olmasına rağmen çok uzun zaman da olması gereken değişimler çok kısa zaman diliminde gerçekleşti. Değişim nicelik ve nitelik bakımından durumdan başka duruma geçmektir. Dini alanda fetva sorma yerleri ve ahlaki kavramlara bakış açıları arkadaşlık ilişkileri bu değişime örnek sunula bilir.

Sosyal medya platformlarının sağladığı faydaları ve zararları toplum olarak çok iyi belirlemek durumundayız. Zararlı akımları ve bunların çıkış yerlerini tespit etmek, kişilik bozuklukları ve sebeplerini bulmak çözüm önerileri getirmek bir zorunluluktur. Sosyal medyayı yok saymak yapılacak en büyük hatalardan biridir. Bu mecraların tarafsız yerler olmadığı her türlü tehlikeye açık olduğu bunun için gerekli tedbirlerin alınması gerektiği bilinmelidir.

Toplumda sosyal medyadaki zararlı akım ve düşüncelerden en çok etkilenen kesimlerin başında gençler gelmektedir. Radikal örgütler pornografi yanlış dini bilgiler beğeni kaygısı gibi birçok olumsuz durumla karşı karşıya kalabiliyorlar. Gençleri bu durumdan kurtara bilmek için otorite ve kurumsal yapılara ihtiyaç duyulmaktadır. Gerçek hayatla sanal alem arasında bağ kurulmalıdır. Din ve kültürü gençler aktarmalı ve sanal ortamda nasıl kullanılması gerektiği hakkında bilgilendirmeler yapılmalıdır.

Sosyal medya dindarlığı gençler arasında hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Özellikle sosyal medyayı faal bir şekilde kullanan gençler dini paylaşımları çokça yapmakta, çoğu kez yapılan paylaşımlara yorumlar yaparak tartışma kurmaktadır. Sosyal medyadan

dini sorgulayan ve dini ritüellerin bazılarını kabul etmeyen zümrelerde sosyal medya aracılığıyla düşüncelerini fikirlerini yaymaktadırlar.

Çalışmamız iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kavramsal çerçeve yer almaktadır. Burada sosyal medya, din, gençlik hakkında bilgi verilecektir. Sosyal medyanın sınırlarına ve genç üzerindeki etkisine kısmen de olsa değinilmeye çalışılacaktır. Din ve dindarlıkla ilgili kavram ve tanımlar ele alınacaktır. İkinci bölümde çözüm önerileri sunulacaktır.

I. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Araştırmanın amacı sosyal medya kullanımının bu kapsamda dindarlığa etkilerini bulgular yoluyla öğrenmektir. Sosyal medya kullanımı özellikle genç kuşaktan orta kuşağa doğru hız kazanmaktadır. Bunun için sosyal medyanın özellikle genç kesimi ne ölçüde dindarlık bağlamında değişime uğrattığını gün yüzüne çıkarmaya çalışmak amacımız içindedir. Değişen dindarlık kavramının sosyal medya ile farklı bir boyuta bürünmesinin nedenini tüm değişenleriyle birlikte incelemek de araştırmanın amaçlarından. Bu araştırmanın amacı günlük hayatın temel yapıtaşı olan iletişim ve kişilerin hayatında yer edinmiş olan sosyal medyanın din eğitimi üzerindeki dönüşüm ve etkilerinin ilgili çalışmalar dahilinde incelenmesidir. Çalışmanın amacı doğrultusunda araştırma sorusuna cevap aranmıştır:

1. Sosyal medya nedir?
 - a. Medya ve sosyal medya arasındaki fark nedir?
 - b. Dünya’da ve Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya araçları ve internetin gelişimi nelerdir?
 - c. Sosyal medya kullanım alanları ve bu alanların iletişimdeki yeri nasıldır?
 - d. Sosyal medya ve din arasındaki ilişki nasıldır?
2. Sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen dini dönüşüm ve algılar nelerdir?
 - a. Sosyal medyada gözlemlenen Allah (cc), peygamber, cennet cehennem ve mahremiyet algı düzeyi nasıldır?
 - b. Sosyal medyada toplumsal algı ve yansımalar ne şekilde gözlemlenmektedir?
 - c. Sosyal medyanın bireyselleştirme ve toplumdan soyutlanma üzerindeki etkisi nedir?

3. Sosyal medyanın dini amaçlı olarak kullanılma yöntemleri nelerdir?
- Dini grupların sosyal medya kullanım düzeyi nasıldır?
 - Sosyal medyada var olan tebliğ alanları nelerdir?
 - Sosyal medyada yaygın olarak kullanılan dini eğitim siteleri ve mobil uygulamalar nelerdir?
 - Sosyal medyada var olan kişilikler nelerdir? Gençlik nedir karşılaştıkları problemler nelerdir?
 - Gençlik kavramı ve gençlerin sosyal medya kullanımının da nelere dikkat etmeleri gerekmektedir?

Tüm problem ve alt problemler doğrultusunda bu çalışma ile sosyal medyada din eğitimin dönüşüm ve etkilerinin incelenmesi hedeflenmektedir. Araştırmanın Konusu Araştırmada internet ortamı ve bununla birlikte dijital medyanın insanların hayatına girmesinden itibaren gelişen süreç ve bu sürece bağlı olarak gençlerin sosyal medya kullanımı üzerine dindarlık ilişkileri ele alınacaktır. Sosyal medya insanları küçük dünyadan alarak küresel dünyanın içerisine taşımıştır. Dünyanın herhangi bir yerindeki birisiyle konuşulabilir, işitilebilir ya da iletişime geçilebilmektedir. Küresel anlamda bu değişim insanlığı hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilemiş, süreç olarak başta değerlerimiz olmak üzere çoğu şeyi değişime uğratmıştır. Dinin buradaki çözüm önerileri nelerdir bunlar incelenmiştir.

II. Araştırmanın Kaynakları, Yöntemi

Bu araştırma özellikle sosyal medya kullanıcılarına başta olmak üzere dijitalleşmenin ve değişimin dindarlık, sosyal medya ekseninde irdelenmiştir. Bu çalışmasının hazırlık aşamasında kapsamlı bir literatür taramasının ardından, tez konusuna en yakın alan araştırmaları incelenmiştir. Bu aşamada nitel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Çalışmaya katkısı olan araştırmalardan bazıları şunlardır: İletişim ve sosyal medya çağında din eğitiminin dönüşüm ve etkileri,

- Sosyal Medya Tarihi ve Sosyal Medyanın Kuşaklar Üzerinde Satın Alma Kültürüne Etkisi,
- Ergenlerde Öz-Kontrol ile Sosyallik Arasındaki İlişki:
- Sosyal Medya Bağımlılığının Aracı Rolü,

- 18 – 65 Yaş Arası Erişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının ve Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Anksiyeteye İlişkisinin İncelenmesi,
- Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini Öğrenmelerine Etkileri: Fenomonolojik Bir Araştırma,
- Sosyal Medya Okuryazarlığı Bağlamında Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları:
- Tik Tok Örneği, Lise Öğrencilerinde Beden Memnuniyeti ile Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumu İlişkisi,
- Sosyal Medyanın Lise Gençliğinin Değerleri Üzerindeki Etkileri:
- İzmir Örneği, Popüler Bir Dini Sosyalleşme Ortamı Olarak Sosyal Medya (Facebook Örneği), Sosyal Medya Çağında Ergenlerin Yeme Davranışları Makalesinden Faydalanılarak Sosyal Medya Etkisinin Ölçülmesi:
- Sosyal Karşılaştırma, Beden Memnuniyeti ve İhtiyaç Doyumu Değişkenlerinin Rollerini,
- Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Okula Bağlılık ve Aile Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki,
- İmam Hatip Gençliğinin Dini Kimlik Oluşumunda Sosyal Medyanın Etkisi,
- Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Kırılgan Narsistik Kişilik Özellikleriyle İlişkisi,
- Okul Psikolojik Danışmanlarında Sosyal Medya Bağımlılığı ile Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi,
- DİB yayınları, din ve hayat programı ve internet araştırması yapılarak kaynaklardan faydalanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ

1.1. Sosyal Medya ve Kullanımı

Sosyal medyanın en yaygın tanımlarından biri; Web 2.0'ın kullanım ağına sürülmesiyle birlikte tek taraflı bilgi paylaşımından çift taraflı bilgi paylaşma, haberleşme ve eş zamanlı iletişim platformudur.¹ Zaman ve mekâna bağlı kalmadan mobil üzerinden yapılan bilgi, duygu ve düşünceler sanal olarak ifade edilmektedir. Sosyal medya ile insan yığınları sanal gruplar oluşturarak eylemlerini, seslerini, isteklerini hatta eleştiri ve propagandalarını buradan gerçekleştirmektedirler. Telekomünikasyonun yani sosyal iletişiminin sağlanması için görseller, ses dosyaları ve kelimeler kullanan bir yapıya sahiptir. Sosyal medya, geleneksel medyadan birçok yönüyle ayrılır. Bunların en bariz olanı geleneksel medya tek bir noktadan bilgi ve haberleri yayınlarken sosyal medya çoktan çoğa yani kişilerin içeriklerini diğer kişilere eş zamanlı paylaşımları mümkündür. Diğer yandan kullanıcıların ürettiği içerik ve müşterilerin ürettiği medya kullanımı da bu bağlamda sosyal medyaya ticari kimliğini kazandırmıştır.²

Sosyal medya, kişilerin kendilerine uygun gündemleri oluşturdukları, bununla beraber var olan gündemi takip ettikleri, fotoğraf ve videolarını paylaştıkları, duygu ve düşüncelerini özgür bir şekilde aktarabildikleri, boş vakitlerini değerlendirdikleri dijital ve sosyal bir alandır.³ Bir başka ifade ile sosyal medya, topluma ait olmamış ve içeriği toplum tarafından üretilmemiş olan eski medyaya karşı, bireyin dolayısıyla toplumun şekillendirdiği yeni modern medyadır. Farklı sosyal ağların dünya genelinde yayılarak popüler hale gelmesi ve bu ağların kullanıcı sayılarının artmasıyla beraber kişiler arasındaki iletişim ve sosyalleşme apayrı bir seviyeye ulaşmıştır. Dünya çapında etkisini sürdüren sosyal platformlar küreselleşme sürecini hızlandırarak yerel ve küresel alanların karşılıklı etkileşimine ortam sağlamıştır. Bununla birlikte bireyler arasındaki mesafeler ortadan kalkarak zaman ve mekân kavramları da değişim göstermiştir. Günümüzde sosyal medya gibi iletişim araçları sayesinde herhangi bir mekân değişikliği yaşanmadan dünyanın başka bir yerindeki olaylardan her an haberdarız.

