

**T. C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Sosyoloji Anabilim Dalı

**DİNİ EĞİTİM ALAN ÖĞRENCİLERİN SOSYAL  
MEDYA EĞİLİMLERİ: İZMİR İMAM HATİP LİSESİ  
VE 9 EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İLAHİYAT FAKÜLTESİ  
ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Suat ACIERİK**

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Özlem DERİN SAĞLAM

**İstanbul – 2023**



## TEZ TANITIM FORMU

**Yazar Adı Soyadı** : Suat ACIERİK

**Tezin Dili** : Türkçe

**Tezin Adı** : Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği

**Enstitü** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

**Anabilim Dalı** : Sosyoloji

**Tezin Türü** : Yüksek Lisans

**Tezin Tarihi** : 04.09.2023

**Sayfa Sayısı** : 73

**Tez** : Dr. Öğr. Üyesi Özlem DERİN SAĞLAM

**Danışmanları**

**Dizin Terimleri** : Din Eğitimi, Sosyal Medya, Sosyal Medya Platformları, İmam Hatip Öğrencileri, İlahiyat Öğrencileri

**Türkçe Özet** : İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi pilot okullar olarak seçilmiş, uygulamalar burada yapılmıştır. Lise ve üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya platformları arasında çok büyük farklar olmasa da bazı değişkenler olduğu, üniversite öğrencilerinin hem aldıkları eğitim hem de sosyal medya üzerine daha bilinçli oldukları görülmektedir. Sosyal medya platformları eğlence amacıyla kullanılsa da genellikle eğitim amaçlı bir kullanım söz konusudur.

**Dağıtım Listesi** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne  
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

*Suat ACIERİK*

**T. C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Sosyoloji Anabilim Dalı

**DİNİ EĞİTİM ALAN ÖĞRENCİLERİN SOSYAL  
MEDYA EĞİLİMLERİ: İZMİR İMAM HATİP LİSESİ  
VE 9 EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İLAHİYAT FAKÜLTESİ  
ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Suat ACIERİK**

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Özlem DERİN SAĞLAM

**İstanbul – 2023**

## **BEYAN**

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Suat ACIERİK

.../.../2023



T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Suat ACIERİK' in "Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalı Sosyoloji Bilim Dalı YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

*Doç. Dr. Harun CEYLAN*

Üye

*Dr. Öğr. Üyesi Özlem DERİN SAĞLAM*  
(Danışman)

Üye

*Dr. Öğr. Üyesi Raheb MOHAMMADI GHANBARLOU*

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.... / .... / 2023

*Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ*

Enstitü Müdürü

## ÖZET

İnsanlar topluluk halinde yaşaması gereken sosyal varlıklar oldukları için devletin belirlediği kanunlara göre yaşamak zorundadır. Türkiye'nin, İslam coğrafyasına yatkın bir yaşam örneklemesinin ağır bastığını görürüz. Müslüman olduğunu kabul eden bireylerin inandıkları dinin gerekliliklerini yerine getirebilmesi ve eğitimlerini doğru alabilmesi için belli kurum ve kuruluşların yasal çerçevede geçerlilik kazanması tarihsel süreç içerisinde uygun görülmüştür. Özellikle aile yaşantısı içerisinde ortaya çıkan dini eğilimlerin nesillerden nesillere aktarımı ve bunun doğru yapılabilmesi anlamında böyle bir girişimin yapıldığı görülmektedir. Bu türden eğitimlerin aile yaşantısıyla olan bağı değerlendirildiğinde ebeveynlerin çocuklarına din eğitiminin temelini sunması bir başlangıç noktası olarak görülmektedir. Bu sayede çocuklar din eğitiminde bir görüş sahibi olarak hayatlarına devam edebilmektedir. Ayrıca din ile ilgili doğru ve yanlış tespit etmeleri mümkün olmaktadır. Sosyal medyanın yaygın bir kullanımına rağmen özellikle dini eğitim alanında öğrencilerin sosyal medyayı düzenli olarak kullanımının uygun olup olmadığı tartışmalı bir konudur. Bu noktada ebeveynlerin ve eğitimcilerin sosyal medya kullanan öğrencilere üzerinde doğru bir şekilde rehberlik etmesinin etkili olacağı düşünülmektedir. Tez konusunun belirlenmesi üzerinde durulurken sosyal medya ve dini eğitim ilişkisi ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmüş ve bu nedenle alandaki bu boşluğu doldurmaya ufak da olsa katkıda bulunabilecek bir araştırmanın yapılması öngörülmüştür. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada birebir görüşmeler yapılarak veriler elde edilmiştir. Toplamda 31 lise ve üniversite öğrencisiyle yapılan görüşmelerde önceden hazırlanmış 14 soruluk bir görüşme formundan faydalanılmıştır. Görüşmelerde öğrencilerin kendilerini rahatça ifade etmesi için müdahaleden kaçınılmıştır. İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi pilot okullar olarak seçilmiş, uygulamalar burada yapılmıştır. Lise ve üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya platformları arasında çok büyük farklar olmasa da bazı değişkenler olduğu, üniversite öğrencilerinin hem aldıkları eğitim hem de sosyal medya üzerine daha bilinçli oldukları görülmektedir. Sosyal medya platformları eğlence amacıyla kullanılsa da genellikle eğitim amaçlı bir kullanım söz konusudur. Aldıkları eğitimi sorgulama ve araştırma eğilimi de üniversite öğrencilerinde daha güçlüdür.

**Anahtar Kelimeler:** Din Eğitimi, Sosyal Medya, Sosyal Medya Platformları, İmam Hatip Öğrencileri, İlahiyat Öğrencileri

## SUMMARY

Since people are social beings that need to live as a community, they have to live according to the laws determined by the state. We see that Turkey's sample of life inclined towards the Islamic geography predominates. It has been deemed appropriate in the historical process for certain institutions and organizations to become valid within the legal framework so that individuals who accept that they are Muslims can fulfill the requirements of their religion and receive their education correctly. It is seen that such an attempt has been made, especially in terms of transferring religious tendencies that arise in family life from generation to generation and doing this correctly. When the connection of such education with family life is evaluated, it is seen as a starting point that parents present the basis of religious education to their children. In this way, children can continue their lives with an opinion in religious education. In addition, it is possible to determine the right and wrong about religion. Despite the widespread use of social media, whether it is appropriate for students to use social media regularly, especially in the field of religious education, is a controversial issue. At this point, it is thought that parents and educators will be effective in guiding students who use social media correctly. While focusing on the determination of the thesis topic, it was seen that the studies on the relationship between social media and religious education were quite limited, and therefore, it was envisaged to conduct a research that could contribute to filling this gap in the field, albeit a small one. With the qualitative research method, the data obtained through one-on-one interviews. Pre-prepared interview form with 14 questions asked in the interview with 31 high school and university students. During the interviews, intervention was avoided so that the students could express themselves freely. Izmir Imam Hatip High School, and 9 Eylül University Faculty of Theology were selected as pilot schools, and the practices carried out there. Although there are not huge differences between the social media platforms used by high school and university students, there are some variables, and university students are more conscious about the education they receive and social media. Although social media platforms, are used for entertainment purposes, they used for educational purposes. The tendency to question and research the education they receive, also dominates university students.

**Keywords:** Religious Education, Social Media, Social Media Platforms, Imam Hatip Students, Theology Students



# İÇİNDEKİLER

|                       |      |
|-----------------------|------|
| ÖZET.....             | i    |
| SUMMARY .....         | ii   |
| KISALTMALAR .....     | v    |
| TABLolar LİSTESİ..... | vii  |
| ÖNSÖZ.....            | viii |
| GİRİŞ .....           | 1    |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### DİNİ EĞİTİMİN KAPSAMI VE SOSYAL MEDYA

|  |    |
|--|----|
| 1.1.Türkiye’de Dini Eğitimin Tarihçesi .....                         | 4  |
| 1.1.1. Günümüzde İmam Hatip Liselerinde Dini Eğitim .....            | 5  |
| 1.1.2. Günümüzde Üniversitelerde Dini Eğitim.....                    | 8  |
| 1.2. Medya Kavramının Kapsamı ve Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı ..... | 10 |
| 1.3. Medya Aracıları.....  | 10 |
| 1.4. İnternet Teknolojileri ve Sosyal Medya Gelişimi .....           | 12 |
| 1.5. Sosyal Medya Platformları .....                                 | 15 |
| 1.5.1 Facebook .....   | 15 |
| 1.5.2 Twitter .....  | 16 |
| 1.5.3 Instagram .....  | 17 |
| 1.5.4 Youtube .....  | 18 |
| 1.6. Sosyal Medya ve Din Eğitimi Üzerine Genel Değerlendirme .....   | 18 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN KONUSU, KAPSAM VE YÖNTEMİ

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 2.1. Araştırmanın Problemi ..... | 20 |
| 2.2. Araştırmanın Amacı .....    | 24 |
| 2.3. Araştırmanın Önemi .....    | 24 |

|  |    |
|--|----|
| 2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları .....   | 25 |
| 2.5. Araştırmanın Varsayımları .....     | 26 |
| 2.6. Araştırmanın Modeli ve Deseni ..... | 27 |
| 2.7. Çalışma Grubu.....                  | 28 |
| 2.8. Veri Toplama Aracı ve Süreci.....   | 29 |
| 2.9. Veri Analizi .....                  | 29 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR

|   |           |
|---|-----------|
| 3.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri .....            | 30        |
| 3.2. Din Eğitimi Alma Kararı .....                                | 31        |
| 3.3. Gündelik Yaşam ve Dini Eğitim .....                          | 35        |
| 3.4. Sosyal Medya Platformları .....                              | 38        |
| 3.5. Sosyal Medya Kullanım Amacı .....                            | 39        |
| 3.6. Eğitim ve Sosyal Medya Çatışması.....                        | 41        |
| 3.7. Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Zaman .....           | 43        |
| 3.8. Dini Eğitim ve Sosyal Medya .....                            | 44        |
| 3.9. Sosyal Medyada Kurulan Sosyal İlişkiler ve Dini Eğitim ..... | 45        |
| 3.10. Gelecek Zamanda Sosyal Medya Kullanımı .....                | 47        |
| <b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>                                     | <b>49</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>   | <b>55</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>  | <b>59</b> |

## KISALTMALAR

**T.C:** Türkiye Cumhuriyeti

**WEB:** World Wide Web

Katılımcılara ilişkin kısaltmalar:

**K1:** Katılımcı 1

**K2:** Katılımcı 2

**K3:** Katılımcı 3

**K4:** Katılımcı 4

**K5:** Katılımcı 5

**K6:** Katılımcı 6

**K7:** Katılımcı 7

**K8:** Katılımcı 8

**K9:** Katılımcı 9

**K10:** Katılımcı 10

**K11:** Katılımcı 11

**K12:** Katılımcı 12

**K13:** Katılımcı 13

**K14:** Katılımcı 14

**K15:** Katılımcı 15

**K16:** Katılımcı 16

**K17:** Katılımcı 17

**K18:** Katılımcı 18

**K19:** Katılımcı 19

**K20:** Katılımcı 20

**K21:** Katılımcı 21

**K22:** Katılımcı 22

**K23:** Katılımcı 23

**K24:** Katılımcı 24

**K25:** Katılımcı 25

**K26:** Katılımcı 26

**K27:** Katılımcı 27

**K28:** Katılımcı 28

**K29:** Katılımcı 29

**K30:** Katılımcı 30

**K31:** Katılımcı 31



## TABLÖLÄR LİSTESİ

|  |    |
|--|----|
| <b>Tablo 1:</b> İmam Hatip Liselerindeki Temel Dersler .....   | 7  |
| <b>Tablo 2:</b> Web 1.0 ile Web 2.0'ın Karşılaştırılması ..... | 12 |
| <b>Tablo 3:</b> Katılımcılara Ait Demografik Sonuçlar.....     | 30 |



## ÖNSÖZ

Yüksek lisans öğrenim dönemimde ve yüksek lisans tezimin başarı ile sonuçlanmasında değerli bilgi ve emeklerini benden esirgemeyen Sayın Dr. Öğr. Üyesi Özlem Derin Sağlam hocama ve değerli bilgi ve tecrübeleri ile yol gösteren Dr. Öğr. Üyesi Raheb Muhammedi Ghanbarlou ve Doç. Dr. Harun Ceylan hocalarıma teşekkürlerimi borç bilirim. Ayrıca tez sürecimde manevi destek olan ve değerli bilgilerini esirgemeyen Sayın Prof. Dr. Saffet Köse, Oğuzhan Kadioğlu, Şadiye Yılmaz, Paşa Odabaş, sevgili okul arkadaşım Bünyamin Bayın ve tezimde yardımcı olan bütün gençlere teşekkürlerimi borç bilir ve saygılarımı sunarım.

Suat ACIERİK

2023

## GİRİŞ

Sosyal medya, teknolojinin gelişmesi ile birlikte insanların hayatında kolayca ulaşılabilen bir noktaya gelmiştir. Özellikle telefon ve tablet türevi insanların yanında kolay taşıyabildiği teknolojik araçlar ve internet teknolojileri aracılığıyla sosyal medyanın kullanımı mümkündür. İnsanların sosyal medyaya bu kadar kolay ulaşabilmesi, çocuk ve gençler üzerinde olumlu ve olumsuz etkiler oluşturabilmektedir. Sosyal medyanın özellikle etkin olduğunu varsayabileceğimiz 2000’li yıllardan itibaren bu etkiler sosyal bilimlerin tartışma alanlarında önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Araştırmaların yapısına bakıldığında kişilerin sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgilendirilmesi, bilinçli kullanımın öğrenilmesinin gerekliliği ön plana çıkmaktadır.

Sosyal medya aracılığıyla insanlar çeşitli bilgileri edinebilmektedir. Bu bilgiler doğru ya da yanlış olabilmektedir. Bu açıdan genç yaştaki kişilerin sosyal medya kullanımı hakkında bilgilendirilmesi önem taşımaktadır. Çünkü sosyal medyada bireylerin paylaşımlarının takip edilmesi mümkün olmadığı gibi doğruluğunun takip edilmesi de mümkün değildir.

Din kavramı evrensel olup bütün insanlar açısından farklı anlamlar teşkil edebilmektedir. Din ve sosyal medya bir araya geldiği zaman yararlı ve zararlı bilgiler havuz oluşturmaktadır. Sosyal medya platformlarında, platformun içeriğine göre etkileyici içerikler oluşturabilmektedir. Bunlar genellikle video, yazı ve fotoğraf içerikleri olarak belirtilebilmektedir. Ayrıca sosyal medyada insanlar içerik paylaşımı haricinde grup ve topluluklar oluşturabilir, arkadaşlıklar kurabilmektedir. Burada önemli olan kişilerin zihniyeti ve doğruları ortaya koymasıdır. Çünkü yanlış olan bilgiler farklı kişilerin doğrusu sayıldığı için insanları yanıltma olasılığı yüksektir.

Türkiye’deki pilot iki okul üzerinden değerlendirme yapılması planlanmış, bu nedenle Türkiye’de çoğunluğun kabul ettiği ortaya konan Müslümanlık olgusu üzerinden bir seçim yapılması uygun görülmüştür. Dini eğitimin kapsamı değerlendirilirken tarihsel bir yaklaşım uygulanacak ancak temel odak İslam dini üzerinden yürütülmektedir. Bununla birlikte gençler üzerindeki etkiler değerlendirileceğinden pilot okulların lise ve üniversite düzeyinde seçilmesi söz konusu olmuştur. Aynı zamanda benzer yaş gruplarından ancak farklı eğitim

düzeylelerinden öğrencilerle görüŖme yapılması tercih edilmiŖ, böylelikle sosyal çevre ve yeni eğitim düzeyiyle bir farklılık oluşup oluşmadığı temellendirilmeye çalışılmıştır.

Örnekleme bölgesi olarak seçilen İzmir özellikle araştırmacının yaşadığı yer olması ve araştırmayı daha rahat yürütebileceği imkanlar sunması nedeniyle tercih edilmiştir. Yaşları birbirine yakın olan ancak farklı eğitim düzeylerinden olan öğrencilerin gündelik hayatları ve eğitim yaşamları arasında paralellik söz konusuysen buna sosyal medya eklendiğinde bir fark oluşup oluşmadığı izlenmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde eğitim, dini eğitim, sosyal medya ve sosyal medya araçları ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Bu bölümde cumhuriyet dönemi müfredat değişiklikleri ve dini eğitimin kapsamının ele alınmasıyla işe başlanırken, okulda gösterilen dersler hakkında bilgi sunulmaktadır. Bunun ardından sosyal medyanın gelişimine dair bilgilendirmeler yapılarak, günümüzde kullanılan sosyal medya platformları ve bunların kapsamı üzerine incelemeler sunulmaktadır. Bununla birlikte sosyal medya ve dini eğitim arasındaki ilişkiler ele alınmaktadır.