¹ “Sosyal medya”, *Vikipedi*, 06 Ocak 2024.

² “Sosyal medya”.

³ İsmail Parlamiş, “SOSYAL MEDYANIN LİSE GENÇLİĞİNİN DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: İZMİR ÖRNEĞİ”, (2023).

Medyanın kendisinde meydana gelen yenilenmeler doğrultusunda sosyal medya üzerinde gözlemlediğimiz güncellemelerin tamamı temelde iletişim odaklı gerçekleşen avantaj ve dezavantajlara sahip yapılanmalardır. Bu yapılanmaların bireyleri hayatın gerçekliğinden uzaklaştırıp sanal pencerelerin ardında bıraktığı da çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ele alınacak bir husustur. İnternet içerisinde sosyal medya kendi başına kocaman dijital bir dünyadır. Sosyal medya tarihi olarak gelişimine göz attığımızda yakın bir geçmişinin olduğunu görürüz. İnternetle yakından ilişkilidir; çünkü internetin ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte bugünkü halini almıştır. Normalde Amerika’da sadece askeri üslerin kullanımında olan internet daha sonra sivil vatandaşlarında kullanımına sunulmuştur. Son tahlilde kullanıma sunulan internet ve sosyal medya küresel bir hal almış ve sosyal medya kullanan kitlelerin, daha özelinde ise bireylerin sosyal medya bağımlısı olmasına kadar genişlemiştir. Sosyal medya ile internet alt yapısının olduğu her yerde kişiler rahatlıkla iletişime geçebilmekte duygu ve düşüncelerini doğrudan ifade edebilmektedirler. Bu durumda sosyal medya ile iletişime geçen diğer bireyler dolaysız olarak yapılan paylaşımlardan etkilenebilmektedirler. Sonuç olarak kitle iletişim araçlarının işlevselliğinin arttığını söylemek mümkündür. Artı olarak teknolojik belirleyicilik kuramında söylendiği gibi teknolojinin kişileri etkileyliciliğinde baş çeken bir rolünün olduğu anlayış yok olmuştur. Buna bağlı olarak ‘‘araç mesajdır’’ düşüncesi de ters düz olmuş haldedir.⁴

1.2. Geleneksel Medya

Geleneksel medya, tek taraflı iletişimi kapsayan yazılı ve görsel basın (Gazeteler, Dergiler, Televizyon), olayların bu kanallar vasıtasıyla insanlara haber olarak duyurulduğu ve bu yolla iletişim kurulan bir ortamdır.⁵ Bu yayın organları genel olarak tek yönlü bir iletişim sürdüren bir nevi propaganda yapan ve gerek yayınlanan içeriğin gerekse yapılan reklam ve duyurularının tam olarak hangi kitleye, nasıl ulaştığını ve bu çalışmaların sonuçlarını ölçümleyemeyip, sonuçlarını analiz edemeyen bir yapıdadırlar. Geleneksel medyada birey olarak sadece tüketiciyizdir.⁶ Medya içeriğini (Haber,

⁴ Murat Özyılmaz, *Sosyal Medyanın Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin Dini Tutum ve Davranışlarına Etkisi Bursa Örneği* (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Thesis, ts.) ((TDV İslâm Araştırmaları Merkezi), Erişim 19 Aralık 2023).

⁵ Orhan Ayaz, *Sosyal Medyanın Ergenlerin Dini Sosyalleşmesine Etkileri (Sakarya/Akyazı Örneği)* (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Thesis, 2015) ((TDV İslâm Araştırmaları Merkezi)).

⁶ Parlamiş, “SOSYAL MEDYANIN LİSE GENÇLİĞİNİN DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: İZMİR ÖRNEĞİ”.

Eğlence, Görüntü gibi) üretenler, bize tüketmek üzere bunları sunarlar ve karşılığında biz bunları tüketir ve yorum yapamaz, içerik üzerinde değişiklik yapamaz ve yayınlamayız. Direkt olarak bağlantımız yoktur. Haberi gönderenler ve haberi alanlar aynı kişiler değildir.⁷

Geleneksel medyada dini yayıncılığın gelişimine baktığımızda 1940lı yıllarda radyo programları, 1946 yılında dini sohbetler, 1950li yıllarda kahramanlık üzerine dini filmler, 1975li yıllarda iftar programı daha sonraları ramazan programları ve Perşembe-Cuma sohbetleri yayınlanmaya başladı. İnsanların uzun süren dini bilgi açlığını bu programlarla giderdi şimdilerde herkes kendi düşüncesin de yayınlara kolaylıkla ulaşabilmektedir.⁸

1.3. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Farklar

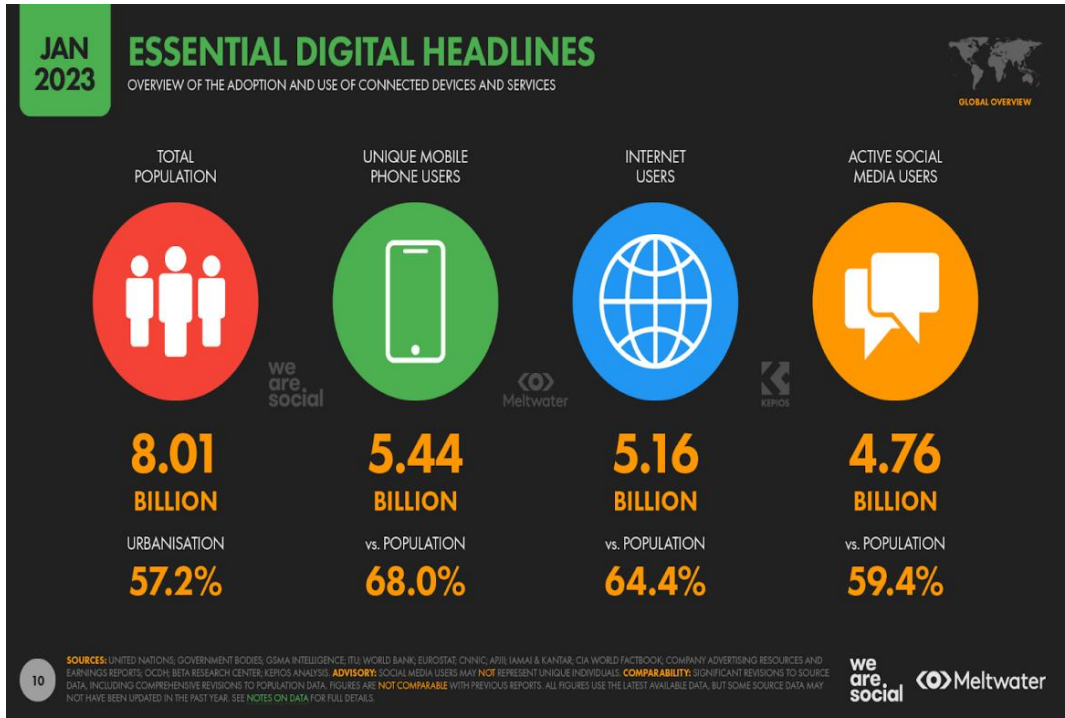
Sosyal medya ve geleneksel medya arasında birçok fark bulunmaktadır. Bunların en başında tek yönlü medyacılıktan çok yönlü medyacılığa geçiş gelmektedir. Geleneksel medya; reklam panolarını anımsatan afişler, baskılı reklamlar ve televizyon reklamlarını çokça öne çıkaran argümanlar gibi araçlarla geniş yelpazedeki kitlelere ulaşmayı hedefler. Sosyal medyanın da içerisinde bulunduğu sosyal ağlar çok yönlüdür. Geleneksel medya, geniş kitle hedefleme ve pazarlama gibi reklam kanalları nedeniyle dijital medyaya göre biraz daha pahalıdır. Geleneksel medya genellikle dijital olmayan reklam ve pazarlama yöntemlerini içerir. Diğer yandan, dijital medya tamamen dijital öğelerle reklam ve pazarlamaya odaklanır. Geleneksel medya etkisini ölçmek reyting ve halk kamuoyu ile mümkün olabilir. Dijital medyada ise, kısa sürede net ve ölçülebilir toplumsal yığınların anlık sonuçları alınır. Geleneksel medyada içerikler belli bir zaman dilimlerinde yayınlanır. Dijital medyada zamandan ve mekândan bağımsız içerik yayınlanabilir. Geleneksel medyada tek yönlü, dijital medyada çok yönlü iletişim söz konusudur. Dijital medyada hedef kitle hareketli daha aktiftir ve etkilidir. Geleneksel medyada kamuoyu oluşturma ve kitlelerin aktivizmi sınırlıdır. Sonuç olarak dijital (sosyal) medya geleneksel medyaya göre daha özgür ve tercih edilen bir mecradır. Dijital mecralar, insanların daha fazla vakit geçirdiği alanlar olarak konvansiyonel medyadan bir adım öne çıkar ve kişilerin tercihlerine göre gruplar bulmak mümkündür.

⁷ Parlamiş, “SOSYAL MEDYANIN LİSE GENÇLİĞİNİN DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: İZMİR ÖRNEĞİ”, 51.

⁸ Parlamiş, “SOSYAL MEDYANIN LİSE GENÇLİĞİNİN DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: İZMİR ÖRNEĞİ”, 52.

Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farklar düşünüldüğünde en göze çarpanı muhakkak sosyal medyanın geleneksel medyaya göre daha özgür ve kontrolsüz olmasıdır. Çünkü özgür olamayan bir medya önüne verilen servis etmek durumundadır. Ancak özgür medya anbean dilediğini yazabilir, her türlü bilgi ve paylaşımı yapabilir. Kendi kimliğini vermeden de bilgi paylaşımında bulunabilir. Bu tür paylaşımlar asparagas haberlerin doğmasına da yol açsa da yine de bir özgünlüğü görülmektedir. Geleneksel medya ve sosyal medya İslam dini konusunda ön yargılı ve taraflı bir gözle aktardıklarını da unutmamak gerekir. Gerek dini film ve sinemalardaki din adamı algısı gerekse sosyal medya uygulamalarında yapılan paylaşımlar bu durumu ortaya koymaktadır. Bu durum gençlerin din algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

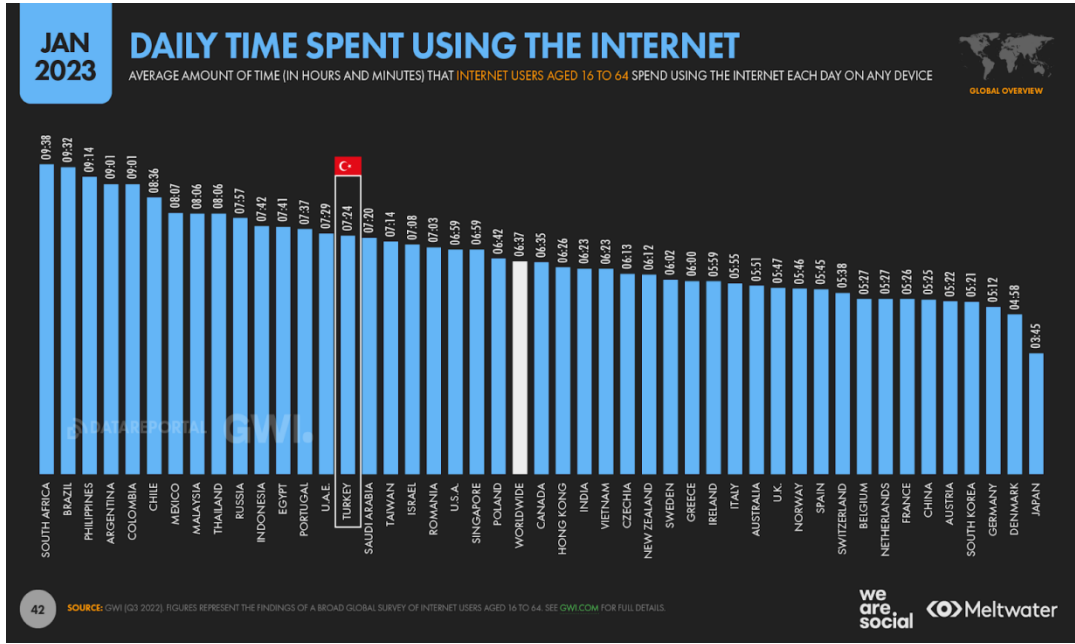
1.4. İnternet ve Sosyal Medyanın Gelişimi



Şekil 1: 2023 Bağlı Cihazların ve Hizmetlerin Kabul ve Kullanımına Genel Bakış

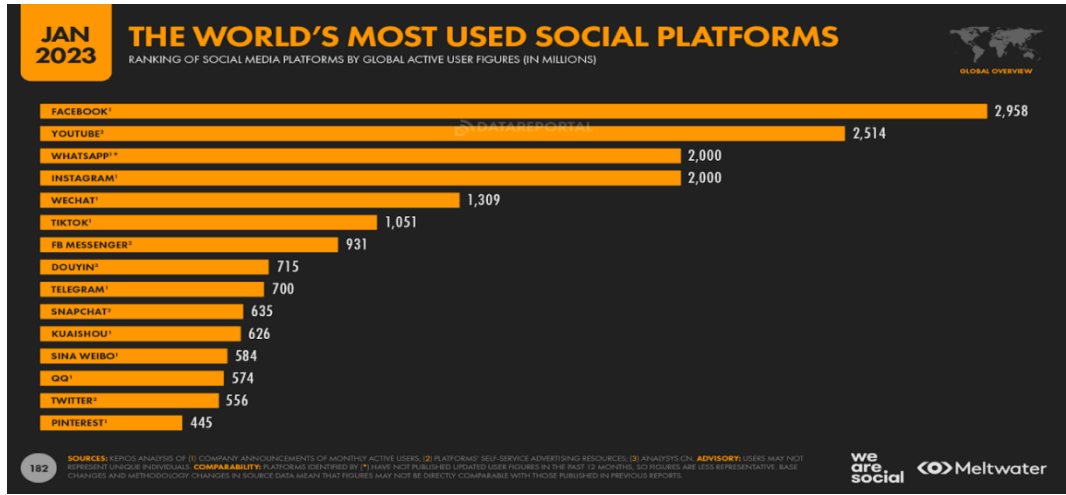
Ülkemizde internet ağı kullanıcılarının 2022'ye göre artış göstererek %95,5 olarak, internet kullanan birey oranı %87,1 e çıkmıştır. Girişimlerin %40,2'si sosyal medya uygulamalarını kullandı. Sosyal ağlar, bloklar, mikro bloklar veya multimedya paylaşım siteleri gibi sosyal medya uygulamalarını kullanan 10 ve üzeri çalışanı olan girişimlerin oranı, 2023 yılında %40,2 oldu. Sosyal medya kullanan girişimlerin oranı çalışan sayısı büyüklük grubuna göre incelendiğinde; 10-49 çalışanı olan girişimlerin

%37,7'sinin, 50-249 çalışanı olan girişimlerin %49,8'inin ve 250 ve üzeri çalışanı olan girişimlerin %70,8'inin en az bir sosyal medya uygulaması kullandığı görüldü. Facebook, LinkedIn, Xing gibi sosyal ağlar, %89,1 ile sosyal medya uygulamalarını kullanan girişimlerin en fazla tercih ettiği sosyal medya uygulaması oldu. Bunu %75,5 ile YouTube, Instagram, Pinterest, Snapchat, Spotify gibi multimedya paylaşım siteleri ve %33,6 ile Twitter gibi girişimin blogları veya mikro blogları izledi. Web sitesi sahiplik oranı, 2022 yılında 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerde %51,2 iken bu oran 2023 yılında %55,9 oldu. Web sitesi sahiplik oranı çalışan sayısı büyüklük grubuna göre incelendiğinde; 2023 yılında 250 ve üzeri çalışanı olan girişimlerin %92,6'sının, 50-249 çalışanı olan girişimlerin %75,6'sının ve 10-49 çalışanı olan girişimlerin ise %51,5'inin web sitesi sahibi olduğu görüldü.



Şekil 2: 16-64 Yaş Arası İnternette Harcanan Zaman

Dünya genelinde internetin kullanımı, ilk olarak 1970 yıllarında başlayarak 1990 yıllarından sonra hız kazanmıştır. Platformların ve internet site çeşitleri sayısının artması ile internet kullanıcı sayıları da zamanla artış göstermiştir. 2000'li yılların ilk zamanlarına bakıldığında ise sosyal medyanın popülerleşmesiyle beraber her kesimden bireyin internet kullanıcısı olduğu bir çağa ulaşılmıştır.



Şekil 3: Dünyanın En çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

200 yılında Media Live International konferansının gerçekleşmesi ile internet mecrasının erişim alanları ve sınırlılıkları belirlenmiştir. Blog, wiki, etiketleme gibi internet sağlayıcılarını açıklayabilmek için belirtilen Web 2.0 “ikinci nesil web” aracı sosyal medyanın gelişmesiyle ortaya konmuştur.⁹ Günümüzde birçok alanda kullanılan www (World Wide Web) sistemi Web 2.0 ile sosyalleşerek erişime açık internet kavramı halini almıştır.⁵¹ Birçok program geliştirici tarafından, Web 2.0 aracının dijital medya mecralarının atağını sağlayan yapı olarak görüldüğü ifade edilmektedir. Civelek'e göre, günümüzde sosyal ağlarda ulaşılan son nokta Web 2.0 olmasına rağmen, sisteminin kendini ileriye taşımasıyla son günlerde Web 3.0 kullanılmaya başlanması çağın durmak bilmeden yenilediğinin ispatıdır. Bugün yaygınlaşan Web 3.0 sistemi robotik kodlama temellidir ve internetteki bilgi aktarımının yapay zekâ üzerine gerçekleştirilen çalışmalar ile web ortamına uyarlanabilmesi bu komutların cihazlar tarafından anlaşılabilmesi anlamını taşımaktadır. 1990 yılları itibari ile sosyal medyanın oluşum aşamaları gerçekleşirken meydana gelen süreç şu şekildedir: • 1994 yılında başlangıç olarak sadece belirlenen birkaç şehirdeki kullanıcıların kendi web sitelerini kurmasına onay veren internetteki ilk sosyal ağ sitesi olan GeoCities kurulmuştur. 1995 yılında sosyal medya kullanıcılarının kendi içeriklerini kişiselleştirebildikleri ve paylaşılabildikleri sosyal ağ olan Theglobe.com erişime açılmıştır. 1997 yılında kullanıcıların kendi profillerini oluşturarak arkadaş ekleyebildikleri ilk sosyal ağ olan SixDegrees'in kuruluşu gerçekleşmiştir.

⁹ Sultan Deniz - Tez Danışmanı, “OKUL PSİKOLOJİK DANIŞMANLARINDA SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ”, (2023), 22.