Araştırmanın amacı yaşları yakın olan ve dini eğitim alan öğrenciler arasında, eğitim düzeyinin değişmesi ve sosyal çevrenin farklılaşmasıyla eğilimsel belirlenimlerin farklılaşıp farklılaşmayacağına görülmektedir. Sınırlandırma İzmir bölgesi ve bir pilot lise (İzmir İmam Hatip Lisesi) ve bir pilot üniversite ( 9 Eylül Üniversitesi) kapsamında yapılmakta, birbir görüşmenin 14 soru temelinde ve yüz yüze yapılması nedeniyle planlama 15 lise 15 üniversite öğrencisi üzerine yapılmış, ancak daha sonra cevaplar değerlendirilerek bir lise öğrencisi daha sürece dahil edilerek 31 öğrencilik bir yelpaze oluşturulmuştur. Araştırmanın varsayımları, sınırlılıkları ve yöntemine dair bilgilendirmeler ikinci bölümün kapsamını oluşturmaktadır.

Dini eğitim alan öğrencilerin en az bir sosyal medya platformunu kullanması ve bunun üzerine bilgi sahibi olması ön görülmüş ve kontrol bunun üzerinden sağlanmıştır. Sonuçtan önceki son bölüm olan bulgular kısmına gelindiğinde ise sorulan sorular bağlamında öğrencilerin verdiği benzer ve farklı yanıtlardan örnekler seçilerek bölüm kapsamında kullanılmıştır. Bu örneklerden hareketle yorumlama ve değerlendirmeler sunulmuştur. Değerlendirmeler ışığında lise



öğrencilerinin henüz tam olgunlaşmaması ve daha meraklı bir dönemde olması nedeniyle sosyal medyaya daha fazla eğildiği, eğitim amaçlı kullanımın yanı sıra eğlence amacının çok daha fazla olduğu görülmüştür. Bu dönemdeki öğrenciler gündelik hayatlarının büyük bölümünü aileleriyle olan ilişkileri ve eğitimlerine ayırmalarına rağmen sosyal medya platformlarının kullanımı da azımsanmayacak düzeyde görülmektedir.

Diğer yandan üniversite öğrencilerinin verdiği cevaplardan sosyal medya platformlarını çok daha bilinçli bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Hem aldıkları eğitim hem de sosyal medyadaki içerikler konusunda daha hassas olan bu bireyler aralarında çok az yaş farkı bulunmasına rağmen lise öğrencilerinden çok daha seçici, bilinçli ve sorgulamaya yatkındır. Aynı zamanda bu öğrencilerin kendilerine özgü ve yetiştirilme biçimlerinden gelen bazı fikirleri ve bu anlamda seçicilikleri söz konusu olmaktadır.

Sonuç bölümünde yukarıda bahsi geçen verilerin sunulması söz konusudur. Aynı zamanda bazı önerilerle eğitimin teknolojinin bu denli etkin olduğu bir dönemde yerinde saymaması gerektiği, bilinçli ve kontrol sahibi nesiller için, kendini bilen bireyler yetiştirmek için teknolojiyle el ele bir yönelim sunulması gerektiği saptanmıştır. Bu nedenle hem ders içeriklerinin sunulmasında hem de eğitimin çok daha ilgi çekici kılınmasında teknolojik aygıtlardan faydalanılmasının önemi vurgulanmaktadır. Merak olgusunun kısıtlanmaması, özellikle de dini eğitimin çok daha sınırları belli bir yapı üzerine kurulması nedeniyle baskıcı biçimde sunulmamasına özen gösterilmeli ve öğrencilerin sorularına tatmin edici cevaplar verilebilmelidir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## DİNİ EĞİTİMİN KAPSAMI VE SOSYAL MEDYA

### 1.1.Türkiye’de Dini Eğitimin Tarihçesi

İnanma ihtiyacı insanın oldukça büyük bir eğiliminin göstergesidir. Yaşam içinde duyduğu korku, kaygı ve sığınma ihtiyacını inanarak ve bu inancı bir Tanrıya yönlendirerek yapmaya eğilimindedir. Bu ihtiyaç çeşitli dinlerin ortaya çıkmasını da beraberinde getirmiştir. Pek çok kültürde, anlam verilemeyen doğa olaylarına korkuyla yaklaşılırken, bu olaylar kutsal kabul edilen doğa ruhlarıyla ilişkilendirilmiş, seremoniler ve ritüellerle insan ve doğa arasında uyum sağlanmaya çalışılmıştır.<sup>1</sup> Dünyada 2.3 milyar Hıristiyan, 1.8 milyar Müslüman, 1.2 milyar hiçbir dine inanmayan, 1.1 milyar Hinduizm'e inanan, 0.5 milyar Budizm'e inanan, 0.4 milyar Halk dinine inanan insan bulunmaktadır.<sup>2</sup> Bu kadar fazla inancın bulunması insanlığın gelişmesine kültürel anlamda zenginlik katmasının yanında insanlara seçme hakkı oluşturması açısından da önemlidir. İnsanlar kişilik yapılarına, kültürlerine, kabul edebilirliklerine göre dinler ve dini ritüeller oluşturmuşlardır. Küreselleşmenin etkisi ile dinler hakkında bilgi yaygınlaşmış ve bireysel tercihler ön plana çıkmaya başlamıştır. Bugün, insanlar kişisel kararlar alarak mensubu oldukları topluluğun kabullerinin dışına çıkabilmekte ve farklı dinlere mensup olabilmektedirler.<sup>3</sup>

Ancak toplumsal normlar ve kimi zaman karşılaşılan hoşgörüsüzlük, dinsel seçimlerin de yeterince özgür yapılmasının önünde engel teşkil etmektedir. Özellikle küçük yaştaki çocukların büyüme evresinde dini öğrenebilmesi, bazı dini eylemleri gerçekleştirebilmesi için dinler ve inanışlar konusunda sağlıklı bilgiler alabilmesi gerekmektedir. Bu eğitimin sadece aile kanalıyla olması ise yeterli gözükmemektedir. Din eğitiminin verilmesi toplumsal ahlak kurallarının oluşması ve yazılı olmayan bir düzenin yerleştirilmesi açısından önemlidir. Fakat din eğitiminin verilmesinde modern eğitimin kaynaklarından ve metotlarından yararlanılması da gerekmektedir. Dinin varlığı bilim ve çağdaşlaşmayı terk etmek anlamına getirilmemelidir. Din eğitimi

---

<sup>1</sup> N. Karadağ, Dünyanın En İlginç Dinleri, Erişim adresi: [www.mailce.com](http://www.mailce.com), 2016.

<sup>2</sup> Doğru Veri, Dünyada Kaç Milyon Kişi Hangi Dine İnanıyor?, Erişim adresi: <https://dogruveri.com/dunyada-kac-milyon-kisi-hangi-dine-inaniyor/>, 2022

<sup>3</sup> N. Karadağ, Dünyanın En İlginç Dinleri, Erişim adresi: [www.mailce.com](http://www.mailce.com), 2016.

içerisinde çağdaş eğitim ile bağlar kurularak hayatımızdaki yerini alması sağlanabilmektedir. Dini eğitim bir baskılama sistemi haşine gelmemeli, insanın yeteneklerini keşfetmesi, sorgulaması ve bilimsel düşünmesi konusunda engel oluşturmamalıdır. Bilginin artmasının tek yolu insanın merak etmeye devam etmesi ve sorgulamasıdır. Bu nedenle sorgulama ve kuşku duymaya dayalı modern eğitim sisteminin din eğitiminde de kullanılması gerekmektedir. Zaten modern ve gelişen genel eğitim sistemi içerisinde yer alan din eğitimi sisteminin planlı olmasının yanında eğitimin modern sisteminden soyutlanması da mümkün gözükmemektedir.<sup>4</sup>

Konumuz temelinde ise din eğitim ve öğretimi irdelendiğinde bazı amaçsal faktörler ön plana çıkmaktadır. Bunlar arasında; insani amaç, kültürel amaç ve toplumsal amaç görülmektedir. İnsan yaşamının yorumlanarak anlamlandırılması insani amaç; Türkiye özelinde çoğunluğu kapsayan inanış olan İslam kültürünün yeni nesillere kazandırılması kültürel amaç; inançlar çerçevesinde toplumsal davranışlara yön verme ise toplumsal amaç şeklinde tezahür etmektedir.<sup>5</sup> Türkiye örneklemini İslam dini üzerine olan süreç bazında işlenirken, seçilen okulların lise ve üniversite düzeyinde olması nedeniyle tarihsel kıyaslamalar da bu bağlamda değerlendirilecektir.

Din eğitim ve öğretiminin toplumlara yön verme niteliği düşünüldüğünde din eğitiminin Türkiye'deki tarihsel süreci analiz edilmesi gerekmektedir. Bu noktada;

- Cumhuriyet Dönemi dini eğitim düzenlemeleri.
- Günümüzde İmam Hatip Liselerinde dini eğitim.
- Günümüzde üniversitelerde dini eğitim karşımıza çıkmaktadır.

### **1.1.1. Günümüzde İmam Hatip Liselerinde Dini Eğitim**

Milli eğitim sistemi içerisinde önemli bir yer edinen İmam Hatip Liselerinin yasal dayanağı Tevhid'i Tedrisat Kanunu olmaktadır. İmam Hatip Liselerinin kuruluş amacı Tevhid-i Tedrisat Kanunu'nda din hizmetlerini yürütmek amacıyla din görevlileri yetiştirmek şeklinde ifade edilmektedir. 1960'lı yıllardan sonra kırdan

---

<sup>4</sup> Ü. Ok, Türkiye'de Din Psikolojisi: Neredeyiz ve Nereye Gidebiliriz?, *İslami Araştırmalar*, 2006, s. 16.

<sup>5</sup> B.Bilgin, *Eğitim Bilimi ve Din Eğitimi*, Ankara: Gün Yayınları,1998, s. 68.

kente göçün yaşanması ve çeşitli toplumsal farklılaşmalar ışığında İmam Hatip Liselerinin de değişime uğramasına neden olmuştur.<sup>6</sup>

İmam Hatip Liselerine ait bazı özellikler incelenmek istendiğinde, öncelikle öğrencilere dinlerin temelini anlatılmasının gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Bunların yanı sıra;<sup>7</sup>

- Dini manada pratiklerin öğretilmesi,
- Dini eğitim konusunda kılavuzluk sunulması,
- Öğrencilerin hayata hazırlanması,
- İslam-iman ilişkisinin öğretilmesi,
- Öğrencilerin yükseköğrenime kazandırılmaları ve diğerleri söz konusu olmaktadır.

İmam Hatip Modelini diğer İslam eğitim tecrübelerinden ayıran bazı unsurlar bulunmaktadır. İmam Hatip Liselerinin devletin gözetimi ve denetimi altında olması bunlardan bir tanesi olmaktadır. İmam Hatip Liseleri genel eğitim sistemi içerisinde yer alan eğitim kurumlarıdır. Bir diğer ayırıcı özellik ise hem dini hem de seküler derslerin bir arada verilmesidir. Modern eğitim tarzında sunum yapması ve okullarda İslam anlayışının anlatılması ve sosyo-kültürel çevre ile bütünleşmesi ise diğer ayırt edici özellikleri arasında kabul edilmektedir.<sup>8</sup>

İmam Hatip okulları 3 yıl ortaokul kısmı ve 4 yıl lise kısmı şeklinde düzenlenmiştir (1973). 1739 Sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu ile İmam Hatip Lisesi adını almıştır. Burada dört yıllık zorunlu eğitim söz konusudur. İmam Hatip Liselerindeki derslerin % 70'lik kısmı Fen ve Kültür dersleri ve % 30'luk kısmını ise

---

<sup>6</sup> İ. Aşlamacı, *Pakistan Medreselerinde Bir Model Olarak İmam Hatip Okulları*, DEM Yayınları, İstanbul, 2014.

M.A. Gökaçtı, *Türkiye'de Din Eğitimi ve İmam Hatipler*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2003.

B. Mermutlu, İmam Hatip Liselerinin Seküler Açmazı, *Akademik Araştırmalar Dergisi*, C. 10, S. 38, Kaşgarlı Mahmut Özel Sayısı, 2003.

<sup>7</sup> Ş. Kolukısa, "İdeoloji, Teoloji ve Pedagoji Sarmalında İmam Hatip Okulları", *Eğitime Bakış*, Eğitim Bir-Sen, Yıl 11, Sayı 35, 2015.

<sup>8</sup> İ. Aşlamacı, "Türkiye'nin İslam Eğitim Modeli: İmam Hatip Liseleri ve Özellikleri", *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 9/5, 2014, s. 270.

İslami ilimlerle alakalı dersler içermektedir.<sup>9</sup> Burada genel lise müfredatına ek olarak din eğitimi de ilave edilmektedir. Bu noktada İmam Hatip Liselerindeki derslerin sınıflandırılmasıyla birlikte genel müfredat ile kıyaslama yapmak söz konusu olmaktadır (Tablo 1).

Tablo 1'de de görüleceği üzere, Türk Dili ve Edebiyatı dersin fizik, kimya ve biyoloji derslerine değin genel eğitim ve öğretim programlarındaki derslere yer verildiği görülmektedir. Bunun yanında Tefsir, Kelam ve İslam Tarihi gibi İslami ilimlerle ilişkili derslere de yer verildiği belirlenmektedir. Bu noktada, hem lise öğrencilerine okutulan ders, hem de İslam ilimlerini ilgilendiren derslerin homojen bir biçimde öğrencilere verildiği değerlendirilebilir.

**Tablo 1: İmam Hatip Liselerindeki Temel Dersler**

| İMAM HATİP LİSELERİNDE OKUTULAN TEMEL DERSLER  |  |
|--|--|
| Fen ve Kültür Dersleri (%70)   | İslami İlimlerle İlgili Dersler (%30)  |
| Türk Dili ve Edebiyatı, Tarih, Coğrafya, Matematik, İnkılap Tarihi, Fizik, Kimya, Biyoloji, Felsefe, Mantık, Yabancı Dil, Psikoloji, Sosyoloji, Görsel Sanatlar, Beden Eğitimi ve bu alandaki diğer seçmeli dersler. | Kur'an-ı Kerim, Arapça, Siyer, Temel Dini Bilgiler, Fıkıh, Hadis, Tefsir, Akait ve Kelam, Karşılaştırmalı Dinler Tarihi, İslam Kültür ve Medeniyeti, Hitabet ve Mesleki Uygulama, İslam Tarihi ve bu alandaki diğer seçmeli dersler. |

**Kaynak:** MEB, a.g.e., s. 44.

İmam Hatip Liselerinde iyileştirilmesi gereken konular üzerinde durulduğunda, ders ağırlıklarından bahsedilmesinde fayda vardır. Yükseköğretime hazırlayıcı derslerin yoğunluk olarak artırılması başarı açısından önem arz etmektedir.

<sup>9</sup> Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), "Türk Eğitim Sisteminde Din Öğretimi, İmam Hatip Okulları", Din Öğretimi Genel Müdürlüğü, Ankara, [https://dogm.meb.gov.tr/pdf/Tanitim\\_Kitapcigi\\_EN.pdf](https://dogm.meb.gov.tr/pdf/Tanitim_Kitapcigi_EN.pdf), Erişim adresi: 12.11.2022.

İmam Hatip Liselerinin kendilerini daha iyi tanımlayan, eğitim sistemleri ve okul atmosferini daha iyi analiz eden, bilgilendirici uygulamalara gitmesi gerekli görülmektedir. Okulların dini eğitim yanında hem mesleki eğitim hem de yükseköğretime hazırlık derslerini verdiği vurgulanması önemlidir.

İmam Hatip Liseleri'nin geçmiş ile gelecek arasında köprü niteliği taşıdığı söylenebilir. Türkiye'de halkın büyük çoğunluğunun Müslüman olduğu ifadesinden yola çıkarak, İmam Hatip Liselerinin din görevlisi yetiştiren tek ortaöğretim kurumları olarak kabul edilmesi büyük önem taşımaktadır. İmam Hatip Liseleri hem öğrencilere manevi bilgi sunarken bunları modern bilim ile harmanlamaktadır.<sup>10</sup>

İmam Hatip Liselerinin başarılı uygulamaları irdelenmek istendiğinde ise;<sup>11</sup>

- Doğru dini bilginin öğrenme yeri olarak kabul edilmesi,
- Eğitim fırsatının kırsalda yaşayan ve fakir olan çocuklara da sunulması,
- Kız çocuklarının eğitime katılmasına olanak sunması,
- Topluma ve toplumsal yaşama uyum konusunda yardımcı olması sayılabilmektedir.

### **1.1.2. Günümüzde Üniversitelerde Dini Eğitim**

Türkiye'de zorunlu ve seçmeli olmak üzere din eğitim ve öğretimi dersleri verilmektedir.<sup>12</sup> Günümüzde yüksek din eğitimi İslami İlimler Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, Uluslararası İslam ve Din Bilimleri Fakültesi ve Dini İlimler Fakültesi'nde sürdürülmektedir.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> M.F. Genç, 2013 ve 2071 Türkiye'sinde İmam Hatip Liseleri, *Eğitime Bakış*, Eğitim Bir-Sen, Yıl 11, Sayı 35, 2015, s. 20.

<sup>11</sup> Genç, a.g.e., s. 21.

<sup>12</sup> MEB, a.g.e., s. 12,

<sup>13</sup> Ali Rıza Gül, "Yüksek Din Eğitimi Kurumlarında Değişim ve Yenilenmenin Gerekçeleri", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, V, S. 7, 2016..

2011 yılı sonrasında yüksek din öğretiminde isim çeşitliliği gündeme gelmektedir.<sup>14</sup> Buna göre, İslami İlimler Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi ön plana çıkmaktadır.

Bahsedilen kurumlardan mezun olanlara Din Öğretimi ve Din-Diyanet Hizmetleri gibi iki temel alanda istihdam sağlanmaktadır.<sup>15</sup> İlahiyat Lisans Programı incelenmek istendiğinde önemli anekdotlar ortaya çıkmaktadır. İslami İlimler sahasının çok geniş olduğu görülmektedir. Bu nedenle de kategorilere ayrılması elzemdir. Dünyanın farklı bölgelerinde gereksinimlerle doğru orantılı olarak çeşitli dini sosyal hizmet alanlarının uygulamaya koyulduğu bilinmektedir.<sup>16</sup> İlahiyat Fakültelerinin misyonunun bu bağlamda çeşitli değişimler yaşandığı görülmektedir. Bu değişimlerin yaşanmasında, Türkiye'nin tarım toplumundan sanayi toplumuna ve enformasyon toplumuna geçişinin önemli etkilerinin olduğunu söylemek mümkündür. Hastanelerden, kadın sığınma evlerine değin birçok farklı mecrada, din alanında eğitim almış kişilerin destek sunması söz konusudur. Bu da gündelik hayat içerisinde manevi desteğin ihtiyaç duyulan bir alan olduğunu göstermektedir. İlahiyat mezunları ve İslami İlimler mezunları nezdinde nitelikli hizmet üretmenin zorlaştığı günümüzde, bunun nedenleri arasında;<sup>17</sup>

- Hizmet alanlarının bölünmesi,
- Hizmet alanlarının büyümesi,
- Nitelikli hizmet üretiminin güçleşmesi yer almaktadır.

---

<sup>14</sup> İ. Aşlamacı, "Din Eğitimi Politika ve Uygulamalarında Ak Parti'nin 15 Yılı", *Ak Parti'nin 15 Yılı Toplum*, SETA Yayınları, İstanbul, 2017, s. 200.

<sup>15</sup> C. Tosun, *Müzakereler*, (Ed. S. Akyürek), Bugünün İlahiyatı Nasıl Olmalıdır?-Sorunlar ve Çözümleri, Çalıştayı Tebliğ ve Müzakereler kitabı içinde, (ss. -90), Ensar Neşriyat, İstanbul, 2015, s. 89.

<sup>16</sup> S. Özdemir, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin İlahiyat Programı ile İlgili Görüşleri: SDÜ İlahiyat Örneği", *AİBÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(13), 2019.

<sup>17</sup> M. Korkmaz, "Yaygın Din Eğitimsi Yetiştirme Açısından İlahiyat Fakülteleri Lisans Programının Değerlendirilmesi", *Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu*, Ankara, 1/233, 2013.

İlahiyat mezunu bir öğrenci, eğitimleri esnasında herhangi bir uygulama veya iletişim-rehberlik süreçlerine girmeden mezun olduğundan pratik uygulama konusunda eksiklikler yaşayabilmektedir.<sup>18</sup>

Günümüzde yüksek din öğreniminde güncel durum analiz edilmek istendiğinde, ön lisans, lisans tamamlama ve lisans düzeyleri karşımıza çıkmaktadır. Ön lisans eğitimi ilk olarak Anadolu Üniversitesinde Türkçe ve Arapça şeklinde ve ardından Atatürk Üniversitesinde okutulmaya başlanmıştır.

## **1.2. Medya Kavramının Kapsamı ve Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı**

Türkiye’de medya kavramı, araştırmacıların ilgisini 2000’li yıllardan itibaren çekmeye başlamış ve tartışma konusu olmuştur. Medya algısı; kullanıcıların medyaya karşı tutumları, gerçekleştirdikleri işlemlere ilişkin görüşleri ve medyayı kullanma nedenleri vb. birçok soru içerir. Bu nedenle, geniş ve çok yönlü bir konuyu ele almak için araştırmacılar, kullanıcıların medyaya yönelik tutumlarını incelemişler ve konumuz özelinde inceleyeceğimiz medyada dine yönelik tutumlarını belirleyebilecekleri alan araştırmalarına da yönelmişlerdir. Bu çalışmaların bir parçası olarak, kullanıcı profillerinin ve medyayı nasıl kullandıklarının ayrıntılı bir analizini sağlamışlardır. Eğitimin amaçları ve yürütülme biçimi ile doğrudan ilgili olan bu sorunsal, din eğitimi alanında da araştırma konusu haline gelmiştir.

## **1.3. Medya Araçları**

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte sosyal medya araçları insanların günlük ve iş hayatına uyum sağlamaktadır. Bu alanda gelişen teknolojiler geçmişten günümüze kadar farklı şekillerde ulaşmış ve ilerleme kaydetmiştir. Günümüzde kullanılan teknolojik unsurlar gelişim göstermeye devam etmektedir.

18. yüzyılda teknolojik alanda önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Bu dönemde meydana gelen teknolojik gelişmeler savaşlara ve toplumların kimlik anlayışını bulmasına neden olmuştur. 18. yüzyılda teknolojik açıdan gelişen olayların devrim niteliğinde olduğunu söylemek mümkündür.

---

<sup>18</sup> N.Y. Aşıkoğlu, *Yüksek Öğretimde Din Eğitim ve Öğretimi*, Din Eğitimi Kitabı içinde (181-196), Grafiker Yayınları, Ankara, 2015, s. 224.



1900'lü yıllarda meydana gelen teknolojiler sayesinde iletişim alanında önemli bir yol katedildiğini göstermektedir. İlk olarak İngiltere'de sanayi devriminin başlaması ile birlikte diğer ülkeler de aynı teknolojiyi yakalamaya çalışmıştır. Bu açıdan iletişim ve bilgi ülkeler ve toplumlar tarafından değerli bulunmuştur. Telgraf, telefon, gazete, radyo, televizyon, internet, vb. teknolojiler ortaya çıktıkları zaman dönemin teknolojileri olarak kullanılmaktadır. İletişim teknolojileri sayesinde ülkeler kendi stratejilerini de bu yönde geliştirmiştir.<sup>19</sup>

TDK<sup>20</sup> telgrafi "iki merkez arasında, kararlaştırılmış işaretlerin yardımıyla yazılı haberlerin veya belgelerin iletimini sağlayan bir telekomünikasyon düzeni" şeklinde belirtmiştir.

Telefonlar insanların yaşamında yer aldığı zamandan itibaren insanların haberleşme ve bilgi edinmesi açısından önemli bir yer tutmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte günümüzde akıllı telefonların düzenli olarak kullanımı görülmektedir. Telefon teknolojileri ilk dönemlerde insanların birbiri ile arasında iletişim sağlamasını hedeflemektedir. Fakat cep telefonu teknolojisinin hızlı bir şekilde ilerlemesi ile haberleşmeye ek olarak müzik, iletişim, bilgi edinme, video izleme, vs. gibi çeşitli imkanları yer almaktadır.<sup>21</sup>

Türkiye'de telefon 1994 yılından itibaren kişilerin ilgisinin artması ile birlikte gelişme göstermiştir. Buna ek olarak teknolojik anlamda farklı seçenek isteyen olması da insanların dikkatinin bu bağlamda yönelmesine neden olmaktadır. 2019 yılında yapılan araştırmaya göre Türkiye'nin %98,7'sinde cep telefonu kullanımının var olduğu belirlenmiştir. Bu yüzden telefon teknolojisinin insan hayatında vazgeçilmez bir nokta olduğunu söylemek mümkündür.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Akgül Birol, Yıldız, Ecem E. ve Turşucuoğlu, Beste, Medya Bağımlısı Bireyin, Medyada Harcadığı Fazla Zamanın Bireye Sosyo-Ekonomik Zararları, Akademia Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 282-290.

<sup>20</sup> Telgraf, sozluk.gov.tr. 15.05.2023.

<sup>21</sup> Ada, Serkan ve Tatlı, Hasan, Akıllı telefon kullanımını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. Akademik Bilişim 2013 – 15. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 23-25 Ocak 2013 – Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 2013, 177-182.

<sup>22</sup> Güngör, Ayşe Büşra ve Koçak Orhan, Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Akademik Erteleme Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi/JRES, 7(2),397-419, 2020.

Radyo dünyada 1920'lerden sonra yaygınlaşmaya başlamıştır. Türkiye'de de radyo bulunmasından kısa bir süre sonra 1927 yılında hizmete girmiştir. Bu süreçte radyo hizmeti ucuzlaşarak, insanların gündelik hayatında kullanabileceği bir olgu haline almıştır. İnsanların özel günlerinde, çalışma ve dinlenme saatlerinde insanların radyo dinlediğini görmek mümkündür. İnsanların yaşam alanında radyoyu baş köşeye koymaları, kültürünü önemli derecede etkilediği varsayılmaktadır.<sup>23</sup>

#### 1.4. İnternet Teknolojileri ve Sosyal Medya Gelişimi

1969 yılında Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı çalışanlarının kendi aralarında iletişimi sağlaması açısından internet kullanımını gerçekleştirdiği görülmüştür. İnternet teknolojileri geliştikçe insanların sosyal hayatında da yaygın bir şekilde kullanıldığının söylenmesi mümkündür. İnternet 1990'lı yıllarda toplu bir şekilde kullanılmaya başlandığı görülmüştür. Bu dönemde en ilkel olan internet kullanımı WEB 1.0 şeklinde belirtilmektedir. WEB 1.0'da sadece belirlenen sitelere erişim sağlanabilmektedir. İnternet teknoloji sayesinde dünyanın her yerinden insanlar iletişim kurma imkânı yakalamıştır. WEB 2.0 teknolojisi ile birlikte insanlar birbiri arasında içerik paylaşımı yapabilmektedir. Bu durumda WEB 2.0, WEB 1.0'ın daha gelişmiş bir versiyonu olduğunu söylemek mümkündür. WEB 2.0 teknolojisi ile sunulan içeriğin oluşumu ve yorumu zaman içinde bilgi kirliliğine neden olmuştur. Bu durumun aşılması WEB 3.0 ile gerçekleşmektedir. WEB 1.0 ve WEB 2.0'ın özellikleri aşağıda yer alan tabloda gösterilmektedir.<sup>24</sup>

**Tablo 2:** Web 1.0 ile Web 2.0'ın Karşılaştırılması

| WEB 1.0  | WEB 2.0   |
|--|---|
| Belli programcıların ürettiği web siteleri, grafikler ve flaşlar | Kullanıcıların ürettiği içerik, resim, kullanıcı görüşleri, bloglar, wikiler, Youtube ve sosyal ağlar |

<sup>23</sup> Küçükbasmacı, Gülten, Elektronik Çağda Sözün Satıcıları: Radyo ve Televizyon. Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/4 Spring 2013, 1063-1080.

<sup>24</sup> Kapan, Kaan ve Üncel, Rumeysa, Gelişen WEB Teknolojilerinin (WEB 1.0- WEB 2.0- WEB 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi, Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi (Saffron Journal of Culture and Tourism Researches) 2020, 3(3): 276-289.

|   |   |
|---|---|
| Uzmanların ürettiği içerik                                | Sıradan insanların ürettiği içerik              |
| Bireyler web sitelerini ziyaret ederek içerikleri okurlar | Bireyler paylaşılan bilgiyi inşa ederler        |
| Sıkı bir şekilde kontrol edilen siteler                   | Çok az kontrol edilen siteler                   |
| Tek yönlü (azınlıktan çoğunluğa) bilgi akışı              | Çoğunluktan çoğunluğa karşılıklı bilgi akışı    |
| Britannica Online   | Wikipedia                                       |
| Yayınla   | Katıl   |
| Güvenlik duvarları hiyerarşiler                           | Dinamik, Hiyerarşik olmayan                     |
| Statik, kalıcı içerik, az değişiklik                      | Düzenli güncellenen içerik (Twitter, Wikipedia) |

Sosyal medya internet tüketicilerinin içerik oluşturma ihtiyacı ile ortaya çıkan dijital platformdur.<sup>25</sup> Sosyal medyanın araştırma makalelerinde tam bir anlamı bulunmamaktadır. Genel olarak; bireylerin fikir, düşünce gibi durumlarını başka bireyler ile paylaşması olarak belirtilmektedir.<sup>26</sup>

Ancak günümüzde sosyal medya her ne kadar bir iletişim ve fikir beyan platformu olarak görülse de, en çok ön plana çıktığı konulardan biri pazarlama olmaktadır. Tüketim toplumunun bir göstergesi olarak kurum ve kuruluşların sosyal medya pazarlamasını kullanması oldukça büyük bir avantajdır. İnsanlar sosyal medya aracılığı ile birçok ürüne ulaşabilmektedir. Satıcılar bu platformlarda ücretli ya da ücretsiz tanıtımlarını yapma imkanları bulabilmektedir. Sosyal medya pazarlaması için yüksek sermayelere gerek duyulmamaktadır. Küçük ölçekli firmalar sosyal medyadan

<sup>25</sup> P. R. Berthon, Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: gImplications for international marketing strategy, 2012, s. 261-271

<sup>26</sup> K. Heinonen, Customer Activity in Social Media: Managerial Approachers to Consumers' Social Media Behavior, Journal of Consumer Behavior, 10, 2011, s. 356- 364

kolaylıkla reklam ve satış yapabilmektedir.<sup>27</sup> Örneğin; *Instagram* uygulamasında çok fazla takipçiniz bulunuyorsa kendi şirketinizin reklamını yapabilirsiniz. Ayrıca bu platformlarda alışveriş seçenekleri de bulunmaktadır. Kendi hesabınızı oluşturabilir ve sosyal medya aracılığı ile satış yapmaya başlayabilirsiniz.

Sosyal medyada *Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube* gibi platformlar satıcı ve tüketiciyi bir araya getirebilmektedir. Alıcıların zevk ve ihtiyaçlarına göre önerilerde bulunabilmektedir. Bu şekilde dijital pazarlama alanının stratejisini kullanarak satışlarını artırabilmektedir. Firmaların ücretsiz ya da küçük miktarlarda ücret karşılığında firma reklam ve tanıtımını dünyaya açık bir şekilde yapabilmektedir. Alıcıların yüksek bir yüzdelik kısmı, beğendikleri ve sürekli alışveriş yaptıkları markaları sosyal medyadan takip ettiklerini belirtmiştir.<sup>28</sup>

Firmaların, sosyal medya kimliklerine özen göstermesi gerekmektedir. Dijital platformlardan (*Instagram, Youtube, Twitter, Facebook*), marka hayranları ve müşterileri faal bir şekilde takip etmektedir. Sosyal medya aracılığı ile müşterilerini bilgilendirip hizmet verdikleri dijital platform üzerine yönlendirebilmektedir.<sup>29</sup> Alışveriş noktasında gerçekleştirilen eğilim analizleri kişiler hakkında bilgi sahibi olmayı ve onların dijital ikizlerinin oluşturulmasını mümkün kılmaktadır. Dijital ikiz kişinin gündelik hayatındaki yaşantısının bir benzerini tüketim kavramı üzerinden yeniden oluşturma noktasında elzemdir. Aynı zamanda sosyal medyanın getirdiği yorum yapma özgürlüğü de en çok bu alanlarda devreye girmekte; ürün ve tüketici ilişkisi insanların tavır ve tutumlarının analizine ışık tutmaktadır.

Topluma açık dijital platformlarda firma hakkında olumlu ve olumsuz yorumlara rastlanabilmektedir. Bireyler tarafından marka hakkında yapılan olumsuz yorumlar, firmadan alışveriş yapacak müşterilere negatif yönde etki edebilmektedir. Firmanın kâr oranı düşebilmekte ve zarar edecek noktaya gelebilmektedir. Firmalar bu durumda sosyal medya yönetme stratejisi kullanmalıdır. Olumsuz yorumlara karşı firma kendi

---

<sup>27</sup> S. Neti, Social Media and its Role in Marketing, International Journal of Enterprise Computing and Business Systems, 1(2): 2011, s. 1-15

<sup>28</sup> L. Baltas-Patruțiu, "Inbound Marketing-the most important digital marketing strategy", Bulletin of the Transilvania University of Braşov, 9(58): 2016, s. 62-68.