¹⁰Kullanıcılar arasında gerçek zamanlı diyalogların gerçekleşmesi ilk olarak bu yıllarda başlamıştır. 2000’li yılların başından itibaren “.com” uzantılı sitelerin yaygınlaştığı görülmüştür. 2002 yılında arkadaşlık sitelerinin ev işlevli uygulaması olan Friendster kurulmuştur. Facebook kurulduğu aylar içinde 20.000 civarı öğrencinin katılımıyla gerçekleşen bir dijital medya ortam sağlayıcısı olmuştur. Ayrıca yine aynı sene süresince Flickr aracılığıyla fotoğraf aktarımı kullanılır duruma getirilmeye başlanmıştır.⁶⁰ • 2005 yılında Facebook üniversite ile sınırlı kalmayarak kolej öğrencilerine de erişime açılmıştır. Bu yıl yine günümüzde en çok kullanılan uygulama olan YouTube kurulmuştur.⁶¹ • 2006 yılı Twitter uygulamasının kuruluş yılıdır. 2006 yılı içerisinde Facebook öğrenciler ile sınırlı kalmayarak tüm kullanıcılar için dolaşıma sokuldu.⁶² • 2007 yılında dijital içerik paylaşımını gerçekleştirebilen Friendfeed ve migro blog paylaşım sistemi olan Tumblr kurulmuştur. 2008 yılında Facebook, döneminde büyük sükse yapan Myspace’i geçerek dünyadaki en fazla aktif üye sayısı bulunan dijital medya ortamı haline gelmiştir. 2009 yılında yer bildirimini aktarımı yapmaya olanak veren ilk sosyal medya platformu olan Foursquare açılır. Bununla beraber ilk defa sayfalara duygu ve düşünce belirtebilen bir sistem ortaya koyan Facebook "Beğen" tuşunu kullanıma aktif hale getirmiştir. 2010 yılında Google, Buzz servisini açıklayarak bütün dijital ağları tek bir sistem olan Gmail’e uyumlu hale getirmiştir. Bunun yanı sıra Pinterest, pano sistemi ile çalışan ilk sosyal platform olarak ilan edilmiş ve bu aşamalar Instagram’ın kurulması ile neticelenmiştir. 2012 yılında ise Facebook 1 milyar üzeri kullanıcıya ulaşarak tüm sosyal ağlar arasında rekor kırmıştır. Twitter aracılığı ile duyurulan video paylaşma uygulaması olan Vine bu yıl içerisinde kurulmuştur. ¹¹2015 yılında yıl ilk defa uygulanmış olan ve üyelere canlı yayın gerçekleştirme imkânı veren Periscope kurulmuştur. İlk olarak İOS işletim ağında aktifleştirilen Periscope daha sonra Android işletim sistemi de dahil edilerek az bir sürede milyonlarca aktif kullanıcıya ulaşmıştır. Bununla birlikte sosyal medya paylaşım seviyesi profesyonel yayın yapılabilecek bir kademeye erişme fırsatı yakalamıştır. 2012

¹⁰ Mevlüt; Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kaya İlahiyat Fakültesi, Din Eğitimi Anabilim Dalı, Samsun, Türkiye - İbrahim; Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turan İlahiyat Fakültesi, Din Eğitimi Anabilim Dalı, Samsun, Türkiye, “İlahiyat fakültesi ve imam-hatip lisesi son sınıf öğrencilerinin din görevliliğine ilişkin mesleki yeterlilik algıları (Samsun ili örneği)”, *The perception of competence of religion profession of the last grades of faculty of theology and imam hatip high school students about religion profession: The case of Samsun* 34 (2013), 7.

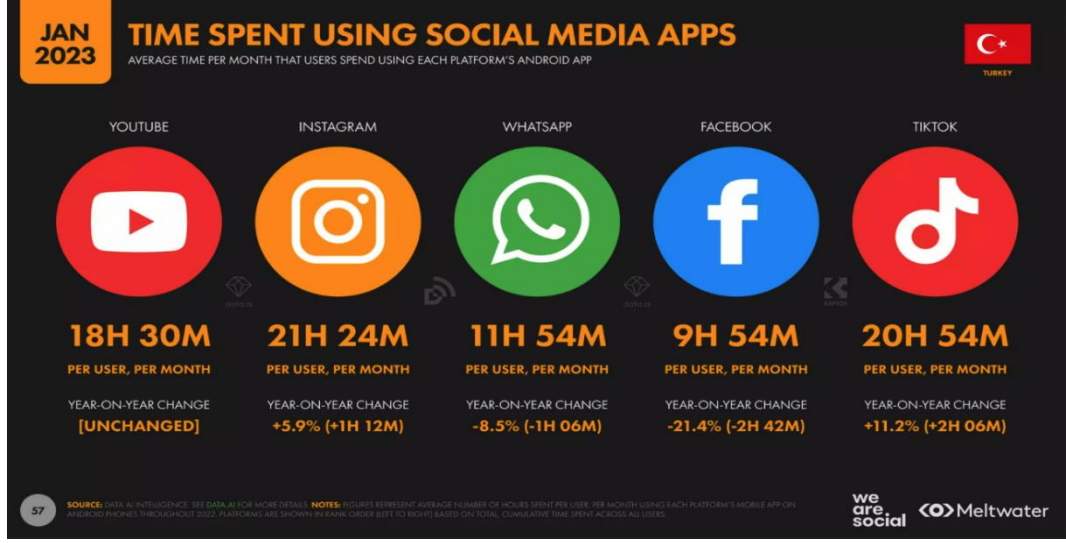
¹¹ Kaya - Turan, “İlahiyat fakültesi ve imam-hatip lisesi son sınıf öğrencilerinin din görevliliğine ilişkin mesleki yeterlilik algıları (Samsun ili örneği)”, 8.

yılında çalışmalarına başlatılan Google+, yaklaşık 500.000 kullanıcının şahsi bilgilerini veri güvenliği ihlali sebebiyle ele geçirmesinin sonucunda 2018 yılında bitirilmiştir. Bu uygulamaların ardından 2016 yılında ByteDance tarafından piyasaya sürülen Tik Tok uygulaması sosyal medya ile ilgili en yeni gelişmelerden biridir. Sosyal medyanın günümüz dünyasında, iş hayatının ve sosyal hayatın bir parçası haline geldiği ve bununla birlikte bir lüks değil adeta bir ihtiyaç olduğu ortaya konmaktadır. Sosyal medyanın yararları olduğu kadar zararlarının da bulunduğu ve yanlış kullanıldığı takdirde toplum üzerinde birçok olumsuz sonuca sebep olabileceği de göz ardı edilmemelidir. Buradan hareketle birçok ülke sosyal medya kullanımını daha güvenli bir hâle getirmeye çalışmaktadır.⁷¹ 2022 itibari ile yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen verilere göre dünya genelinde küresel interneti kullanıcı sayısı 2022 yılının başından itibaren 4,95 milyara yükselmişken, internet kullanımının nüfuz ettiği bu oran toplam dünya nüfusunun % 62,5'ini oluşturmaktadır. Ocak 2022 tarihi dahilinde dünya genelinde 4,62 milyar sosyal medya kullanıcısının bulunduğu ve bu rakamın toplam dünya nüfusunun “Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı” %58,4’üne tekabül ettiği veriler ile ortaya konmaktadır. We Are Social 2022 raporundaki kullanıcı istatistikleri baz alındığında Türkiye internet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistikleri; 62 milyon internet kullanıcısı, Türkiye nüfusunun % 74’ü, 54 milyon sosyal medya kullanıcısı, Türkiye nüfusunun % 64’ü, 77 milyon mobil kullanıcısı, Türkiye nüfusunun % 92’sini oluşturmaktadır, şeklindedir.⁷⁵ Sosyal medya kullanımında meydana gelen bu düzenli artış, internet hızının arttırılması gerekliliği ile birlikte ileri teknolojiye sahip yeni ürünlere olan talepleri yükseltmiş ve bu ürünlerin satışlarının artmasına yol açmaktadır. İnternet hızının artması ile beraber ülkemizde kullanılan servis sağlayıcıları sayısında ve kurumsal, kişisel ve etkin portal ⁷³ RDM, “Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı”. ⁷⁴ WebTekno (WT), “Dünyanın En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları” (Erişim 5 Mart 2022). ⁷⁵ Dijilopedi (DLP), “Türkiye’de İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri” (Erişim 6 Mart 2022). ²⁴ sayılarında da artış gözlenmektedir. We Are Social 2022 Türkiye raporuna bakıldığında Ocak 2022 itibariyle Türkiye’de 65,80 milyon aktif internet kullanıcısı bulunmakla birlikte Türkiye’deki internet kullanıcı sayısının 2021 ile 2022 yılları arasında 3,7 milyon (% 6) arttığı görülmektedir. Türkiye’de Ocak 2022 itibari ile 60 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır ve Türkiye’deki sosyal medya kullanıcı

sayısı 2021 ile 2022 yılları arasında 6 milyon (% 11) oranında artış göstermiştir. Sosyal medya kullanıcı sayısı Ocak 2022 itibari ile toplam nüfusun % 70,8'ine denk gelmektedir. Bu da Türkiye'de her 10 kişiden 7'sinin sosyal medya kullandığını ortaya koymaktadır.⁷⁶ Dünya bazında internet ve dijital medya kullanım huylarını belirleyen enternasyonal kurumlardan İngiltere menşeli “We Are Social”ın, “Digital 2022” (wearesocial, Ocak 2022), raporuna göre: “Dünya’da (16-64 yaş aralığındaki) bireyler günlerinin ortalama 6 saat 54 dakikasını sosyal ağlarda aktif olarak harcamaktadır.¹² Raporda, 16-64 yaş arasında bulunan aktif sosyal ağ kullanıcılarının interneti, en fazla bilgi arama (% 63,3), haber ve etkinliklerle ilgili süreci takip etme (% 55,6), aynı zamanda bir şeylerin nasıl ve ne şekilde yapılacağını bulma (% 52,1), % 42,8'in ise eğitim-öğretim ve hayata yönelik hedefler ile ilgili araştırma yapma amacıyla kullandıkları belirtilmiştir. .. Dijital medyayı en aktif kullanan yaş grubu 25-34 olurken erkeklerin kadınlara kıyasla dijital medyayı daha fazla kullandığı ortaya konmaktadır. Bir kişi dijital medyaya 13 yaşında kaydolar ve 77 yaşına dek yaşamını sürdürürse yaşamının 6 yılını sosyal ortamlarda geçirmiş olacaktır. ⁷⁹ Ülkemizde 60 milyon (%71) aktif dijital medya üyesi bulunmaktadır. 16-64 yaş grubundaki sosyal medya kullanıcıları günlük ortalama 7 saat 57 dakikalarını internet ile geçirmektedir. Özetle internet arayıcılığıyla gerçekleştirilen erişimlerin dağılımına bakıldığında ise kişilerin gününün 3 saat 13 dakikasını televizyon izleyerek geçirdiği, 2 saat 57 dakikasını dijital medyada tükettiği raporda görülmektedir. Bu durum sosyal medyanın günlük hayatta bireyler üzerindeki değerini göstermektedir. ¹³

¹² “We Are Social Global Dijital 2022 Raporu”, 09 Şubat 2022.