<sup>29</sup> E. Qualman, "Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business". New Jersey, 2009.

politikasını geliştirmeli ve markanın güvenilirliğini doğru bir şekilde yönetmelidir.<sup>30</sup> Firmalar üzerinde durmamızın esas sebebi bugün sosyal medyanın dev bir alışveriş merkezine dönüşmüş olmasıdır. Özellikle pazarlama stratejilerine bakıldığında bunun sınıf ya da kültürel arka plan fark etmeksizin toplumun her bireyine yönelik olarak tasarlandığı görülmekte, bu da zaman içinde sahip olma arzusu üzerinde farklı etkiler uyandırabilmektedir.

## **1.5. Sosyal Medya Platformları**

Sosyal medya platformları söz konusu olduğunda kullanıcı bazlı yönelimler değerlendirilse de ilk olarak yapmak istediğimiz aslında bu türden uygulamaların arka planda kapital firmaların satış politikalarına ve yönlendirme gücüne katkıda bulunduğunu göstermek olacaktır. Kullanıcılar sosyal medya platformlarını kullanırken bu yönlendirmelere dair farkındalığı kaybederek kendilerine yönelik bir yaşantıyı temellendirdikleri ve zgr oldukları kanısına eğilmektedir. Ancak sosyal medya gerçekten bu denli zgr bir alan mıdır?

### **1.5.1 Facebook**

Facebook, bireylerin sosyal anlamda kullanabildiği çift taraflı dijital platform olarak nitelendirilmektedir. Sosyal medya pazarlamacılığında Facebook düşük maliyetli bir sanal ortamdır. Büyük ve küçük ölçekli firmalar üyelik creti vermeden kaydolabilmektedir. Sosyal medya sayesinde marka hayran sayfası da oluşturulabilmektedir. Firma Facebook'ta, ücretli ya da ücretsiz kendi reklamını yapabilmektedir.<sup>31</sup>

Facebook, reklam hizmetini kullanan firmalar ile sosyal medya kullanıcılarının bilgilerini vermektedir. Firmalar bu sayede kullanıcılar ile dijital pazarlama yöntemlerini kullanarak reklamlarını yapabilmektedir. Buna ek olarak hedef kitlesine daha kolay ulaşabilmektedir. Küçük lekli firmalar düşük maliyet ve yüksek kitlelere ulaşarak yüksek krlar elde edebilmektedir.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Berthon, vd., a.g.e.

<sup>31</sup> S. C. Chu, "Viral advertising in social media: Participation in Facebook groups and responses among college-aged users." *Journal of Interactive Advertising* 12: 2011, s. 30-43

<sup>32</sup> C. Christopher, "Using Online Advertising to Increase The Impact of a Library Facebook Page", *Library Management*, 32: 2011, s. 361-370

Facebook'ta markaların hayran kitleleri grup oluşturabilmektedir. Birey grup içerisinde marka hakkında birçok bilgi edinebilmektedir. Merak ettiği durumu, belirtmek istediği düşüncelerini, memnuniyetini bu alanlarda belirtebilmektedir. Aynı zamanda grupta bulunan insanlar birbirleri ile iletişime geçip marka bilgilerini paylaşabilmektedir. Marka grupları genellikle hayran kitlesi tarafından kurulmaktadır.<sup>33</sup> Gruplarda marka hayranları ve marka ile ilgili izlenimi görmek isteyen kişiler yer almaktadır.

Firmaların, Facebook'ta verdikleri reklam kendi kontrollerindedir. Firma yöneticisi reklama gelen müşteri tepkilerine göre reklamda değişiklik yapabilmektedir. Örneğin; hizmet veya malın fiyatını değiştirebilmekte ya da reklamı silebilmektedir. Buraya kadar verilen örneklerde aslında sosyal medya platformlarının özellikle kapitalist toplum anlayışına da uygun olarak insanların beğeni ve tercihlerini yönlendirme amacına hizmet ettiği fark edilmektedir. Aynı zamanda kişilerin ilgi alanlarına göre süreklilik gösteren eğilimler yaratmaktadır.

### **1.5.2 Twitter**

Twitter, Facebook'tan daha büyük bir kitleye ulaşabilmektedir. Facebook'ta, Twitter'a göre her içerik kolayca aktarılabilmektedir. Twitter'da bulunan karakter sayısı reklam içeriğini kısıtlamaktadır. Twitter firmalara "sponsorlu" hizmetler sunmaktadır. Bunlar sponsorlu hesap, sponsorlu tweet olarak gösterilmektedir.<sup>34</sup>

- Sponsorlu hesap: Küçük ve büyük ölçekli firmalar markalarının tanıtımı geniş kitlelere ulaştırmak amacı ile kullanmaktadır. Sponsorlu hesap kişisel ya da kurumsal olarak kullanabilmektedir. Dijital platformda kullanıcıların ilgi alanlarına göre karşısına çıkmaktadır.<sup>35</sup>
- Sponsorlu tweet: firma kendi hesabında paylaştığı bir Tweet'i kitlelere yayabilmektedir. Sponsorlu Tweet pazarlamasının ne kadar kullanılması

---

<sup>33</sup> A. Levy, "Influencers: A Fashion and Retail Focus", 2017.

<https://www.launchmetrics.com/resources/blog/state-of-influencer-marketing-2017>,

<sup>34</sup> Twitter, 2023

<sup>35</sup> a.g.e.

gerektiğini firma karar vermektedir. Firma ayırdığı bütçeye göre ücret karşılığında bu hizmeti kullanabilmektedir.<sup>36</sup>

Twitter'ın yapısı daha resmi olarak görülmektedir. Platformda çok sayıda siyasetçi ve iş insanı bulunmaktadır. Aynı zamanda firma ve pazarlamacıların kullanım alanında bulunmaktadır. Twitter gündemi sürekli güncel olup zaman akışına göre değişmektedir. Firmalar önemli duyurularını ve reklamlarını Twitter aracılığı ile yapabilmektedir.<sup>37</sup>

Burada da aynı biçimde sosyal medya platformlarının ardındaki firmaların çokça etkili olduğu ve düşünceleri yönlendirme amacı taşıdığı fark edilmektedir. Diğer yandan bireysel paylaşımlar özellikle Twitter bazında kişilere özgürlük düşüncesini aşılacaktır. Reklam amaçlı ve sponsorlu gönderilerin göze çarpmamasının en temel sebebi birey olarak kullanıcıların akışı sürekli tutma yapılanmasından kaynaklanmaktadır. Süreklilik arka plandaki yönlendirme kuvvetinin üzerini örtmektedir.

### **1.5.3 Instagram**

Instagram; mobil ve web sitesi aracılığı ile hizmet vermektedir. Bireylerin, firmaların; açıklamalı fotoğraf ve video paylaşımı yaptığı dijital platformdur. Firmalar, verdikleri hizmete göre profil oluşturabilmektedir. Ücretli reklam vererek, hedeflenen kitleye ulaşabilmektedir. Firmalar, Instagram üzerinden alışveriş ortamı oluşturabilmektedir.<sup>38</sup>

Firmalar Instagram'da takipçi sayısını artırarak müşteri potansiyeli oluşturabilmektedir. Ürün ve hizmetleri doğru bir şekilde fotoğraf ve videoya alarak tanıtımını yapabilmektedir. Instagram uygulamasının pazarlama tekniği elverişli olduğu için bütün sektörler tarafından tercih edilmektedir.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> a.g.e.

<sup>37</sup> A. Virk, "Twitter: The strength of weak ties. University of Auckland Business Review, 13(1), 2011, s. 19-21

<sup>38</sup> Instagram, 2023

<sup>39</sup> Levy, a.g.e.

Twitter'la benzer olarak Instagram'da da sürekliliğin ve kişilerin kendi yaşamlarına dair donelerin hakim bulunması yönlendirici etkinin üzerini örtterek farkındalığı azaltmaktadır. Aynı zamanda özellikle Instagram'da insanların yaşamlarına tanıklık edilmesi hatta özellikle “stalk” kültürüyle birlikte gözetleme kültürünün gelişmesi merak duygusuna yenik düşmenin yanı sıra, “diğerleri gibi olma” düşüncesini bilinçaltına yerleştirebilmektedir.

#### **1.5.4 Youtube**

Youtube, içeriklerinin video biçiminde yayınlandığı dijital platformdur. Kullanıcıların hepsi video yükleyebilmekte ve sitede bulunan videoları izleyebilmektedir. İnsanlar Youtube'yu günlük gibi kullanabilmektedir. Turistik gezileri, öğretici bilgileri, yemek tariflerine kadar bütün içeriklere ulaşmak mümkündür. İzlenme ve abone sayılarına göre bu uygulamadan gelir elde etmek mümkündür.<sup>40</sup> Bu şekilde yeni bir istihdam alanı oluşmaktadır. Bu içerik üreticileri kendine Youtuber demektedir.<sup>41</sup>

Video oynatılmadan önce ya da video aralarında kısa reklamlar girmektedir. İzleyici bu arada reklama maruz kaldığı için dikkatini çekebilmektedir. Firmalar bu avantajları kullanıp içerik üreticilerine sponsorluk yapabilir. Örneğin; çok takipçisi ve abonesi olan bir Youtuber, videosuna bir firmanın reklamını koyduğu zaman izleyicilerinin dikkatini çekebilmektedir. Ayrıca video çekerken firmanın hizmet ve ürünlerinden bahsetmesi son derece önemlidir.

#### **1.6. Sosyal Medya ve Din Eğitimi Üzerine Genel Değerlendirme**

İletişim teknolojileri geçmişten günümüze kadar teknolojinin gelişmesi ile farklı formlarda ortaya çıktığı görülmektedir. İlk dönemlerde telgraf, radyo ve televizyon aracılığıyla insanlar iletişim kurmuş ve bilgi edinmiştir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte internet kavramı ortaya çıkmıştır. İnternetin bilgisayar ve telefon teknolojileri ile bir arada kullanılması insanların teknolojinin farklı yönlerinden faydalanmasını

---

<sup>40</sup>Youtube, 2023

<sup>41</sup> Barry, A. E., Johnson, E., Rabre, A., Darville, G., Donovan, K. M., & Efunbumi, O. (2015). Underage access to online alcohol marketing content: a YouTube case study. *Alcohol and alcoholism*, 50(1), 89-94.



sağlamıştır. Buna ek olarak sosyal ve iş yaşamına da önemli bir şekilde etkili olmuştur. TÜİK verilerine göre Türkiye’de %98.7 hanede telefon kullanımının bulunduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan telefonun insanlar arasında kullanımının yaygın olduğunu söylemek mümkündür.

Günümüzde insanlar telefon ile istedikleri bilgiye anında ulaşabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya platformlarına üye olarak arkadaş edinebilir, gruplara ve aktivitelere katılabilmektedir. Buna ek olarak sosyal medya platformlarında video, resim vb. gibi çeşitli içerikler de paylaşılabilir. Sosyal medya platformlarına dünyanın her bölgesinden insan kaydolur ve bu paylaşımları yapabilmektedir. Bu noktada doğru ya da yanlış çeşitli bilgi kirliliği meydana gelmektedir. Özellikle din algısı ve dini eğitim konusu insanlar üzerinde istismara açık bir kapı bırakmaktadır. İnsanların maneviyatını kullanarak yanlış bilgilerin yayılması olağan bir durumdur. Bu yüzden kişilerin sosyal medya kullanımında dikkat etmesi gerekmektedir. Sosyal medyadan elde ettikleri bilgileri teyit etmeden inanmaları ve yanlış bilgiyi dağıtmaları kitlelerin oluşumuna neden olabilmektedir.

Bu faktörler doğrultusunda insanların sosyal medya kullanımı ile ilgili dikkat etmesi önem taşımaktadır. Sosyal medya ile ilgili ebeveynler kendilerini ve çocuklarını eğiterek bilinçli davranış sergilemeleri önemlidir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN KONU, KAPSAM VE YÖNTEMİ

#### 2.1. Araştırmanın Problemi

Din kavramı insanların kendi varoluşlarını ortaya koyma eğiliminin yanı sıra merak ve korku olgularının bir getirisi olarak temellenmiştir. İlkel dönemlerde özellikle inanış bağlamında doğa karşısında savunmasız olan insanın, doğanın ruhları ya da çok tanrılı sistemler karşısında belli pratikler geliştirdiği görülmektedir. Ritüeller ve seremoniler eşliğinde tanrılar ya da ruhlarla iletişime geçilen bu dönemin ardından tek tanrılı dinlere bir geçiş olduğu görülmektedir. Din olgusu bir yaşam biçimi tasviri olarak kendini göstermektedir. Bu bağlamda din olgusu ilk defa ortaya çıktığı zaman insanoğlu “Din nedir?” gibi sorularla karşı karşıya kalmıştır. Dünya coğrafyasında insan nüfusu arttıkça ve yeni bölgeler keşfedildikçe toplum ve kültür yapıları değişkenlik göstermeye başlamıştır. Fakat insanlar arasında mesafe, iletişim ve düşünce kopuklukları artmaya başladığında ve hatta birbirleri arasında olan sınırların ve mesafelerin artmasıyla, yaşam pratiklerinin inanç boyutundaki ayrıklıkları daha keskin olmaya başlamıştır. Araştırmamızın odağı her ne kadar İslamiyet ve dinin eğitime aktarılması düzleminde şekillense de dinlerin gelişimini görmek insanların inancı neden değerli bulduğunu anlamlandırmak bağlamında gereklidir. Bu bakımdan tarihsel olarak inancın gelişimine kısaca bakmamız neden insanların din olgusuna ihtiyaç duyduğuna ya da dinin eğitileştirilmesinin neden gerekli olduğuna ışık tutacaktır.

Tarihin ilk zamanlarından beri toplumların uyguladığı kültür öğeleri ve gelenekler, dinlerin oluşumunu etkilemiştir. Milattan önce 1500’lerde Hinduizm’in güçlü bir etkiyle kendisini gösterdiği fark edilirken animizm, animatizm, animalizm, şamanizmle şekillenen inanç tarihinin, önce çok tanrılı ardından monoteist bir yapıya kadar uzandığı görülmüştür. 19. yüzyılda Avrupalı araştırmacılar dinler için çeşitli terimler geliştirmiştir. Fakat geliştirilen bütün terimler vahşi ve ilkel insanların maddiyatı ölçmekten yoksun oldukları anlamını taşımaktadır.

Çok tanrılı dinlere Eski Mısır dinleri de örnek olarak gösterilmektedir. MÖ 5. yüzyılda Mısır’a giden Herodot eski Mısır dinleri ile ilgili çeşitli bilgiler aktarmıştır.

Eski Mısır’da kutsal olan iki kitap bulunmaktadır. Bunlar *Sandukalar Kitabı* ve *Ölüler Kitabı* olarak geçmektedir. *Sandukalar Kitabı*, ölen kişinin öteki dünyada kötü varlıklardan korunması için tahta sandukaların içine işlenmiş hiyerogliflerden oluşmaktadır. *Sandukalar Kitabı* eski imparatorluktan *Ölüler Kitabı* yeni imparatorluktan kalmadır. *Ölüler Kitabı*ndaki papirüsler, mumyalanan kişilerin sargılarının arasına konulmaktadır.

Çok tanrılı dinlere Hindistan’da “Vedizm, Brahmanizm, Yoga, Hinduizm, Budizm, Lamaizm” dinleri Çin’de “Sinizm, Konfüçyüs, Taoizm ve Çin Budizmi” yer almaktadır. Çok tanrılı dinler, tek tanrılı dinler var olmadan önce topluluklarda sıklıkla görülmektedir.

Din kavramı, bütün inanış ve kültürlerde farklı anlamları taşıyabilmektedir. Örneğin Arapçada, din kelimesi “yol” anlamına gelmektedir. Bu bağlamda din ve inancın tanımı, insanların gitmek ve inanmak istediği yol olarak gösterilebilmektedir. Din kavramı genel anlamda ele alındığında kişiler için farklı tanımları bulunabilmektedir. Fakat sosyolojik açıdan ele alındığında din kavramının belirli sınırlar içerisinde kaldığı görülmektedir.

Tarihte bilinen en eski dinlerden olan Mısır dinlerine baktığımızda öte dünya inancının yoğun olarak ele alınması söz konusu olmaktadır. Özellikle ölü bedenlerin mumyalanması, yöneticilerin mezarlarına sahip oldukları değerli eşyaların koyulması gibi unsurlar kutsal olarak görülen bu kişilerin yeniden bir bedene kavuşması örnekleme üzerinden okunmaktadır. Mısır’da piramitler yapılaş şekillerine göre farklılık göstermektedir. Piramitlerin bir kısmı yeryüzünde ve yerin altında inşa edilmiştir. Piramitler içine yerleştirilen ölümler mumyalanarak kıymetli eşyaları ile gömülmektedir.<sup>42</sup> Mısır toprakları orada yaşayan bütün insanların kendisini güvende hissettiği ve inancını özgürce yaşadığı yer olarak kabul edilmektedir.

Geçmişten günümüze inanç ve din üzerine bir değerlendirme ortaya koymak istediğimizde, insanın kendisini güvende hissetme ihtiyacına yanıt veren bir olgu sistemi kurulduğunu söyleyebiliriz. Ancak güvenlik olgusu aynı zamanda toplumsal yaşamla da ilişkili olduğu için, insanların yaşadığı coğrafyaya, aile eğitimine, gelenek

---

<sup>42</sup> Aynur Eryiğit Bader, “Mısır’da Piramitlerden Mezar Evlere”, Bülent Ecevit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7(2), 591.

ve göreneklerine göre dini inançları arasında farklılık bulunabilmektedir. Hatta aynı dine mensup olan kişiler arasında farklı mezheplere uygun inanç sistemlerinin geliştirildiği görülmektedir. Dinlerin geçmişinde de alimlerin yaptığı yorumlara göre farklı mezhepler oluşmuştur. Neredeyse her dinin kendi içinde farklı mezhepleri bulunmaktadır. Mezheplerin oluşmasında insanların kutsal kitapları farklı yorumlaması ile ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Söz konusu tek tanrılı dinler; Hristiyanlık, Musevilik ve İslamiyet olarak görülmektedir. Bugün dünya üzerinde milyonlarca takipçisi olan İslamiyet'te görülen yaygın mezhepler ise Alevilik, Sunilik, Şafilik, Hanefilik olarak değerlendirilebilir.

MÖ 13. yüzyılda Hz. Musa'ya vahiy gelmesi ile birlikte Musevilik tarihi başlamıştır. Kuran-ı Kerim'de de Yahudilikle ilgili söylemler yer almaktadır. Hz. Musa, Mısır hükümdarı firavunun zulmünden Yahudileri kurtarmıştır. Musevilğin kutsal kitabı Tevrat olarak bilinmektedir. Tevrat otuz dokuz kitabın bir araya getirilmesi ile oluşturulmuştur.

Musevilik dini çok tanrılı dinlerden sonra ilk defa görülen tek tanrılı din olduğu söylenebilmektedir. Musevilik dininin kutsal kitabı Tevrat bilinen en eski kutsal kitaptır. Tevrat'a aynı zamanda Eski Ahit denilmektedir. Eski Ahit insan ve tanrı arasındaki sözleşme olarak ele alınmaktadır.

Tarihte görülen tek tanrılı dinlerin birbiri ile ortak özellikleri olduğu gibi farklılıkları da bulunmaktadır. Dinler tarihi çok eski yıllara dayanmaktadır. İnsanlar unutulmaması için sonradan sözlü ifadeleri yazılı ifadeye çevirmiştir. Fakat bu ifadeler kişilerin bakış açılarına göre değişiklik gösterdiği için dinler içinde mezhep ayrılıkları meydana gelmiştir. Mezhep ayrılıkları insanların yaşamlarına dair aradıkları cevapları bulma biçimleriyle ilgilidir. Özellikle yaşam alanında meydana gelen değişiklikler ve gündelik değişimler insanların kendi yaşamlarını şekillendirme biçimlerini farklılaştırmaktadır. Tek tanrılı dinlere erişene kadar geçilen aşamalarda insanların korku, aidiyet, sığınma ihtiyacı, sorgulama gereksinimi gibi pek çok koşul üzerine din olgusuna bağlılık gösterdikleri görülürken, tek tanrılı dinlerle birlikte yaratıcıyı arama ve ona erişme ihtiyacının ortaya çıktığı görülmektedir.

Meydana gelebilecek ekonomik, sosyolojik değişimler, salgınlar ya da doğa felaketleri, psikolojik sarsıntılar gibi durumlarla başa çıkabilmek için pek çok insanın

sıgınlabileceği bir inanca ihtiyaç duyduğu gözlemlenmektedir. Çünkü insanlar hangi dine inanırsa inansın, hangi mezhepten olursa olsun, inandıkları kutsalının, kendilerini koruyacağını düşünme eğilimindedir. Bu yüzden bir inanca yönelen insanlar, bu yönelim dahilinde pratikler ortaya koymaktadır. Diğer yandan dinler tarihinin oldukça eski dönemlerden günümüze değişen pek çok pratikle ilerlediği gözden kaçırılmamalıdır. Tam da bu nedenle teknoloji ve enformasyon çağında olmamızın dini pratikler üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Yapacağımız çalışmanın gençler üzerine eğilmesinin de en temel nedeni budur. Zira, enformasyon çağının pratiklerini en çok benimseyenler onlardır ve bu bakımdan araştırmamızda gündelik yaşamda inanç ve teknoloji ilişkisini kavramamız daha açık hale gelecektir.

Sosyal medya, üç olguyu içerisinde barındırmaktadır. Bunlar; bilgi, teknoloji ve bu alandaki yeniliklerden ibarettir. Sosyal medya dar anlamı ile hedef kitlenin katılımının olduğu, geliştirilebilir, etkileşimli, içinde toplulukları barındıran, aynı zamanda toplulukları birbirine bağlayan çevrimiçi bir iletişim kanalı şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>43</sup>

Kimi zaman video, fotoğraf ve kimi zaman da metin ve medyaya ilişkin olarak paylaşım çeşitliliği olan, bireylerin daha fazla etkileşim sağlamasını, birbirlerinden haberdar olmalarını ve bu durum hakkında çeşitli beyanlarda bulunmalarını sağlayan internet tabanlı bu sistemler, yaşantımıza her geçen gün daha fazla yerleşmektedir.<sup>44</sup>

Araştırmamız temelinde de dini eğitim alan gençlerinin sosyal medya alışkanlıkları üzerinde incelemelere gidilmesi planlanmaktadır. Aynı zamanda, sosyal medyanın gençler üzerinde etkisinin olup olmadığı ve ne gibi eğilimler geliştirdikleri üzerinde durulmaktadır.

Araştırmamızın problemi ‘‘Farklı eğitim düzeylerinde ve benzer yaş gruplarında olup dini eğitim alan gençlerin sosyal medya eğilimleri ne yöndedir?’’ sorusu ile şekillenmektedir. Burada sosyal medya ile din eğitimi alan gençler arasındaki ilişki

---

<sup>43</sup> Y. Kalafatoğlu, *Sosyal Medya ve E-Pazarlama İlişkisi*, 2011, s. 17.

<sup>44</sup> L. Komito,, Bates, J., "Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin", *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, Vol. 61, No: 3, 2009.

analize tabi tutulurken, gençlerde oluşan çeşitli eğilimlerin neler olduğu ve bu eğilimlerin nelerden etkilendiği noktasında incelemeye gidilmektedir.

## **2.2. Araştırmanın Amacı**

İnsanlar telefon ve bilgisayar teknolojilerini kullanarak internet aracılığıyla bilgilere ulaşabilmenin yanı sıra sosyal medya platformları ile iletişim de kurabilmektedir. Sosyal medya platformlarında kişiler kendi düşüncelerini ve duygularını paylaşabilmektedir. Bu durumda paylaşılan bilgilerin doğruluğunun teyit edilmesi ve düzenli olarak kontrol edilmesi mümkün değildir. Bu çalışmada dini eğitim alan öğrencilerin sosyal medya eğilimlerinin ölçülmesi ve analiz edilmesi planlanmaktadır. İki pilot okuldan görüşülen öğrencilerin yaşlarının birbirine yakın olması, liseden üniversiteye geçişte bir değişim olup olmadığı da izlenmeye çalışılmıştır. Böylelikle gündelik yaşamdaki edim farklılıklarının da sosyal medya ve dini eğitim mekanizması kapsamında şekillenmesi gözlemlenmeye çalışılmaktadır. Benzer yaş gruplarında ve farklı eğitim düzeylerinde olan gençlerin değişen sosyal çevre ile sosyal medya ya da din algılarında bir değişim olup olmayacağı görülmeye çalışılmıştır.

## **2.3. Araştırmanın Önemi**

Günümüzde insanların kullandığı çeşitli sosyal medya platformları bulunmaktadır. Her platformun konseptine göre kullanıcılarına sunduğu özellikler farklılık gösterebilmektedir. Bunlar video, yazı, fotoğraf gibi içeriklerden oluşabilmektedir. Kullanıcılar bu içerikleri kendileri oluşturabilecekleri gibi diğer kullanıcıların içeriklerini de paylaşabilmektedir. Bu şekilde yayılan bilgiler ve içeriklerin doğruluğunun takip edilmesi mümkün değildir. Böylece doğru bilgilerin olduğu gibi yanlış bilgilerin de sosyal medya platformlarında dolaşması mümkündür. Bu araştırmaya konu olan sosyal medya platformlarında yer alan öğrencilerin din eğitimine olan bakışı değerlendirilmektedir. Araştırma analizinde yer alan lise ve üniversite öğrencilerinden elde edilen veriler değerlendirilerek sosyal medya ve din kavramları arasındaki ilişki üzerine yeni bir bakış açısı getirilmesi çalışmanın önemini belirtmektedir. Bu türden bir araştırmanın çok kısıtlı örneklerinin olması ve post-enformasyon çağında benzer yaş grubunda ancak farklı sosyal çevrelerde olan öğrencilerin insan yaşamında önemli bir yer tutan inanç olgusunu nasıl

şekillendirdiklerine ışık tutması araştırmanın gençlerin bir yandan daha muhafazakar düzlemde bir yaşam sürmesi diğer yandan da sınırların pek de belli olmadığı sosyal medya platformlarında zaman geçirmesi arasında bir çelişki olup olmadığı gözlemlenmektedir. Burada önemli olan bir diğer nokta söz konusu yaş gruplarının ergenlik döneminin sonlarında olmaları ve bu nedenle daha değişken bir gelişim dönemi düzleminde bu sorunsalları değerlendirmeleridir.

#### **2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları**

İlgili alan yazında nitel ve nicel çalışmaların analiz yöntemlerinde çeşitli farklılıklar görülebilmektedir. Bu açıdan yapılan analizin inandırıcılığının yeterliliği yüksek olmalıdır. Kısaca nitel araştırmalarda araştırmacı elde ettiği verileri derinlemesine analiz yaparak doğru bir şekilde aktarması; nicel araştırmalarda araştırmacı istatistiki verileri doğru bir şekilde yorumlaması ve aktarması önem taşımaktadır.<sup>45</sup>

Nitel çalışmaların inandırıcılığının fazla olması, okuyucu üzerinde etkili olmasını sağlamaktadır. Ayrıca analiz ve literatür kısmının da birbiri ile alakalı olması gerekmektedir. Bu yüzden çalışma yapılırken çeşitli kaynaklardan faydalanılması, okuyucu üzerindeki inandırıcılık etkisini artırmaktadır. Birebir görüşme yapıldığı için ilk planlamada 15 lise 15 üniversite öğrencisi olması tercih edilmiştir. Görüşme süreleri de baz alınarak ayrıntılı bir inceleme için böyle bir eğilim gerçekleştirilmiştir. Süreç içerisinde daha açık cevaplar alma gayesi nedeniyle lise öğrencilerinin sayısı 16ya çıkarılmıştır. Bir yandan gündelik yaşam ve aileden gelen gelenekler, diğer yandan da sosyal medyanın sınırsız evreni arasındaki farklılık ya da benzerlik, destekleme ya da köstek olma durumları irdelenmiştir. Araştırmacının İzmir’de yaşaması nedeniyle örneklem bölgesi İzmir olarak kısıtlanmıştır. İzmir İmam Hatip Lisesi pilot olarak seçildikten sonra, yine ortak bir çevrenin verdiği sonuçların aynı olup olmadığının denetlenmesi adına yalnızca 9 Eylül Üniversitesi öğrencileriyle çalışmaya karar verilmiştir. Bu kararla birlikte öğrencilerin yaşlarının birbirine yakın olması tasarlanmıştır. Bunun nedeni aynı ilde yaşayan ve dini eğitim alan öğrencilerin

---

<sup>45</sup> İlhan, Alper, Serbest Zaman Etkinliklerine Katılan Bireylerin Kendini Gerçekleştirme Düzeyleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2022.

lisede ve üniversitede farklı davranış ve düşünceler geliştirip geliştirmediklerine bakmak olmuştur ki; buradaki hedef de yine sosyal medya kullanımı ve din bağlamında gerçekleştirilmiştir.

## 2.5. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmamız temelinde sosyal medyanın dini eğitim alan gençleri üzerinde meydana getirdikleri etkiler ve gençlerde oluşturduğu eğilimler incelenirken aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır;

- Sosyal medyanın örnek gruptaki gençler üzerinde etkileri bulunmakta mıdır?
- Sosyal medya ve dini eğitim alan örnek gruptaki gençler arasındaki ilişkiler nelerden etkilenmektedir?
- Sosyal medyanın örnek gruptaki gençler üzerindeki rolü ve önemi nedir?
- Sosyal medya ortaya çıkışından bu yana örnek gruptaki gençlerin hayatında nasıl değişim geçirmiştir?
- Örnek gruptaki gençler dini eğitim almaya nasıl karar vermektedir?
- Din eğitimi almak örnek gruptaki gençlerin gündelik hayatını nasıl etkilemektedir?
- Sosyal medya örnek gruptaki gençlerin hayatının ne kadarını kapsamaktadır?
- En fazla hangi sosyal mecralar örnek gruptaki gençler tarafından tercih edilmektedir?
- Örnek gruptaki gençler sosyal medyada kurulan ilişkilerde neleri aramaktadırlar?
- Örnek gruptaki gençlerin sosyal medya platformlarını kullanma amacı nedir?
- Sosyal medya kullanımı örnek gruptaki gençlerin günlük hayatında verimliliğini nasıl etkilemektedir?
- Örnek gruptaki gençlerin sosyal medya kullanma biçimi ile aldıkları dini eğitim arasında bir ilişki var mıdır?
- Örnek gruptaki gençler sosyal medya platformlarında aldıkları dini eğitimle ilgili alanları takip etmekte midir?
- Örnek gruptaki gençlerin sosyal medya platformları üzerinde yaptıkları paylaşımlarda aldıkları dini eğitimle ilgili eğilimler bulunuyor mudur?



Çalışmanın sonucundan elde edilen bilgilere göre öğrencilerin eğitim hayatında ve dini eğitim sürecinde sosyal medya kullanımı arasında farklılıklar olup olmadığı tespit edilmektedir. Sosyal medya platformları kişilerin kullanım amacına göre farklılık gösterebilmektedir. Öğrenciler, bilgi edinmek ve yeni beceriler kazanmak için sosyal medya platformlarından faydalanabilmektedir. Bununla birlikte sosyal medyanın kapital düzlemdeki yaygınlığı ve kullanım sıklığı değerlendirildiğinde, bu denli etkileşim olan bir platformda her zaman doğru ya da nesnel pratiklerin gelişmediği de görülmektedir. Böylelikle, sosyal medya yapısı sorgulanması ve irdelenmesi gereken bir yapıyı da temellendirmektedir.

## 2.6. Araştırmanın Modeli ve Deseni

Araştırmanın analizinde durum analizinden faydalanılmıştır. Durum çalışması literatürde nitel analiz yöntemlerinden birisi olarak gösterilmektedir. Nitel analiz yöntemlerinden birisi olan durum çalışması 1960'lı yıllardan beri araştırmaların detaylı bir şekilde aktarılması ve analiz edilmesi amacıyla kullanılmaktadır.<sup>46</sup> Durumsallık analiz yöntemi kullanıldığında araştırma verileri olay, zaman, davranış, vb. hareketlere göre incelenmektedir. Elde edilen verilerin bir araya getirilerek ilgili kategoriler altında incelenmesi ile durum tespiti yapılabilmektedir.<sup>47</sup> İlgili alanyazında ve sosyal bilimler ile ilgili çalışmalarda nitel analiz yönteminin yaygın bir şekilde kullanıldığını söylemek mümkündür. Durumsallık yöntemi ile yapılan araştırmaların bilgiyi daha doğru aktardığı görülebilmektedir. Fakat durumsallık yönteminin sadece nitel araştırmalarda kullanıldığını söylemek doğru değildir. Nicel araştırmalarda da durumsallık yönteminden faydalanılmaktadır. Araştırmanın analiz kısmında durumsallık yönteminden elde edilen bulgular ile literatür kısmı birbirini destekleyebilmektedir.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup>B. Aytaçlı, "Durum Çalışmasına Ayrıntılı Bir Bakış". Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi 3 / 1 (Haziran 2012), s.2.

<sup>47</sup> L. Chimiliar, Multiple Case Designs. Encyclopedia Of A Case Study Research, 2010, 582- 583.

<sup>48</sup> F. Seggie ve Bayyurt Yasemin, Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları. Anı Yayınları, 2015.