¹³ “We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı! | omg! iletişim” (Erişim 11 Ocak 2024).



Şekil 4: Sosyal Medya Kullanım Süreleri

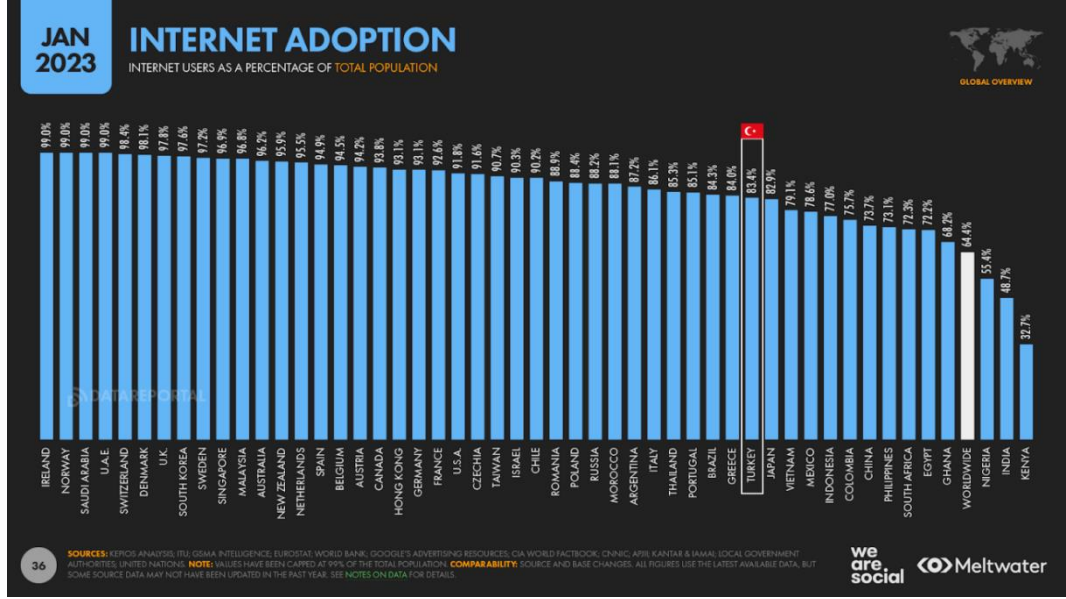
Dünya Çapında İnternet Kullananların Sayısı: 2023 itibarıyla dünyada 5,16 milyar internet kullanıcısı var. Bu da dünya nüfusunun yüzde 64,4'ünün artık çevrimiçi olduğu anlamına geliyor. Veriler küresel internet kullanıcı sayısının son geçtiğimiz yıl yüzde 1,9 arttığını gösteriyor ancak veri raporlamasındaki gecikmeler gerçek büyümenin muhtemelen daha yüksek olacağı anlamına geliyor.¹⁴ Dünya Çapında Sosyal Medya Kullananların Sayısı: 2023 itibarıyla dünya genelinde 4,76 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunuyor ve bu da toplam küresel nüfusun yüzde 60'ından biraz daha azına denk geliyor.¹⁵ Ancak sosyal medya kullanıcı artışı son aylarda yavaşladı ve bu yıl 137 milyon yeni kullanıcı artışı yıllık sadece yüzde 3'lük bir büyüme yaşandı. Türkiye'de nüfusun yüzde 83,4'ü internet kullanıcısıyken toplam nüfusun yüzde 95,4'ü mobil bağlantı sahibi ve yüzde 73,1'i aktif olarak sosyal medya kullanıyor. Türkiye'de yapılan araştırmaya göre kullanıcı başına aylık sosyal medya kullanımında ilk sırayı 21 saat 24 dakika ile Instagram alıyor. İkinci sırada ise 20 saat 54 dakika ile Tik Tok almış durumda. Bu sıralama YouTube, WhatsApp ve Facebook ile devam ediyor.¹⁶

Yapılan araştırmanın sonuçlarına baktığımızda Türkiye'de sosyal medya hesaplarından takip edilen profillerin sıralaması şu şekilde:

¹⁴ Özyılmaz, *Sosyal Medyanın Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin Dini Tutum ve Davranışlarına Etkisi Bursa Örneği*.

¹⁵ "We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı! | omg! iletişim".

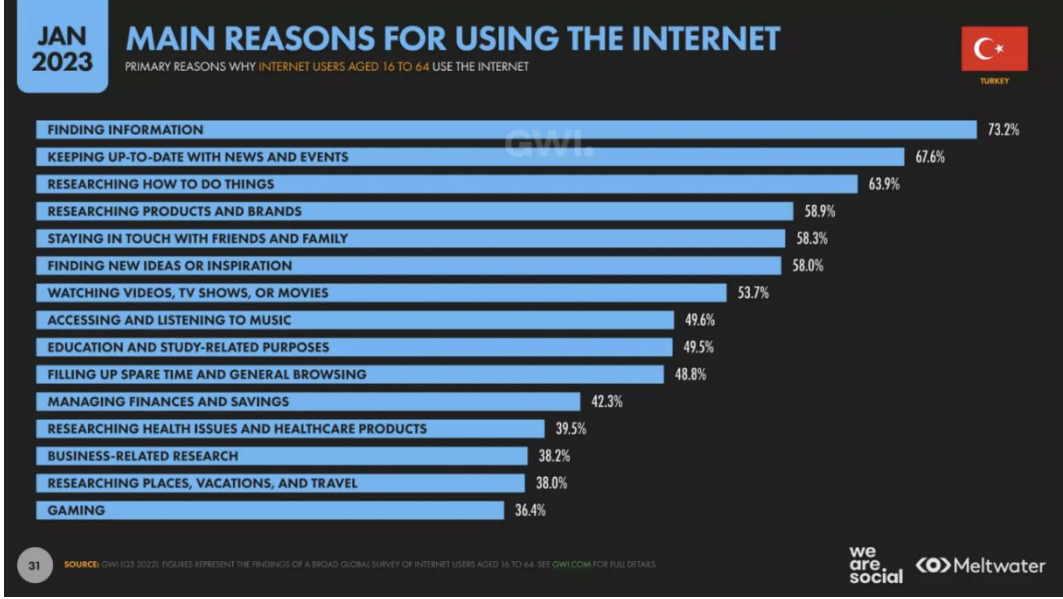
¹⁶ "We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı! | omg! iletişim".



Şekil 5: İnternet Kullanıcılarının Toplam Nüfusa Oranı

1. Arkadaşlar, aile ve tanıdığımız insanlar (%42,4)
2. Satın aldığımız markalar (%35,2)
3. Satın almak istediğimiz markalar (%33,4)
4. TV şovları ya da kanallar (%27,7)
5. Eğlence içerikleri, fenomenler ve parodi hesaplar (%24,3)
6. Sporcular ve takımları (%23,6)
7. Aktörler, komedyenler veya diğer sanatçılar (%23,3)
8. Restoranlar, şefler veya yemek hesapları (%22,0)
9. Gruplar, şarkıcılar veya müzisyenler (%21,0)
10. Gazeteciler veya haber şirketleri (%20,2)
11. İş ile ilgili hesaplar (%18,7)
12. Güzellik uzmanları (%17,7)
13. Oyun uzmanları veya oyun stüdyoları (%17,4)
14. Çalışmayla ilgili şirketler (%17,3)
15. Yazarlar veya edebiyat grupları (15,9)¹⁷

¹⁷ “We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı! | omg! iletişim”.



Şekil 6: Türkiye'de 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanımının Ana Nedenleri

İKİNCİ BÖLÜM GENÇLİK KAVRAMI

2.1. Gençliğin Tanımı

Gençlik kavramı günümüzde biyolojik, psikolojik, toplumsal, kültürel ve ekonomik yönden geniş boyutlarda değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme kurumlara ve kültüre göre değişiklik göstermiştir. İslam dini de gençliğe önem vermiş ancak genç kimdir sorun da net bir tanım ortaya çıkmamıştır. Kuran-ı Kerimde “feta” kelimesiyle ifade edilmiş ama yaş belirtilmemiştir.¹⁸ Ergenlik dönemi genel olarak gençliğin başlangıcı kabul edilmiş ama bitişi tam olarak net değildir. Bazen 50 yaşındaki insan içinde gençlik tanımı kullanılmıştır. Ancak konuyla ilgili literatüre bakıldığında, gençliğin en genel kabul gören tanımının biyolojik yaklaşım içerisinde, yaş unsuru dikkate alınarak yapıldığı görülmektedir. Buna uygun olan UNESCO’nun tanımına göre ise genç; “15 ile 25 yaşları arasında öğrenim gören, hayatını kazanmak için çalışmayan ve ayrı bir konutu bulunmayan kişidir. Günümüzde “gençlik” kavramının tanımı, ekonomik, toplumsal ve kültürel açılardan değerlendirilmektedir¹⁹. Değişik toplumlarda ve dönemlerde gençlik kavramı, tanımı, sınıflandırma ve yaş dilimleri farklı yaklaşımlarla ele alınmıştır. Her ne kadar ortak bir gençlik tanımı yapılamamış olsa bile, Atalay Yörükoğlu, gençliğin niteliklerini; “çocuklukla erişkinlik arasında yer alan, gelişme, ruhsal olgunlaşma ve yaşama hazırlık dönemidir. Ergenlikle başlayan hızlı büyüme gençlik çağının sonunda bedensel, cinsel ve ruhsal olgunlukla biter. Genellikle ilk ergenlik belirtileriyle başlayan gençlik çağı, büyümenin durmasına kadar sürer ve 12-21 yaşları kapsar şeklinde belirtmektedir. Gençlik kavramının tanımlanmasında karşımıza çıkan en büyük güçlük, kültürlerin yapmış oldukları farklı tanımlardır. Farklı kültürlerin ve farklı toplumsal yapıların gençlik kavramını tanımlamalarındaki çeşitlilik, biyolojik yaklaşım içinde geliştirilen yaklaşımlarda da gözlenebilmektedir. Bu bağlamda Türkiye’deki gençler için geçerli olan yaş grubunun, 12-24 yaş arasını kapsadığını söylememiz mümkündür. Bu durum, kavramın biyolojik olduğu kadar sosyal bir fenomen olmasıyla da açıklanabilir. Buradan hareketle gençlik döneminin

¹⁸ Ümmügül Betül Kanburoğlu, *Popüler Kültür Din Eğitimi İlişkisi: İmam Hatip Liseleri Örneği* (Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2011), 5.

¹⁹ Parlamiş, “SOSYAL MEDYANIN LİSE GENÇLİĞİNİN DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: İZMİR ÖRNEĞİ”, 61.

başlangıcını biyolojik değişikliklerle sonlanışının ise ekonomik bağımsızlığın kazanılması gibi sosyal faktörlerle açıklandığını görmekteyiz.²⁰ Bu yaklaşıma göre gençlik dönemi, bireyin biyolojik ve duygusal süreçlerindeki değişikliklerle başlayan, cinsel ve psiko-sosyal olgunluğa doğru gelişmesiyle sürerek, bireyin bağımsızlığını ve sosyal üretkenliğini kazandığı belirlenmemiş bir zamanda sona eren, kronolojik bir dönemdir. Gençlik konusu 1800'lü yıllarda daha çok tıpçılar tarafından ele alınmış ve gençlerin özellikle anatomik ve fizyolojik özellikleri üzerinde durulmuştur. Konuyla ilgili bilimsel metodu ilk defa kullanarak araştırma yapan G. Stanley Hall, gelişmeyi daha çok psikolojik faktörlerle açıklamasına rağmen, sosyolojik faktörler üzerinde de durmuştur. Hall, daha çok geçiş döneminde gençlerin karşılaşılabilecekleri duygusal problemlerle ilgilenmiş ve bu dönemi “duygusal stres ve fırtına dönemi” olarak tanımlamıştır. Türkiye'deki ve aslında dünyadaki sosyolojik gelişmelerden ve sorunlardan en çok etkilenen toplum kesiminin gençlik olduğunu söyleyebiliriz. Türk gençliğinin çeşitli tutum, davranış ve eğilimlerini tespit etmek aslında Türk toplumunun çeşitli olaylar karşısındaki tutum ve tavırlarını ortaya koymak anlamına gelmektedir. Nitekim gençlerin okul, iş ve yakın çevreleri ile sürdürdükleri faaliyet ve ilişkiler sonucu edinecekleri davranış, tutum, düşünce ve bilgi birikimleri hem kendilerinin hem de toplumun geleceğini biçimlendiren unsurlardır. Toplumsallaşmanın niteliği, gençlik döneminde daha da önemli olmaktadır. Gençlik dönemi, anne babadan ya da kendine bakan diğer büyüklerden kopma ve bağımsızlık duygusunun oluşma dönemi olmasının yanında, aynı ve karşıt cins gruplarla etkili bir sosyal ilişkinin başladığı dönemdir. Gençlik çağı, yaşamda bir yön ve amacın arandığı, mesleki ve ailevi rollerin üstlenilmesi için gerekli kişilik ve becerilerin kazanıldığı, bireyin daha bağımsız ve sorumlu bir kimse olarak hareket etmeye başladığı bir dönemdir. Gençlik dönemi ile gençlerin her türlü otoriteye karşı gelme eğilimleri toplumsal iletişimlerinde kopukluklar ortaya çıkarırken, gençler genellikle farklı iletişim kaynakları aramaya yönelirler. Bu kaynakların başında ise arkadaş grupları ve çağın iletişim araçları gelmektedir. Bu kaynaklar, gençlerin dünya görüşleri, inançları, tutum ve davranışları üzerinde son derece etkilidir. Kişilik ve kimlik arayışı içindeki gençler kendilerine ideal olarak seçtikleri ünlü şahsiyetlerle kişiliklerini özdeşleştirme yoluna gitmektedirler. Gençlerin pek çok konudaki değerlendirmeleri ile kendilerinden bir kuşak önceki

²⁰ Kanburoğlu, *Popüler Kültür Din Eğitimi İlişkisi: İmam Hatip Liseleri Örneği*.

insanların değerlendirmeleri arasında bariz uçurumlar olduğunu pek çok konuda müşahede etmekteyiz. Gençlerin anne-babalarının nazarında özel yaşamın kapsamına giren konular, bugün gençler açısından gayet rahat bir biçimde dile getirilebilmektedir. Bu gibi durumlar ise gençlerin zaman zaman toplumun normları ve değerleriyle çatışan davranışlar sergilemelerine neden olmaktadır.

2.2. Gençlerin Kimlik Arayışı, Sosyal Medya Kullanımı ve Zararlı Akımlar

Toplumsal değişim doğal bir süreçtir. Değişim bir şeyin nicelik ve nitelik bakımından belli durumdan başka duruma geçmesidir. Dünya da ki teknolojik gelişmelerden tüm toplumlar etkilenir. Gençler kimliklerini oluştururken bu değişimden de etkilenmektedirler. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle bu değişim çok hızlı gerçekleşmiştir. Uzun süreç alan değişim çok kısa sürede tüm toplumu etkilemiştir. Dijitalleşmeyle birlikte dünyadaki her olaydan her akımdan haber olunup etkileşime girilince bu süreç kaçınılmaz olmuştur. Bu etkileşimden en çok etkilenenler çocuklar ve gençler olmuştur. ²¹Ülkemizde sosyal medyanın 10 yıllık geçmişi olmasına rağmen değişimi ve etkileşimi çok hızlı olmuştur. Sosyal medyada ortaya çıkan reklam, gösteriş, lüks hayatlar gençlerin kimlik arayışlarını olumsuz yönde etkilemiştir. Gençlik döneminde ortaya çıkan kimlik arayışı yaşadığı çevreye ve aileye göre eğitim, otorite baskısı ahlaki çöküş kişilik bunalımı gençlerin bu akımlardan etkilenme derecelerini belirlemiştir.

Gençlerin sosyal medya kullanımının da ve davranışlarında birçok etken vardır bunların başında dini yaşantı, işsizlik, kültür çevre ve psikolojik durumlar gelmektedir. Aile ve akran çevresi gençlerin davranışlarında referans noktası olmuştur. Kimlik ve kişiliğini inşa eden genç doğru referans noktalarını bulamazsa olumsuz durumlara açık hale gelmektedir. ²² Sosyal medyada kimliklerini gizleyerek mahremiyet sınırlarını zorlamaktadır. Dini alanı ihlal eden paylaşımlar, özel hayatı teşhir, cinsellik, kolay paraya ulaşma, özgürlük alanını tanımama otoriteye isyan bunların başında gelmektedir. ²³Bu durumu aşmak için iyi doğru bir dini eğitim dinin hayatın her alanında olduğunu aktarma gerçek hayatla sosyal medyayı birleştire bilme dini emirlerin her yerde

²¹ *Gençlik ve sosyal medya araştırma raporu*. (Ankara : Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2013).

²² Ayşenur BEYAZGÜL Tosun, "ERGENLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE OKULA BAĞLILIK VE AİLE YAŞAM DOYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ", (ts.), 22.

²³ Mustafa Geredeli, *Sosyal Medya Mahremiyet Dindarlık İlişkisi* (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Thesis) ((TDV İslâm Araştırmaları Merkezi), Erişim 20 Aralık 2023).

bağlayıcı olduğu hatırlatılmalıdır. En başta sosyal medya uygulamaları doğru tanıtılmalı olumsuz yönleri aktarılmalı kullanım da dikkat edilmesi gerekenler belirtilmelidir.

Gençlerin sosyal medya uygulamalarında karşılaştığı en önemli zararlı akım ve düşünceler yanlış mahremiyet algısı, dini paylaşım ve sembollerin yanlış ve kötü amaçlı kullanımı, narsisim, radikal grupların ve oryantalistlerin yaydığı yanlış ve yanıltıcı içerikler vb. bunlardan bazılarıdır. Mahremiyet algısı özel hayatı ifşalama hem dini hem de hukuki bir suç olduğu aktarılmalı, dini paylaşımlarda kullanılan yanlış içerikler takip edilip hesaplar ve kişiler düzeltmeler yapılmalıdır.²⁴Sadece insanlara daha lüks yemek, ulaşım, cinsellik, barınma vb. Nesne sunmakta anlam arayışı ruha dokunma gibi duygu ve düşüncelerden gençliği uzaklaştırmaktadır. Narsisim gençlerin en sık karşılaştıkları zararlı akımdır kişilik bozukluğu kendini beğenme başkalarını düşünmeme bireyselcilik olarak tanımlanır. Narsisim onaylanma ihtiyacı ve beğenilme kaygısı taşımaktadır. Düşünmeden bakmadan ve anlamadan kendinden ve kendinin olmayan her şeyi yok saymak önemsememek gençliğe verilen en büyük zararlardandır.²⁵

²⁴ “Biz Gençlere Dair 10 - İletişim Sosyal Medya Dil Üslup Eleştiri ve Biz (Kolektif)”, ts. (Erişim 16 Ocak 2024).

²⁵ Dr Ali Erbaş, “7 PEYGAMBERİMİZ VE GENÇLİK”, (ts.).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM GENÇLİKTE DİN EĞİTİMİ

3.1. Gençlikte Din, Dindarlık ve Din Eğitimi

Ergenlikle başlayan gençlik dönemi insanın kimlik kişilik oluşturduğu bir dönemdir. Vücudunu tanıdığı cinsiyetinin farkına vardığı bir dönemdir. Sorularıyla hayatını anlamlandırmaya çalıştığı ruhsal olarak boşlukta olduğu bir dönemdir. Modern dünyanın tek tip insan anlayışını ancak dini hayatla geçte bileceği unutulmamalıdır. Bu çerçevede dini tanımlama, dindarlık kavramını inceleme ve din eğitiminin sağladığı faydalara bakılacaktır.