Analiz yöntemlerinin verilerinin toplanmasında ve analiz edilmesinde farklı uygulamaları bulunmaktadır. Durumsallık yönteminde de izlenmesi gereken kurallar mevcuttur. Bunlar aşağıda maddeler halinde gösterilmektedir.<sup>49</sup>

- Eylem ve olayların düzgün ve detaylı bir şekilde akışının sağlanması,
- Eylem ve olayların sıralaması zamana göre dizilmesi,
- Olayların detayları ile ilgili nitel ve nicel verilerin elde edilmesi,
- Araştırmacının olay verilerini elde ederken, olay içinde yer alan kişilerle görüşme yapması,
- Olay ve eylemlerin önemli noktalarına odaklanması,
- Araştırmacı, olay ve eylemlerin incelemesini yaparken kendisini de olayların bütünü olarak görmesi,
- Araştırma konusu ile ilgili olay detaylarının yeterli olması ve doğru sıralaması yapılması, şeklinde gösterilebilmektedir.

## 2.7. Çalışma Grubu

Araştırmanın katılımcılarını, İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi ilahiyat öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın özele indirgenebilmesi açısından ‘‘Maksimum Çeşitlilik Yöntemi’’ ve ‘‘Kartopu Örneklem Yöntemi’’ kullanılmıştır. Bu yöntemler sayesinde araştırmada daha derin bilgiler elde edilebilmektedir.<sup>50</sup> Aynı zamanda ‘‘Odak Grup’’ çalışması yürütülmektedir.

Kalitatif ve kantatif çalışmalarda amaçlı örnekleme yöntemi sık bir şekilde kullanılmaktadır. Bu yöntem kapsamında maksimum çeşitlilik aracılığı ile araştırmacı olayla ilgili derinlemesine analiz yapabilmektedir. Veri toplamak amacıyla çok sayıda

---

<sup>49</sup> G. Hitchcock and Hughes David, Research And The Teacher: A Qualitative Introduction To School Based Research. Psychology Press, 1995.

<sup>50</sup> Ş. Büyüköztürk, Örnekleme Yöntemleri, <http://w3.balikesir.edu.tr/~msacks/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf> (Erişim, 08.03.2023)

katılımcıya ulaşılarak, maksimum çeşitlilik sağlanabilmektedir. Bu şekilde farklı görüşlerle tematik olgular elde edilebilmektedir.<sup>51</sup>

## **2.8. Veri Toplama Aracı ve Süreci**

Çalışmada elde edilen veriler ‘‘Yarı Yapılandırılmış Görüşme’’ formundan yararlanmıştır. Çalışma kapsamında yer alan katılımcıların öncelikle sosyodemografik özellikleri belirlenmiştir. Katılımcılara sorular yöneltmeden önce çalışmanın konusu ve amacı hakkında detaylı bilgi verilerek, soruları bu yönde değerlendirilmesi istenmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşme süresince verdikleri yanıtlar ses kaydına alınmıştır. Ardından ses kayıtları deşifre edilerek yazıya dökülmüştür.

## **2.9. Veri Analizi**

Çalışmada yer alan katılımcılardan elde edilen veriler yüz yüze görüşme tekniği ile yapılmıştır. Katılımcıların onayı dahilinde görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Katılımcıların ses kaydı bilgisayar ortamında Microsoft Word Office programı ile yazıya çevrilmiştir. Veriler yazıya çevrildikten sonra katılımcıların konuşma esnasında verdiği bilgilerin cümle yapısı ve gereksiz bilgiler düzenlenmiştir. Katılımcıların dini eğitimle ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla dini eğitim ile ilgili görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Nitel analiz yönteminde araştırmacı istediği verileri elde edene kadar katılımcılarla görüşmeye devam edebilmektedir. Çünkü çalışmada katılımcılardan elde edilen verilerin çalışmayı desteklemesi beklenmektedir. Bu noktada araştırmacının katılımcı görüşlerini aktarırken objektif olması önemlidir.<sup>52</sup>

Bu çalışmada sağlanan verilerin analizi, çalışmanın devamında tablo, katılımcıların görüşleri ve yorumlar şeklinde verilmiştir. Çalışmanın akışında katılımcıların dini eğitim ile ilgili görüşlerine de yer verilmektedir.

---

<sup>51</sup> F. Yağar ve S. Dökme, Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi, 3(3), 2018, 1-9.

<sup>52</sup> A. Koçak ve Ö. Arun, İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. Selçuk İletişim, 4(3), 2006, 21-28.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR

#### 3.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Katılımcıların sağladığı bilgilerin uygunluğuna göre katılımcılara soru yöneltilmeye devam edilmiştir. Katılımcıların onayı dahilinde ses kaydı alınarak, görüşmeler sağlanmıştır. Ayrıca her katılımcı ile ayrı randevular alınarak, veriler elde edilmiştir. Katılımcılar ile sağlanan görüşmeler 15 ve 20 dakika arasında gerçekleşmiştir. Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır.

**Tablo 3:** Katılımcılara Ait Demografik Sonuçlar

| <b>Katılımcı Kodları</b> | <b>Katılımcılar</b> | <b>Yaş</b> | <b>Cinsiyet</b> | <b>Eğitim Durumu</b> |
|--------------------------|---------------------|------------|-----------------|----------------------|
| K1                       | Katılımcı 1         | 14         | Kadın           | Lise                 |
| K2                       | Katılımcı 2         | 14         | Kadın           | Lise                 |
| K3                       | Katılımcı 3         | 18         | Erkek           | Üniversite           |
| K4                       | Katılımcı 4         | 19         | Erkek           | Üniversite           |
| K5                       | Katılımcı 5         | 18         | Erkek           | Üniversite           |
| K6                       | Katılımcı 6         | 18         | Erkek           | Üniversite           |
| K7                       | Katılımcı 7         | 18         | Erkek           | Üniversite           |
| K8                       | Katılımcı 8         | 19         | Erkek           | Üniversite           |
| K9                       | Katılımcı 9         | 18         | Erkek           | Üniversite           |
| K10                      | Katılımcı 10        | 24         | Erkek           | Üniversite           |
| K11                      | Katılımcı 11        | 14         | Kadın           | Lise                 |
| K12                      | Katılımcı 12        | 14         | Kadın           | Lise                 |
| K13                      | Katılımcı 13        | 14         | Kadın           | Lise                 |
| K14                      | Katılımcı 14        | 14         | Kadın           | Lise                 |

|     |              |    |       |            |
|-----|--------------|----|-------|------------|
| K15 | Katılımcı 15 | 14 | Kadın | Lise       |
| K16 | Katılımcı 16 | 14 | Kadın | Lise       |
| K17 | Katılımcı 17 | 14 | Kadın | Lise       |
| K18 | Katılımcı 18 | 14 | Kadın | Lise       |
| K19 | Katılımcı 19 | 14 | Kadın | Lise       |
| K20 | Katılımcı 20 | 14 | Kadın | Lise       |
| K21 | Katılımcı 21 | 14 | Kadın | Lise       |
| K22 | Katılımcı 22 | 14 | Kadın | Lise       |
| K23 | Katılımcı 23 | 14 | Kadın | Lise       |
| K24 | Katılımcı 24 | 14 | Kadın | Lise       |
| K25 | Katılımcı 25 | 18 | Erkek | Üniversite |
| K26 | Katılımcı 26 | 17 | Erkek | Üniversite |
| K27 | Katılımcı 27 | 19 | Erkek | Üniversite |
| K28 | Katılımcı 28 | 18 | Erkek | Üniversite |
| K29 | Katılımcı 29 | 18 | Erkek | Üniversite |
| K30 | Katılımcı 30 | 18 | Erkek | Üniversite |
| K31 | Katılımcı 31 | 19 | Erkek | Üniversite |

Katılımcılardan 16 kişi kadın, 15 kişi erkektir. Katılımcıların hepsi öğrenci olarak eğitim hayatına devam etmekte, yaşları 14 ve 19 arasında farklılık göstermektedir.

### 3.2. Din Eğitimi Alma Kararı

Araştırmanın başında öğrencilerin din eğitimi alma kararındaki düşünceleri gözlemlenmiştir. Din eğitimi çocuklar ve aileler için geçmişten miras bırakılan gelenek ve kültür olarak görülebilmektedir. Aileler çocuklarının da bu düzeni devam ettirebilmesi için çocukluk yaşlarından itibaren dini eğitimlerini doğru bir şekilde

almalarını hedeflemektedir. Dini eğitim, ailelerin yönlendirmesi dışında da insanların kendi istekleri ve bu alandaki yönelimleri ile de gerçekleşebilmektedir.

Din eğitimi alma temasında *‘Ailenin, bireyleri erken yaşta yönlendirmesi, Bireyin ergenlik döneminde kendi isteği ile yönelimi, Eğitim ve dini eğitim ilişkisi ve yaşanan çevre’* durumlarına göre değerlendirme yapılmıştır.

Özellikle muhafazakar bir düşünce ve sosyal çevre içinde yaşayan odak grup öğrencilerinin din eğitimi almaya karar vermesi noktasında ailesinin ve yakınlarının etkisi geniş yer tutmaktadır. Lise öğrencisi K 16, *‘Dini eğitim almaya kendi kendime karar vermedim. Ailem tarafından karar verildi. Ben de bundan sonra tabii karşı çıkmadım. Benim için bir zorunluluk gibi gelmedi. Yani kendim isteyerek bu eğitimi aldım’*. Bir diğer lise öğrencisi K1 *‘Küçük yaşlardan beri annemler, teyzemler dini programlara çok fazla yatkınlar ve ben bu konuda karar vermedim. Ailemin sayesinde din eğitimi almaya başladım’* demektedir. K22 *‘Aslında tam olarak kendimi karar verdim diyemem. Ailemin benim hakkımda verdiği kararlar da etkili oldu. Çünkü yıllarca dini eğitim alarak büyüdüm. Ve lise seçimimde de bu karar etkili oldu’* söylemini temellendirmektedir.

Üniversite öğrencilerine baktığımızda ise birkaç örnekle; *‘Anadolu kültürüne yetiştiğim için ister istemez tabii aile etkisiyle bu şekilde başladı’* (K25) *‘...küçüklüğümde beri babam zaten Kur'an kurslarına gönderiyordu, yazın olan Kur'an kurslarına onunla birlikte yani büyüyünce de kendi eğilimim dine doğru gitti’* (K26) *‘ Küçük yaşta ailem tarafından yönlendirildim. Bundan sonra da kendim devam etmek istedim.’* (K27).

Buradan görüldüğü üzere gündelik hayat ve aile pratikleri hem lise hem de üniversite öğrencilerinin tercihleri üzerinde etkili görülmektedir. Bazı söylemlerde mecburiyet durumu da görülebildiği gibi, bu duruma müdahale edilmediği ve öğrencilerin eğitimlerine dini düzlemde devam etmeye karar verdiği ve bunu kendi istekleri olarak ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin kararı kendilerinin verdiğini ifade etmesi bu sürecin sahiplenildiğinin bir göstergesi haline gelmektedir:

*‘Lise ikide namaz kılmaya başladım. Ondan sonra lise üçte birkaç tane sohbet rastgele gittim. İslami ilimleri güzel olduğunu gördüm. Yoksa alakam yoktu. O şekilde dört civarında karar vermeye başladım. Üniversite tercihlerini de çalışmamıştım sınava. Sakarya Üniversitesi nasip oldu. Öyle başladım. Medrese*

*isteği lise üç, lise dörtte oldu. IFAM'a gelmeden bir ay önce duymuştum. Bir bilğim yoktu İrfan'la ilgili. Kaydoldum. Şu anda dördüncü senedeyim.” (K3)*

*“ Bizim camimiz vardı yanımızda, evin yanında. O camiye gidip gele gele eve işte hocayla falan görüştük. Hocayla eğitim aldık. Kur'an öğrendik. Hoca da işte bizi yönlendirdi bu taraflara böyle başladı.” (K4)* Bu iki örnekte üniversite öğrencilerinin hem çevrelerinden hem de gündelik koşullardan etkilendiği görülmektedir. Öğrencilerin ilgisinin yanı sıra yaşam koşullarının da yönlendirmede etkili olduğu görülmektedir. Diğer bir öğrencinin merak ve sorgulamayla kendi deneyimini şekillendirdiği görülmektedir.

*“Din eğitimi almaya, ben lise sonunda karar verdim. Lisede benim derslerim gayet iyiydi çok yakın arkadaşlarım, arkadaş grubum vardı, lise sonuna kadar hepsinden bir anda bir uzaklaştım. Sonra internette sohbetlere denk gelmeye başladım. Denk geldiğim sohbetlerde, detaya inince hocaların farklı söylediği şeyleri buldum, itiraf ettikleri konular yani... Sonra birbirlerine ağza alınmayacak hakaretler ettiklerini gördüm. Sonra düşündüm dedim din bir tane ama bu hocaların arasındaki itilaf niye? Daha itirafın ne demek olduğunu bile bilmiyordum. Ondan sonra baktım bu iş böyle olmuyor. Bir tanesi nasıl bu kadar onu kendi dininden atacak gibi bir duruma nasıl gelebiliyor insan... Bu yüzden daha iyisini öğrenip insanlara öğretmek en doğrusu... Buna da nasıl başlanır? Hafızlıkla başlanır diye liseden sonra hafızlığa başladım. Ön lisans okudum. O şekilde devam etti. Şimdi de üniversite okuyorum. Aynı zamanda medresede Arapça okuyorum.” (K9)*

Başka bir öğrencinin ise kendi değerlerini yansımada eksik hissettiği ve bu nedenle din eğitimi almaya karar verdiği görülmektedir. Kendi mesleğini icra ederken değerlerini de buna yansıtma isteği eğitim adına yeni bir girişimde bulunmasına neden olmaktadır:

*“Bundan önce Biyomedikal bölümünü okuyordum İstanbul'da. İstanbul Üniversitesi'nde okurken şunu fark ettim. Ben dedim ki iyi bir mühendis olacağım ve İslam'a hizmet edeceğim. Fakat şunu gördüm İslam'ı bilmeden İslam'a hizmet edilmez. Yani İslam'ın tam manasıyla yaşamadığım için İslam'a da hizmet edemem dedim ve hastanede bulunduğum, staj yaptığım yerlerde de onu gördüm. İnsanlar belli başlı sorular soruyordu, bilmiyordum. İşte onlara bazı iletişim şeylerinde bulunuyorum. Onları da başaramıyordum. Diyordum ki*

*ya ben İslam'ı nasıl anlatacağım mühendis olarak? Sen İslam'ı bilmiyorsun diyerekten ve şu da etkili oldu bununla birlikte Bir gün bulunduğumuz yere bir abi geldi. Ve üst mevkilerde bir insandı. Biz gördüğümüzde işte kıyafetiyle, oturuşuyla, kalkışıyla bak ne kadar örnek bir insan dedik. Fakat kendisi çok güzel bir söz söyledi. Herkesin söylediği ama beni çok etkileyen bir söz söyledi. Sevmediğiniz bir işi yapmayın demişti. Ve ben orada şunu gördüm. Yani bulunduğum işte yani orada İslami bilgilerim az olduğundan dolayı o o alanda hizmet de edemediğimden dolayı o alana tam manasıyla sevemiyordum. Bu yüzden de dini eğitim almayı orada karar verdim Biyomedikal alanını bıraktım ve bunu nerede öğrenebilirim diye. Medresede bunu en iyi yapacağımı düşündüm ve medreseye geldim.” (K10)*

Bir diğer öğrencinin uzun süre sorguladıktan sonra bu türden bir eğitimin kendine uygun düşüşüne karar verilmesi görülmektedir:

*“Aslında benim hakkımda din eğitimiyle alakalı hiçbir şey yoktu. Ben imam hatibi aslında düşünmüyordum. LGS'ye girdiğim zaman yaptığım puanda fazla yüksek değildi. Açıkçası beklediğimden düşük geldi. İki tane nitelikli okul tutuyordu. Bir sosyal bilimler bir de burası tutuyordu sosyal bilimler, eğitim olarak biraz kötüydü. Ayrıca hazırlık okumam gerekiyordu ve ailem de biraz sayısal odaklı düşünmemi istiyordu o zaman. O yüzden sosyal bilimleri biraz eledik gibi oldu. Bu okulu da yazdım tutarsa diye ve tuttu. Sonra ilk duyduğum zaman yıkıldım çünkü İmam Hatiplere karşı bir algı oluştu. Din, din, din dersle alakası yok gibi... Fakat babam bu okulla görüşmeye geldiğinde beni de hani birazcık daha ufkumun açılması için bu okulun broşürünü getirdi. Baktığım zaman hani sosyal etkinlikleri olan bir okul ve buradan mezun olanlar gerçekten güzel yerlere yerleştiriliyor. O yüzden de aklımdaki sorularda gidince din eğitimi almaya da o şekilde karar vermiş oldum.” (K11)*

Lise öğrencilerine baktığımızda ise: ‘

*“Benim de aklımda dini eğitim yoktu aslında. LGS'de aldığım puanın aslında daha yüksek bir puan hedefliyordum. Alamadım. Tercihlerim arasında bu okul da vardı. Olmasaydı Düzce, Eskişehir gibi illere gidecektim. Ailem de bunu çok desteklemiyordu. Yine gideceğim yerlerde yurtlar vardı ama yine de desteklemiyorlardı. Acil bir durum olduğunda nasıl ulaşacaklardı mesela? Bu*