Din, Kur'an-ı Kerim'de 'yol', 'ibadet sistemi', 'dini inanç', 'itaat', 'ceza', 'hesap günü', 'kulluk' anlamlarında kullanılarak, Kur'an-ı Kerim'de 89 ayette geçmektedir. Genel açıdan dinin tanımı; "büyük ve yüce, insanın reddedemeyeceği, tabiatüstü ilahi bir varlık tarafından bazı hususlar altında emredildiği varsayılan kural ve inançların bütünüdür."²⁶ İslami tanım olarak Yüce Allah (cc)'nın Cebrail (as) ve çeşitli durumlarla peygamberlerine aktardığı dünya ve ahret saadeti sağlayan ilahi emir ve yasaklara din denir. Dinin toplum yaşamında ve bireysel boyutta yerine getirdiği roller, dine duyulan ihtiyacın yapı taşlarını oluşturmaktadır. Dinin bireysel boyuttaki etkileri; kişinin kendisini ve çevresini tanımasında yol gösterici olması, kişiyi yalnız kalma kaygısından kurtarması ve evrendeki yerini belirlemede detaylı bilgiler vererek yaşamın çeşitli aksiliklerine karşı çıkış yolu sağlaması şeklinde ifade edilebilmektedir. Din, kişileri hem içsel duygu ve yönelimler hem de fiziki hayat açısından kuşatarak, düşünce ve davranışlarına etki ederek tarihin tüm dönemlerinde ve topluluklarında yer edinmiştir. Din, birey ile var olmuş, onunla yayılmış ve yine birey ile gelişerek günümüze ulaşmıştır.

Dindarlık ise insanların dini hassasiyet ve kutsiyet bağladıkları dini gelenek ve ritüellere bağlı kalmasının davranışlara yansıma şeklidir. Dini sosyalleşmeyi ve dindarlığı ailesi çevresiyle bu dindarlığını yaşamaktadır.²⁷ Hayata gözlerini açan her insan, kendisini bir dinî geleneğin ve kültürün içerisinde bulmaktadır. Bunun en güzel örnekleri isim koyma merasiminin de okunan ezan, kamet ölün kişi için sala vb. örnekler verilebilir. Dinî sözler ve telkinlerle karşılaşır, dinî nesne ve mekânları gözlemler,

²⁶ *Gençlik ve sosyal medya araştırma raporu.*

²⁷ *Geredeli, Sosyal Medya Mahremiyet Dindarlık İlişkisi.*

dindar kimselerle görüşür ve onlarla iletişim içerisinde hayatını devam ettirir. Din hakkında ailesinden, çevresinden çeşitli bilgiler öğrenir; dinî ibadetlerini yerine getiren insanları görür ve zaman zaman bu ibadetlere kendisi de iştirak eder. Sorular sorar, araştırmalar yapar, dinî söz ve kavramları kullanmaya başlar. Böylece kişisel anlamda dindarlık denilen yaşantı ortaya çıkmaya ve yapılanmaya doğru gider. Dindarlık, bir kişinin ya da grubun günlük hayatında dinin önemini ifade eden, dine inanma ve bağlanma derecesini gösteren bir unsurdur. Denebilir ki dindarlık, yaşanan dindir; dinin hayata geçirilerek bilfiil yaşanmasıdır. Allah'ı görüyormuşçasına ibadetleri yerine getirmek, O'na kulluk ve Müslümanlığın gereklerini eksiksiz yapmak olacaktır.

Dini eğitimi insanların gönderilen dini çeşitli ortamlarda öğrenmeleri ve uygulamalarıdır. Ülkemizde dini eğitimi devlet kurumları olarak başta DİB ve MEB yapmaktadır. Vakıf, cemaat, tarikat gibi sivil kuruluşlarda bu eğitimi vermektedir. Kurum ve kuruluşların yanı sıra insanlar dini bilgileri medya ve dijital medyadan da almaktadır. İlk dini bilgileri öğrendiğimiz dini sosyalleşme sağladığımız yer ailedir. Aile insanın ilk etkileşime girdiği yerdir. Buradaki yaklaşım ileride kişilik özelliklerine dini yaşantısını da doğrudan etkilemektedir. İkinci olarak din eğitimiyle karşılaştığı yer çevredir. Üçüncü olarak eğitim kurum ve kuruluşlarıdır. Bunlarla birlikte kitle iletişim Araçlarında bu durumu etkilemektedir. Din, insanın ruhsal ve psikolojik gelişimi açısından çok önemli bir etkidir. Bu durumun ne kadar önemli olduğunu yaşadığımız dünyada örnekleriyle görmekteyiz. Terör örgütleri, radikalizm insanların yanlış ve sapkın inanışları öğrenip yaşamasından kaynaklı olduğunu gözler önüne sermektedir.

2004 Yılında ortaya çıkan sosyal medya hızla yayılarak her eve girmiştir. İnsanların günlük yaşayışlarını kültürlerini ve birçok alışkanlığı değiştirmiştir.²⁸ Öyle ki alkol bağımlılığı uyuşturucu bağımlılığı gibi türlerin yanına internet ve sosyal medya bağımlılığı da eklenmiştir. Sosyal medyayı gereğinden fazla kullanma olarak tanımlanan bu durum günümüzün en önemli problemlerindedir.²⁹ Sosyal medyanın insanları olumsuz yönde etkilediği yapılan çalışmalarda ortaya çıkmaktadır. 'Sosyal ilkem' belgeselinde orada çalışan insanlar bu durumu aktarmıştır. İntihar oranlarındaki artış, tek tip insan çabası estetik ve gösteriş merakı bunun sonuçlarındandır. Ülke

²⁸ Ömer Faruk Yazar, *İletişim ve Sosyal Medya Çağı'nda Din Eğitiminin Dönüşüm ve Etkileri* (Bursa Uludağ Üniversitesi, Thesis, ts.) ((TDV İslâm Araştırmaları Merkezi), Erişim 20 Aralık 2023).

²⁹ Deniz - Danışmanı, "OKUL PSİKOLOJİK DANIŞMANLARINDA SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ".

seçimlerine etki, aşırı gurupların organizasyonu, kişilere gönderilen reklamlarla yönlendirmelerde yapılmaktadır. Tüm bu olumsuz yönlerin yanı sıra sosyal medya hayatın bir parçası olduğu unutulmamalıdır bunun için gençlere çok iyi bir dini eğitim verilmelidir. Yüce kitabımız Kuran-ı Kerim ve Hz. Muhammed (S.A.V.) doğru anlatılmalıdır³⁰. Ayeti kerimede geçen Ey iman edenler! Zannın birçoğundan sakının. Çünkü zannın bir kısmı günahdır. Birbirinizin kusurlarını ve mahremiyetlerini araştırmayın. Birbirinizin gıybetini yapmayın. Herhangi biriniz ölü kardeşinin etini yemekten hoşlanır mı? İşte bundan tiksindiniz! Allah'a karşı gelmekten sakının. Şüphesiz Allah tövbeyi çok kabul edendir, çok merhamet edendir. Hucurât : 12 kavramlar aktarılmalıdır.³¹ Hz. Lokman'ın oğluna öğütleri :

Lokman, oğluna öğüt vererek: Yavrucuğum! Allah'a ortak koşma! Doğrusu şirk, büyük bir zulümdür, demişti.

(Lokman, öğütlerine devamla şöyle demişti:) Yavrucuğum! Yaptığın iş (iyilik veya kötülük), bir hardal tanesi ağırlığında bile olsa ve bu, bir kayanın içinde veya göklerde yahut yerin derinliklerinde bulunsa, yine de Allah onu (senin karşına) getirir. Doğrusu Allah, en ince işleri görüp bilmektedir ve her şeyden haberdardır.

Yürüyüşünde tabii ol, sesini alçalt. Unutma ki, seslerin en çirkini merkeplerin sesidir.³²

Gençlerin eğitimi konusunda rehberlik etmektedir. Hz. Muhammed (s.a.v) gençlere ve onların eğitimine büyük önem vermiş nebevi metotla onları yetiştirmiştir. Birçok zengin sahabe nesneyi değil manayı ve anlamı seçmiştir. Cahiliye döneminde daha kötü olan toplum kısa zamanda peygamberin yoluna gitmiştir. Dinleme, uyarma, görev verme samimi ve içten davranma işi ehline verme gibi metotlarla peygamberimiz onları eğitmiştir.

Gençlere hayatın anlamı ve amacı hatırlatılmalı yaratılışın amaçsız olmadığı aktarılmalıdır. Mahremiyet alanlarını, her insanın değerli olduğunu gösteriş ve dış görünüşlerin aldatıcı olabileceği hatırlatılmalıdır. İslam dininin canın korunması, dinin korunması aklın korunması neslin korunması malın korunması ilkeleri olduğu ve bunların önemi aktarılmalıdır.

³⁰ Erbaş, “7 PEYGAMBERİMİZ VE GENÇLİK”.

³¹ “KUR’AN-I KERİM | 516. Sayfa | Hucurât Sûresi | Meal - Kuran Yolu” (Erişim 11 Ocak 2024).

³² “Lokmân Suresi 16-19. Ayet Tefsiri - Diyanet İşleri Başkanlığı” (Erişim 11 Ocak 2024).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medya hayatımızın bir parçası olmuştur, bunu kabul etmek ve çözüm üretmek gerekmektedir. Özellikle mahremiyet konusunda gençlerin bilinçlendirilmeye ihtiyacı vardır. Dini kuralların gerekliliği ve sosyal medyada da geçerli olduğu belirtilmelidir. Sosyal medyanın birçok olumsuz sonucu olsa da bunların farkında olmalı tarafsız alan olmadığı bilinmelidir. Kullanım oranlarını ve zararlarından bahsettiğimiz bu mecra her evin ve her bireyin bir parçası olmuştur. İnsanlar dini bilgilerini de buradan öğrenmektedir. Bunun için dini kurum ve kuruluşların burada olmaları ve aktif olmaları gerekmektedir. Gençlik dönemi hassas dönem olmasının yanında ilk kimlik oluşturma dönemidir. Burada gençlerin anlam arayışına katkı sağlayacak içerikler üretilmelidir. Müslüman kişinin medya kullanımı adı altında bir çalışma yapılmalı yapılan yanlışlar ve doğruları çeşitli içeriklerle gösterilmelidir.

Sosyal medya kullanımında gençleri Zararlı akımlardan ve dini kurallara uygun kullanıma yönlendirmek için bazı çalışmalar yapılabilir bunları maddeler halinde şöyle sıralaya biliriz.

- Diyanet işleri başkanlığının medya kurumlarına dini danışmanlık hizmetinde bulunması.