*okul tercihlerim arasındaydı ve burası tuttu. Ben dini eğitim düşünmüyordum.’’  
(K12)’’*

*İmam hatibe gitme gibi bir düşüncem yoktu. İstedğim puanı elde edemeyince mecburen buraya yazdım. En iyi yer burası vardı. O yüzden buraya geldim.’’  
(K13) ‘‘Aslında ben LGS'ye kadar böyle bir okul olduğundan annem biraz bahsediyordu ama bu okul hayallerimin arasında yoktu. Ondan sonra puanım bu okula yetince ve asıl istediğim okula yetmeyince bu okulu da düşündüm. Ve yazın Kur'an kurslarına gidiyoruz veya başka yerlere gidiyoruz. Bunun yerine bu okula gitmeye karar verdim’’ (K14) kararların tam bir sorgulamayla alınmadığı, sınav sisteminden kaynaklı bazı yönelimler olduğu görülmektedir. Aynı zamanda lise öğrencileri üzerinde aile etkisinin çok daha yoğun olduğu görülmektedir. Üniversite ve lise öğrencileri arasındaki en önemli fark seçimlerinin arka planının bilincine erişme durumudur.*

### **3.3. Gündelik Yaşam ve Dini Eğitim**

Yeryüzünde bulunan dinlerin kendine göre kuralları bulunmaktadır. İnsanlar, mensup oldukları dinin getirilerine göre gerekliliklerini yerine getirmek zorundadır. Bu yüzden sosyal, iş ve eğitim yaşantıları da farklı yönlerde evrilebilmektedir. İslam dinini yaşayan Müslümanlar, günlük beş vakit namaz kılmaktadır. Gün içinde sorumluluklarını yerine getirerek, yaşamlarını sürdürmektedir. Din eğitimi almaya eğilen öğrencilerde gündelik yaşamın önemli bir etkisi olduğu ilk incelemede görülmektedir. ‘‘Dini eğitimin gündelik yaşamı nasıl etkilediği’’ meselesine geldiğimizde ise artık eğitimin pratiğe dökülmesi söz konusudur. Lise öğrencisi K1 ‘‘ bir iş yaparken düşünüyorum hani eğitimlerimden hani yararlanıyorum. Faydalı bir şey mi, kötü bir şey mi diye’’ söylemiyle kendi eylemlerini değerlendirmeye tabi tuttuğunu göstermektedir. Üniversite öğrencisi K3 de aynı şekilde gündelik yaşamı denetleme amacına hizmet ettiğine yönelik söylemde bulunmaktadır: ‘‘Gündelik hayatı bir Müslümanca yaşamayı zaten herkes öğrenmesi gerekiyor. Bunun ekstresi olarak dini ilimleri öğrenmek karşıma çıkan şeylerin batıl mı, fasık mı yoksa gerçek mi olduğunu kendim ayırt edebiliyorum. Bir problemle karşılaştığım zaman kitaplara kendim müracaat etme imkânım oluyor. Ki hocaları dinlenmeye de gerek olmuyor bazen.’’ Yine üniversite öğrencisi K6 şöyle demektedir: ‘‘Günü birlik hayatımı planlı etkiliyor. Sonuçta günlük beş vakit namazımız var. Ona göre bir program çiziyoruz.

*Diğer dini eğitimler olsun ve dini ibadetler olsun. Gündelik hayatımız düzenli bir programı sokuyor bizi''.*

İlahiyat Fakültesi'nde okuyan K7:

*''Din eğitimi almak hayatımın her alanını etkiliyor diyebilirim. Çünkü hem ikili ilişkilerimde hem ferdi olarak ahlaken çünkü şöyle buyuruyor vücutta bir et parçası vardır. O ıslah olursa sağ eli beden ıslah olur. Eğer o ıslah olursa diğer beden tümü de ifsat olur. Din eğitimi almamla beraber elhamdülillah kalbimize indirmeye çalışıyoruz bu ilmi. Bununla beraber kendimizi düzeltmeye çalışıyoruz. ikili ilişkilerimizde de bu faydası bayağı oluyor''*

derken İmam Hatip öğrencisi olan K20: *'' Yani bir şeyi belirlerken hani yapmakla yapmamak arasında kaldığım zaman hani öğrendiğim şeyler geliyor aklıma. Öylelikle hani faydası oluyor, kararlarımda...''* ve K21: *'' Gündelik hayattaki kararlarımı, yaptığım şeyleri sorgulamama neden oluyor. Yaptıklarımın ne kadarının doğru olduğunu ölçüyorum''* yorumunu yapmaktadır. Buradan görüldüğü gibi genellikle karar alıp bir davranışı uygulayacakken eğitimlerini gündelik hayatlarına yansıtan bir yapılanma hem üniversite hem de lise öğrencileri için görülmektedir.

Daha genel bir yorumla:

*'' Yani bu sadece günlük hayatın iş boyutunda değil, her alanında şöyle etkiliyor. Hani insani ilişkiler çok önemli. İnsani ilişki kurmadan İslami bağ kuramadım. O yüzden benim İslami noktada bilgimin ve insani noktasında bilgimin arttırabilmesi için ilim okudukça ve bunları okuduktan sonra peygamber efendimiz özellikle hayatındaki karşılaştığı sıkıntılarla nasıl mukavelede bulunduğunu gördükçe bunları da ben de uyguladıkça aynıının karşılığını gördüm ve fazla fazla gördüm. Böyle olunca okudum. Okudukça da daha da arttı. Ve şunu da görüyorum. Daha da hiçbir şey bilmiyormuşuz yani.''' (K10)*

Dini bir eğitime tabi olmak hem lise hem de üniversite öğrencileri için bir anlamlandırma ve bakış açısı geliştirme yolu olarak görülmektedir: *'' Mesela ibadetlerimizin yapılmış tarzını daha iyi anlayabiliyoruz''* (K17) *'' Olaylara daha farklı açılardan bakmamı sağlıyor. Tek bir bakış açısından değil, birçok pencereden bakımı sağlıyor.'''* (K22)

Ancak bu etkiyi çok hissetmeyen öğrenciler de görülmektedir. Yaşamlarında bir fark olmadığından bahsetmektedirler: *'' Yani o kadar da etkilediğini söyleyemem.*

*Derslerde gördüğüm bazı hadisler mesela günlük olayda yaşadığımda aklıma geliyor. O kadar yani büyük bir etkisi ya da etkisi yok'' (K12) '' Pek etkilemiyor aslında. Yani etkilemedi.'' (K13) Bu yorumların daha çok lise öğrencilerine özgü olduğu görülmektedir. Lisede henüz tam anlamıyla bir kavrayış elde edilememesi ve gündelik yaşamda halen çocuksu etkilerin devam etmesi kavrayışın daha geç olmasına neden olabilmektedir. Bu yine de ibadet bilinci kazanılması önünde bir engel değildir. Lise öğrencilerinin şu yorumları buna örnek olarak gösterilebilir: '' Yaptığım ibadetlerde daha bilinçli davranıyorum. Aynı şekilde davranışlarım, düşüncelerim buna göre şekilleniyor ve daha özen gösteriyorum.'' (K18) '' Günlük hayattaki davranışlarım, kullandığım sözler ve ibaretlerimle daha bilinçli bir şekilde yapmamı ve bilgili bir şekilde devam etmemi sağlıyor.'' (K19)*

Üniversite öğrencilerinin daha sorgulayıcı olduğunu daha önceki bir örnekte görmüştük. Dini eğitimin gündelik hayatta huzur sağladığına dair yorumları da teorik düşünceyi pratikte uygulamaya çalıştıklarının bir göstergesidir: '' Bir kere bir disiplinli bir hayata sokuyor sizin için artık dakikaların, saatlerin bir önemi oluyor. Onları hesap etmeye başlıyorsunuz. Sabah erken kalkıyorsunuz. Yani bunu kendinize bir dert ediniyorsunuz. Normal insanlar gibi, on ikide kalktın bir sorun yok. Bugün de yatayım. Böyle düşünmüyorsunuz.'' (K5)'' İnsana huzur veriyor namaz kılınca. Tabii öyle başka dinlerdeki gibi değil'' (K28) Öğrencilerin bu durumu bir göre ya da zorunluluk gibi değil de kendi yaşamlarının bir parçası olarak görmeye eğilimli olduğu görülmektedir.

*'' Din eğitimi almak Müslüman'ın her zaman en önemli maddelerinden bir tanesidir. Çünkü nasıl ki insanların bedeni besin, giyinme, vs. açısından ihtiyaçlarını gidermesi gerektiği gibi ilim açısından, maneviyat açısından da bilgiler edinmesi lazım. ...sosyal medya bazen içerisine güvenilir bilgi olmakla beraber yanlış bilgiler ihtiva ettiğinden dolayı bazen insanoğlu yanlış şeylere dalabiliyor. Yanlış bilgiler edinebiliyor. Aynı zamanda maneviyatını da etkileyebiliyor.'' (K31)*

*'' Şöyle yani din eğitimi aldığım zaman oradaki bir fıkıh kurallarını tefsirdeki hadiste geçen Efendimizin hayatında geçen bir durumu, kendi hayatında uyguladığımda tabii ki bundan mutluluk duyuyorum ve bunu hayatıma uygulayıp buna devam ettirdiğim sürece bunun faydasını da çokça görmüş oluyorum yani.'' (K29)*

Öğrencilerin yanıtları ışığında aldıkları derslerden kendilerine pay çıkarmaya eğilimli oldukları, kendi yaşamlarında olan bir durum için kaynak olarak İslami söylemlere başvurmaya yöneldikleri görülmektedir.

### 3.4. Sosyal Medya Platformları

Zaman boyunca gelişen teknoloji ile birlikte insanların eğitim, sosyal ve iş yaşantısı da buna göre şekillenmiştir. Teknoloji araçları günümüzün vazgeçilmez araçları olarak insan yaşamını yakından etkilemiştir. Çalışmada lise ve üniversite öğrencilerinin verdiği cevaplara göre sosyal medya platformları ‘‘ Instagram, Twitter, Youtube, Facebook ve Tiktok’’ üzerine görüşler alınmaktadır. ‘‘Hangi sosyal medya platformlarının kullanıldığına dair yanıtlarda lise öğrencileri: ‘ Sadece Instagram kullanıyorum.’ (K18), ‘ Instagram TikTok.’ (K13), ‘ Bir tek Instagram kullanıyorum şu an. Daha önceden Twitter takip ediyordum ama onda son bir üç dört aydır bıraktım. Kullanmıyorum.’ (K19) ‘ Tik Tok kullanmayı tercih etmiyorum çünkü genelde ilgimi çekmiyor ve hareketleri bayağı geliyor oradaki insanların.’ (K1), ‘‘YouTube’u çok kullanıyorum ama şöyle Twitch Çok karışık geliyor Twitch programı. YouTube’den twitch’i takip ediyorum. TikTok kullanmıyorum. Çünkü insanlar orada hani çok saçma geliyor hareketleri’’ (K2) Instagram ve Youtube kullanımının daha yoğun olduğu, Facebook ve Twitter’ın ise kullanımlarının olmadığı görülmektedir.

Üniversite öğrencileri: ‘‘ Instagram’ı şu an kullanmıyorum. Kullanmamamdaki sebep çok zamanımı alıyor. Çok ve bazen ister istemez insanın istemediği videolar karşısına çıkıyor. Dolayısıyla bu platformu kullanmak istemiyorum’’ (K6),

‘‘ Twitter, Instagram oldu başka şeyleri de fazla bilmiyorum. Ama bunların faydasından daha çok hatta yani yüzde doksan beş, doksan dokuz civarı zarar olduğunu düşünüyorum. Bu sosyal medya araçlarının akli yetişkin, akli selim insanda kullandığı zaman faydalı oluyor. Diğer insanlar kullandığı zaman kendilerine tamamen zarar verdiğini düşünüyorum’’ (K3),

‘‘ Ben daha çok gündemi takip etmek adına Twitter’ı kullanıyorum’’ (K7), ‘‘ Instagram ve Twitter kullanıyorum... çok dine uygun olmayan bazı platformlar olduğu için onları fazla kullanmak istemiyorum’’ (K26), ‘‘ Uzun süre Instagram kullandım. Twitter’a daha yeni geçiş yaptım Instagram’da aslında çok böyle bir şeyim yoktu yani. Daha çok faydalı kullanmaya çalıştım ama fazla başaramadım. O yüzden bırakmayı tercih ettim. Twitter’a yeni başladım henüz.’’ (K29), ‘‘ Genellikle güvenmiş olduğum platformları

*kullanmayı tercih ediyorum. Twitter başta olmak üzere” (K31) daha yoğun bir biçimde Twitter kullanmaktadırlar. Youtube ise “ Sadece YouTube'u kullanıyorum. Ondan da sadece bilgi edinmek, bazı Arapça videoları takip edebilme amaçlı sadece You Tube kullanıyorum.” (K5),“ bireysel gelişimimi sürdürmek için de YouTube'u kullanıyorum.” (K7) Buradan anlaşılacağı üzere Youtube ve Twitter tercih edilen platformlar olarak öne çıkmakta, bunlara Instagram uygulaması eşlik etmektedir.*

*“ Şu anda WhatsApp, Facebook, Instagram kullanıyorum ben. Hepsinde ayrı ayrı şeyler tabii yarar olduğu kadar zararı da çok var öyle uygulamaların”* yorumuyla K28 WhatsApp kullanımını da hatırlatmaktadır. Özellikle mesajlaşmayla konuşma uygulaması olarak ve internet bazlı olması öğrencilerin birbiriyle etkileşimini çok daha basit ve kolay kılmaktadır. Tiktok kullanımı az olmasına rağmen hiç yoktur denilemez:

*“ Yani Tik Tok ya da işte genellikle böyle göze hitap eden ama hiç içerisinde fikri olmayan çalışmalar genellikle. Çünkü bunlar insanın çok büyük ölçüde vaktini alıyor bununla birlikte insanın kalbini bozuyor. Ebu Derda efendimize soruyorlar sen bu kadar ilim öğrendin, bu kadar çalışman var, gayretin var yani hiçbir şeyini unutmuyorsun. Nasıl oluyor? Ben diyor şöyle dua ediyordum. Allah'ım kalbimi dağınıklıktan koru insanın kalbi dağınık olunca ilim de öğrenemiyor. Ve bu yüzden de benim kalbim en çok dağıtan bu görsellerin ve içerisinde hiçbir fikrim bulunmadığı platformlardan genellikle uzak duruyorum. Dediğim gibi onlarla Tik Tok vesaire gibi platformlar.” (K10)*

Lise öğrencileri arasında Facebook ve Twitter kullanımının çok yaygın olmadığı görülürken, üniversite öğrencileri ise Facebook ve Tiktok'a çok ilgi göstermemektedir. Instagram ve Youtube ortak ilgi alanı olarak değerlendirilebilirken, Whatsapp'ın da etkileşim için kullanıldığı görülmektedir.

### **3.5. Sosyal Medya Kullanım Amacı**

Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte internet kullanımı da yaygınlaşmıştır. İnsanlar internet aracılığı ile iletişim kurabilmekte, yeni bilgiler edinebilmekte, vs. gibi yararlı kullanabilmektedir. Fakat internetin yararlı bir şekilde kullanılmaması kişileri olumsuz yönde etkilemektedir. Bu yüzden ebeveynlerin, çocuklarına zamanın verimli kullanılması ile ilgili farkındalık yaratacak eğitimi vermesi önemlidir. İnsanların internet aracılığı ile en çok sosyal medya

platformlarında vakit geçirdiklerini söylemek mümkündür. Sosyal medya kullanım amaçlarını değerlendirdiğimizde;

Lise öğrencileri: “ Eğlenme diyelim. Vakit geçirme eğlenme” (K2), “Gündemden haberdar olmak, anlık gelişmeleri takip etmek dünyada. Ve eğlenmek için, moralimi düzeltmek için.” (K12), “ Genel olarak kendime zaman ayırmak, zamana eğlenceli geçirmek veya gündelik haberlerden, son dakika olaylarından haberdar olmak.” (K19), “ başka kişilerin fikirlerini merak ediyorum. Mesela bir olay olduğunda ülke çapında onların fikirlerini merak ediyorum. Vakit geçirmek için de her alanda aslında sosyal medya kullanımı duyguları üzerinde herhangi bir değişim yaratıyor mu?” (K21) “ Genellikle iletişim için, arkadaşlarımla haberleşmek için” (K1) sosyal medyayı eğlenmek, bilgi edinmek, meraklarını gidermek ya da etkileşim için kullanmaktadır.