İslam dini zaruriyeti dinîye ilkelerinden biri de dini korumaktır. DİB' de ülkemizde dini öğretmek anlatmakla görevli her türlü işleyişi sağlayan kurumdur. Günümüzde yapılan tartışmalara bakılınca bu konunun ne kadar önemli olduğunu görürüz. Çok yakın zamanda yayınlanan dizilerde mutaassıp aile anlatımları, tarikat cemaat anlatımları gündemdeki yerini korumaktadır. Eski film ve dizilerdeki hoca figürleriyle başlayan din ve din adamı algısı böyle bir kurumun varlığına ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır. Medya danışma kurulu dini anlatımlarda uygunluğu denetleyerek dini semboller ve kullanılan yerleri belirlemekle görevli olmalıdır. Aksi halde medyanın gücü ve belirleyiciliğini yüksek olduğundan yanlış uygulamalar dini yaşama zarar vermektedir. Gençlerin de bu durumdan etkilenmemesi söz konusu olamaz. Üzülerek belirtmek gerekirdi çoğu dizi ve filmde din ve din algısı kötü gösterilmektedir. Bu durumların önüne geçebilmek için yetkin ve danışma kurulu görevi de gören bir kurum oluşturularak medya organları denetlenmelidir.

- Medya için dini ifadeler sözlüğü çıkartıla bilir.

Medya için dini ifadeler sözlüğü yazılı, görsel ve internette içerik üreten uygulamalarda dini kavramlar ve kullanım yerlerini belirlemek doğru kullanımı tespit ve art niyetli kullanımlarını engellemek yukarıda bekittiğimiz dini medya danışma kurulunda olmalıdır. Ülkemiz de gerek geleneksel gerekse sosyal medya da dini sözcüklerin kullanımı ve telaffuzu oldukça yanlıştır. Bu sözcükler kimi zaman art niyetle kimi zamanda hata ile yanlış kullanılmaktadır. Bazı terör örgütleri ve bazı radikal guruplarda bu sözcükleri bilerek kullanarak istismar etmektedir. Bu durumun önüne geçmek için dini sözcükler ve kullanım yerleri telaffuzlar için kısa shorts, animasyonlar, afişler hazırlanarak, bilgilendirme konferansları, kamu spotları yapılabilir.

- Çocukluktan itibaren evde televizyon kültürü oluşturulmalı ve neler izlendiği takip edilmeli

İmam Ebu Hanefi'nin bal yiyen çocuğu uyarmak için kırk gün bekledikten balı kendi bırakıp sonra uyarması uyarıda bulunan ve nasihat verme konusunda ebeveynlere güzel bir örnektir. Hz. Muhammed(sav.) ibadetlere alıştırmamanın küçük yaşta olduğunu belirtmiştir. Ev de zaman geçiren aile izlediklerine dikkat etmeli sınırlar koymalıdır. Televizyon veya başka iletişim araçları kullanımında duyarlı olunmalıdır. Hep birlikte izlenilecek şeylere karar verilmeli izlenmesinden kaçınılan içeriklerin sebepleri anlatılmalıdır. Belirli zaman aralıklarında kullanımının faydaları aktarılmalıdır. Gençleri odaya gönderip kendi istediklerimizi yapmak sonra tavsiyede bulunmak fayda sağlamayacaktır.

- Dini medya okur yazarlığı olmalı her türlü medya organlarında dinin sembolleri kullanılmalıdır.

Okur yazarlık sadece göz ve elle yapılan eylem değil aynı zamanda gördüğünü ve yazdığını anlamak ve anlamlandırmaktır. Medya da yapılan her işin bir amacı ve altyapısı olduğu unutulmamalıdır ülkelere göre ve dinlere göre medya içeriklerine dikkatli bakıldığında kültüre ve dine ait izler mutlaka bulunur. Özellikle İslamofobi'nin yoğun olduğu bu çağda medya okuryazarlığına çok ihtiyaç vardır. İçerikler incelenmeli ve verilen mesajlar ortaya koyulmalıdır.

- Dini teyit siteleri kurulmalı

Günümüzün en büyük sorunlarından biri yalan haberlerin dezenformasyonun çok olması ve hızlı yayılmasıdır yapılan çalışmalar göstermektedir ki yalan haber gerçekten altı kat daha hızlı yayılmaktadır. Bunun önüne geçebilmek insanlara doğruyu ulaştırmak için hızlı ve doğru çalışan teyit sitelerine ihtiyaç vardır. Günümüzde yapılan yapay zekâ destekli içerikleri gerçeğinden ayırmak oldukça zordur. Bu yöntemle birçok yalan haber ortaya çıkmaktadır. Terör örgütleri de bunu kullanarak algı çalışması yapmaktadır. S M. Hayatımıza girmesiyle yapılan bu içerikler hızla yayılmakta ve dönülmez hatalara yol açmaktadır. Dine yönelikte bu tür algılar vardır. Ayet ve hadis paylaşımları başta olmak üzere dini söz ve fetvalar yanlış olarak aktarılmaktadır. Bunu engellemek amacıyla kurulacak teyit siteleri tanıtılmalı ve önemi vurgulanmalıdır.

- Gençlere yönelik içerikler oluşturulmalı
- İzleme süreleri dikkate alınarak kısa videolar oluşturulmalı

S M. Üzerine yapılan çalışmalarda gençlerin içerik izleme sürelerinin kısaldığı görülmektedir. Yapılan uzun paylaşımların izlenmediği bunun yerine dikkat çekici tasarımlar ve kısa videolar çekerek gençlere ulaşılmalıdır. Dini meseleler anlatılırken kullanılan dil ve örnekler dikkatli seçilmelidir. Günlük hayatta onların başına gelebilecek senaryolar düşünülerek cevaplar hazırlanmalıdır. Ödüllü yarışmalar cazip hediyelerle yarışmalar düzenlenmelidir.

- Dergi, medya sosyal medya kanallarının sayısı artırılmalı

Günümüzde iletişim metotları büyük değişim yaşamıştır. Bu değişime ayak uydurmak tebliğ yöntemlerini geliştirmek ve yenilemek gerekmektedir. Hz. Muhammed(sav.) Gençlerle nasıl iletişim kurduğu her türlü dünya mal ve birikimlerini bırakarak Hz. Peygamberin yanına gittiğini iyi anlamak gerekir. Bu ilke ve yöntemleri günümüze uyarlayarak gençlere yol gösterilmelidir. Okunan birçok kitap ve dergide gençlerin ahlakını olumsuz etkileyen yazı bulunmaktadır. Dini yayınların tanıtımını yapmak doğru stratejiyle pazarlamak gerekmektedir.

Gençlerin dili aktiviteleri takip edilmeli ilgi duydukları alanlara yönelik dini çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ayaz, Orhan. *Sosyal Medyanın Ergenlerin Dinî Sosyalleşmesine Etkileri (Sakarya/Akyazı Örneği)*. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Thesis, 2015. (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi)
- Deniz, Sultan - Danışmanı, Tez. "OKUL PSİKOLOJİK DANIŞMANLARINDA SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ".
- Erbaş, Dr Ali. "7 PEYGAMBERİMİZ VE GENÇLİK".
- Geredeli, Mustafa. *Sosyal Medya Mahremiyet Dindarlık İlişkisi*. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Thesis. (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi). Erişim 20 Aralık 2023.
<http://ktp2.isam.org.tr/detayilhtezt.php?navdil=tr&tidno=39164&tarama=sosyal+medya>
- Kanburoğlu, Ümmügül Betül. *Popüler Kültür Din Eğitimi İlişkisi: İmam Hatip Liseleri Örneği*. Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2011.
- Kaya, Mevlüt; Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Eğitimi Anabilim Dalı, Samsun, Türkiye - Turan, İbrahim; Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Eğitimi Anabilim Dalı, Samsun, Türkiye. "İlahiyat fakültesi ve imam-hatip lisesi son sınıf öğrencilerinin din görevliliğine ilişkin mesleki yeterlilik algıları (Samsun ili örneği)". *The perception of competence of religion profession of the last grades of faculty of theology and imam hatip high school students about religion profession: The case of Samsun* 34 (2013), 5.
- Özyılmaz, Murat. *Sosyal Medyanın Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin Dini Tutum ve Davranışlarına Etkisi Bursa Örneği*. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Thesis, ts. (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi). Erişim 19 Aralık 2023
- Parlamiş, İsmail. "SOSYAL MEDYANIN LİSE GENÇLİĞİNİN DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: İZMİR ÖRNEĞİ".
- Tosun, Ayşenur BEYAZGÜL. "ERGENLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE OKULA BAĞLILIK VE AİLE YAŞAM DOYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ".
- Yazar, Ömer Faruk. *İletişim ve Sosyal Medya Çağında Din Eğitiminin Dönüşüm ve Etkileri*. Bursa Uludağ Üniversitesi, Thesis, ts. (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi). Erişim 20 Aralık 2023
- "Biz Gençlere Dair 10 - İletişim Sosyal Medya Dil Üslup Eleştiri ve Biz (Kolektif)", ts. Erişim 16 Ocak 2024
- Gençlik ve sosyal medya araştırma raporu*. Ankara : Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2013.
<http://ktp.isam.org.tr/detayzt.php?navdil=tr&idno=300371&wKitaplar=sosyal+medya>
- "KUR'AN-I KERİM | 516. Sayfa | Hucurât Sûresi | Meal - Kuran Yolu". Erişim 11 Ocak 2024.
<https://kuran.diyaret.gov.tr/mushaf/kuran-tefsir-1/hucurat-suresi-49/ayet-12/kuran-yolu-meali-5>
- "Lokmân Suresi 16-19. Ayet Tefsiri - Diyanet İşleri Başkanlığı". Erişim 11 Ocak 2024.
<https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Lokm%C3%A2n-suresi/3485/16-19-ayet-tefsiri>
- "Sosyal medya". *Vikipedi*, 06 Ocak 2024.
https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Sosyal_medya&oldid=30985334
- "We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı! | omg! iletişim". Erişim 11 Ocak 2024. <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2023-global-ve-turkiye-raporu-yayinlandi/>
- "We Are Social Global Dijital 2022 Raporu", 09 Şubat 2022.
<https://www.gaminginturkey.com/tr/we-are-social-global-dijital-2022-raporu/>

ÖZGEÇMİŞ