Üniversite öğrencileri ise: “ Platformların şu an Arapça öğreniyorum. Arapça O yüzden diziler izliyorum. Biraz orada vakit o yüzden dört saate falan geliyor. Diğer türlü YouTube'a bakmak çok zaten vaktim yok.” (K9), “...gündelik hayatı öğrenmek, gündelik hayatta değişen şeylerin farkına varmak böyle bu şekilde farkına vardığımız zaman da biz de hayatımızdaki olan şeyleri değiştirebiliriz yani hayatımıza yenilikler katabiliriz.” (K31),

“ Genellikle salih niyetlerle oluyor. Yani genellikle bir eğitim alma amaçlı oluyor. Yani oturayım da bir boş vakit geçireyim. İki üç saatimi öldüreyim amaçlı genelde sosyal medya kullanmıyoruz ama bir Arapça video dinleyeyim, bir sohbet dinleyeyim diye giriyoruz. Bazen işin ucu işte daha farklı şeylere kayabiliyor” (K5),

“ İşte herkesin belli bir amacı vardır sosyal medyayı kullanırken. Kimileri boş vaktini değerlendirmek için kullanır. Kimileri merak ettiği bir şeyi araştırmak için kullanır. Kimisi de faydalı bir düşüncesi, bir bilgileri varsa bunları paylaşmak için kullanır. Ben aslında bunların hepsi için kullanıyordum. ama biraz daha boş vakit tarzında geçirmeye çok fazla harcadığım için bu vakti. O yüzden biraz daha diğer taraflara yönelmeye çalışıyorum” (K29),

“Gündemi takip etmek, gündemi güncel konular neyse ona göre hayatımızda bazı kararlar almak. En basit örnek vereceksek yök ile ilgili geçen bir karar alındı. Ona göre ben de kendimi ona göre bir program hazırladım.” (K6), “Birincisi dediğim gibi de başta kendimi geliştirmek, ikincisi de biz bu ilmi

*insanlara aktaracağız insan psikolojisini de bilmek zorundayız. Ve bunu da insanların paylaşımlarından anlayabiliriz. Böylece tahliller yapıyorum. Ve ileriki amaçlarıma göre şekilleniyor.” (K7)*

öğrenme, haber alma, araştırma yapma ve merak üzerine eğilmektedir. Boş zamanlarında kullanan öğrenciler olsa da genel eğilimin eğitim üzerinden şekillenmesi görülmektedir.

Lise öğrencilerinin yaşları ve eğilimleri değerlendirildiğinde zaman geçirme amacı daha baskın gelmektedir, üniversite öğrencileri ise çok yaş farkı olmamasına rağmen çok daha bilgi edinme eğilimi içinde görülmektedir.

### **3.6. Eğitim ve Sosyal Medya Çatışması**

Sosyal medya insanların kullanmayı tercih ettiği, sanal eğitim, iletişim, sosyalleşme aracı olarak gösterilmesi mümkündür. İnsanların sosyal medyaya ulaşabilmesi için bilgisayar, telefon, tablet gibi araçlar ile internete bağlanması yeterlidir. Günümüz teknolojisinde de akıllı telefon, vs. ve internet teknolojileri neredeyse herkesin ulaşabileceği bir noktaya gelmiştir. Fakat sosyal medyada yer alan bütün bilgilerin doğru olduğunun söylenmesi imkansızdır. Eğitimde de müfredatta yer alan aşamalar doğrultusunda öğrencilere bilgi aktarımı sağlanmaktadır. Fakat kişiler eğitim ve sosyal medyayı karşılaştırdığı zaman farklı ya da tezat bilgilere ulaşabilmektedir. Bu yüzden yüz yüze verilen eğitim ile sosyal medyadan edinilen bilgilerin doğruluğu tartışılmalıdır. Öğrencilere sosyal medyada gördükleri ve aldıkları dini eğitim arasında fark olup olmadığına dair bir soru yönlendirilmektedir. Lise öğrencisi K1 *“Hani yanıltıcı siteler olabiliyor, içerikler olabiliyor anneme soruyorum öncelikle hani doğruluğu hakkında. bayağı çatışıyor evet”* derken üniversite öğrencisi K7 ve K9 yanıltıcı etkinin çok daha yoğun olabileceğine ve çatışmanın güdülenebileceğine vurgu yapmaktadır:

*“Eğer YouTube'daysa zaten bu ismini daha önceden zikrettiğim hocalarım hep aynı dengede ilerleyebiliyor. Ama YouTube Twitter'da birçok bilgi kirliliği mevcut. Ve mesnetsiz şeyler paylaşılıyor. Kaynağı olmayan şeyler bazen paylaşılıyor. Bunlara da dikkat etmek lazım zehirlenmemek lazım.”,*

*“Facebook, Instagram gibi veya başka programları kullandığım zaman çatışma tabii ki vardı. Bu çatışmayı fark edebildiğimden dolayı bir insan şey arıyor. Hayata karşı ve arkadaşlarına karşı kızgınlaşıyor. Bu iyi bir şey değil ve*

*çatışmayı doğuruyor. Bizim her zaman kucaklayıcı olmamız lazım. Benim okuduğumu dışarıda görmüyorum. Yani bir yerden sonra zannediyor ki insan tek Müslüman benim. Dışarıdakilerin hepsi günahkâr.’’*

9 Eylül Üniversitesi öğrencisi K10 kaynakların farklılığının farklı görüş yansımaları doğurmasından bahsetmektedir:

*‘‘Evet çatışma tabii görülüyor. Şundan dolayı bizim okuduğumuz şeyler hep birincil el kaynaklardan. Ama internette bulunanlar genellikle interneti bilgi. Yani genellikle mesela bunu Mevlâna üzerinde çok görüyoruz hep güzel bir söz bulunduğu zaman altlarına Mevlâna diyorlar. Oysaki bazıları ya hadisi şerif olabiliyor ya da işte Şemsi Tebrizi'ye ait olabiliyor. Böyle sıkıntılar çok görüyoruz yani. Bu da ilime bazen zarar veriyor.’’*

K5 ve K6 ise farklı görüşlerin temellenmesi ve bunlar arasından eleme yapılması gerektiği fikrini temellendirmektedir: *‘‘Tabii ki de sosyal medya platformunda bizim aldığımız eğitime karşı muhalif görüşlü hocalar vardır. Hocamdan muhalif görüşlü insanlar mevcuttur, ama siz bunları takip etmezseniz sadece menhecinizi bilir takip etmeniz gereken kimseleri takip edersiniz’’* (K5),

*‘‘Tabii ki özellikle bu kandillerde paylaşılan işte ibadetler olsun veya farklı şeylerde günlerde paylaşılan hadisler olsun bir çatışma görüyorum. Onları baktığımız zaman en son bu kandiller hakkında hocamızı müracaat ettiğimizde birçoğunun zayıf olduğunu, mevzu olduğunu bize de söylemişti ama oralarda sanki bir sahîh, hadismiş gibi insanlara aktarılıyor ve avam insanda bunu araştırmadan direkt hani bu peygamber efendimiz yapmış, sahabe böyle yapmış’’* (K6)

Yanılıcı ya da farklı bilgiler göz önünde bulundurulduğunda hem lise hem de üniversite öğrencilerinin yüz yüze eğitimle alınan bilgiyi çok daha sağlıklı gördüğü anlaşılmaktadır:

*‘‘Evet görülüyor, çünkü sosyal medyada yanlış bilginin yayılması çok kolay ve dinimizle alakalı olsun, bu başka inançlarla alakalı da olabilir. Yanlış bilgiler çok hızlı bir şekilde yayılıyor, virüs gibi o yüzden oradan öğrendiğim bilgiye; insanoğlu biraz inanmaya eğilimli bir varlık olduğu için ilk duyduğum zaman inanıyorum tabii ki her insan gibi... Ama aklımda soru işaretleri olunca da öğretmenlerime dinle alakalı bir şeyse soruyorum. Hocam böyle böyle gördüm*



*hani bu doğru mudur? yanlış mıdır? Hocam da bana gerekli bilgiyi veriyor. O yüzden çatışma illaki oluyor.” (K11),*

*“Evet görülüyor. Çoğunlukla haberlerde veya bazı sitelerde, paylaşımlarda illa bir şekilde bulunuyor. Ama o okuldan veya edindiğimiz bilgilerden dolayı çok fazla bir etkisi olmuyor” (K19),*

*“...günlük elde etmiş olduğumuz bilgiler sosyal medya platformlarında aldığımız bilgilere nazaran daha yüksek bir seviyede çünkü yüz yüze bir eğitim aldığımız bir yerdeyiz. Burada alınan eğitimle, sosyal platformda alınan eğitim çok farklı” (K31)*

Görüldüğü üzere lise ve üniversite öğrencileri sosyal medyanın yanıltıcı olabileceği konusunda bilinçlidir. Kaynağı araştırılması, doğru bilgiye erişilmesi gibi amaçlar burada netlik kazanmaktadır. Bununla birlikte özellikle dini bağlamda farklı mezhep ve görüşlerin olması, kaynakların farklı yorumlarda bulunması her iki grup için de okuldaki eğitimi daha değerli kılan bir nitelik sunmaktadır.

### **3.7. Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Zaman**

Sosyal medyada yazı, görsel ve video anlamında çok fazla içerik yer almaktadır. Kişiler boş vakitlerinde eğlenmek, bilgi edinmek, yeni eğitimler almak, sosyalleşmek, oyun oynamak, yazı okumak, serbest zaman etkinliği yapmak amacıyla sosyal medya platformlarını kullanabilmektedir. Fakat burada geçirilen zaman ile gerçek zaman arasındaki uyum her zaman yerinde olması gerekmektedir. Bu sayede insanlar rahat bir şekilde işlerini aksatmadan hayatlarına devam edebilmektedir. Sosyal medyada ne kadar zaman geçirildiği sorusuna gelen yanıtlar incelendiğinde 2-4 saat arasında değişen eğilimler her iki grup için de görülmektedir: *“Hafta içi iki saat iki buçuk saat mesajlaşmalar da dahil. Hafta sonunda değişebiliyor, üç saat olabiliyor... arkadaşlarımla haberleşmek için.” (K1), “Gündemi takip etmek ve gündemde yer alan güncel konulara bakmak için 1-2 saat arası” (K6), “Okul olduğu zamanlar bir, bir buçuk saat geçiriyorum. Okul olmadığına daha çok geçirebiliyorum ama emin değilim” (K16), “Genellikle iki veyahut da üç saatini bazen bu artabiliyor dört veyahut da beş saate çıkabiliyor. Yani her insanın günü bir günü diğer günüyle bir olmuyor” (K5), “Ne kadar sosyal medya kullanmasam da ister istemez telefonumla çok fazla iç içe oluyorum çünkü, sosyal medya olmasa bile WhatsApp uygulamasını mecburen kullanıyorum. WhatsApp'ta da arkadaşlarımla görüşmelerim ve*

*öğretmenlerim bizim için attığı ders notları yüzünden dört, beş saat diyebilirim'' (K11), 'Edit yapmak ve eğlenmek için kullandığım için değişebiliyor. Fakat genelde üç dört saat oluyor.' (K13).*

Öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri zamanın kendi tercihlerine ve gündelik yaklaşımlarına göre değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Bazen bilinçli olarak daha az kullanıma yöneldiği görülmektedir. Diğer yandan yaşın değil ama değişen evrenin ve eğitim düzeyinin sosyal medyaya bakış açısını değiştirme gücünün olduğu görülebilmektedir.

### **3.8. Dini Eğitim ve Sosyal Medya**

Eğitim ve sosyal medya çatışması temasında da belirttiğimiz gibi sosyal medya platformlarında kişiler yanlış bilgiler yazabilir ve buna başkalarını inandırabilir. Bu yüzden kaynağı olmayan ve kanıtlanmayan bilgilerin güvenilirliğini her zaman sorgulamak gerekmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının özellikle çocukların aile kontrolünde platformları takip etmesi daha yararlı olmaktadır. Bunlara ek olarak zararlı içerikler olduğu gibi faydalı içerikler de yer almaktadır. Öğrenciler, öğretmenlerinin önerdiği kişileri takip edebilir, dersleri ile ilgili ders içeriklerine ulaşabilir ve bunlardan yararlanabilir. Bu açıdan ele alındığı zaman kişilerin yeni bilgiler edinmesi ve dini eğitimini geliştirme amaçlı kullanması, kendi yararlarına olmaktadır. Sosyal medyada kurulan ilişkilerin alınan eğitime bir etkisi olup olmadığı sorusuna, lise öğrencisi K24 *'' O gün derste işlediğimiz hadisin veya ayetin bana çarpıcı bir yanı varsa bunu sosyal medyada paylaşıyorum ve Dini eğitim ayet ve hadis paylaşan sayfaları takip ediyorum''* söylemiyle bilgi içerikli yaklaşmaktadır. Diğer yanıtlara baktığımızda:

*'' Arapça noktasında sosyal medya platformlarını takip ediyorum ben şöyle düşünüyorum. Bizim Türkiye'mizde çok saygıdeğer fıkhî noktada kendisini geliştirmiş hocalarımız var. İşte tefsir noktasında var, Arapça noktasında var. Ama akide noktasında da bu konuda bir eksiklik olduğunu düşünüyorum. Yani gittiğiniz müraaat ettiğiniz her hocada belki fıkhî bir bilgi olabilir, hadisi noktada bir bilgi olabilir ama akide bir noktada bir zayıflık olduğundan dolayı bu konuda kendisini geliştirmiş, bu konuda ihtisas yapmış hocalara mecbur yanına gitme yani yanına giderek ona ulaşma şansınız var ama öyle de bir*

*imkânınız yoksa mecburen sosyal medya platformlarına müracaat etmek suretiyle onlara ulaşabiliyorsunuz.’’ (K5),*

*‘‘ Aldığımız eğitim dolayısıyla da genellikle dini paylaşımlar yapıyoruz. Bunun dışında Necip Fazıllar, Sezai Karakoçları da yani onlar benim üzerimde etkisi çok olduğu için fikri yazılara da bazen başvurabiliyorum.’’ (K7),*

*‘‘ Evet daha çok işte hadis, akait ve fıkıh alanında bunlar olmazsa olmaz zaten. Bunlarla ilgili içerikleri, örneğin; Şafîiler de soru sorabiliyor diye mesela Twitter üzerinden Şafî Furkan'ı paylaşan insanları takip ediyorum. Ya da alanında ihtisas yapmış mesela Soner Doğan Hoca gibi mesela çok güzel paylaşımları var. Onları da takip ediyorum onun dışında eğer YouTube işin içine girerse orada özellikle bazı makalelerde anlatılmayan şeyleri böyle video halinde, görseller materyaller halinde çok güzel anlatan insanlar da var onları da takip ediyorum. Makalede tek başıma anladığım bazen yanlışı, orada o videolar vesilesini düzeltebiliyorum. Ve diyorum ki ben bunu yanlışı anlamışım. Bu bilgimi tashih noktasında bazı hocalar ve bazı çalışmalar beni olumlu yönde etkiliyor.’’ (K10)*

söylemleri ön plana çıkmaktadır. Bu noktada gündelik hayatta pratik edilen bir durumun araştırılması, öğrenilmesi ve pekiştirilmesi olgusu devreye gitmektedir.

Diğer yandan öğrencilerin gittikleri kursların ya da din alimlerinin hesaplarını takip ettikleri de görülmektedir: *‘‘ Evet aslında ediyorum. kendi eğitim gördüğüm kurstan da yine kursumun hesabını takip ediyorum. Aynı zamanda üniversitemin ilahiyat fakültesinde okuduğum için onların da faaliyetlerini tabii ki de takip ediyorum’’ (K27), ‘‘ Ya tabii ki de Arap alimlerinden olsun, diğer farklı ülkeler haberlerinden olsun. Onları takip ediyoruz. Aynı şekilde oradaki olayları da takip ediyoruz. Bu açıdan bazen kendimizi yabancı dillere de alıştırıyoruz’’ (K31)*

Eğitimsel içeriklerin araştırıldığı, eğitime ya da gündelik pratiklerde dinin uygulanmasına yönelik eğitimler, öğütler veren sosyal medya hesaplarının takip edildiği görülmektedir.

### **3.9. Sosyal Medyada Kurulan Sosyal İlişkiler ve Dini Eğitim**

İnsanlar sosyal medya aracılığı ile kişi ve kişilerle tanışarak arkadaşlık ilişkisi oluşturabilmektedir. Bu durum genelde aynı görüşte olan kişilerin birbiri ile benzer konular üzerine iletişim kurması ile olabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medyada

kişiler ilgi alanları üzerine paylaşım yapan sayfaların takibini yaparak kendilerini oyalayabilmektedir. Bunlar eğlendirici, bilgilendirici, vs. özellikleri taşıyabilmektedir. Sosyal medya kullanımıyla kurulan ilişkilerden nasıl etkilendikleri sorusuna lise öğrencilerinin cevapları: *“...ben beni etkilemesine izin vermiyorum ama bir görüşmemde eğer fikrime karşı çıkılan bir şey oluyorsa eğer gidip bir kendimi güncellemem gerektiğini hissediyorum. Bazı kitleler çok farklı şeyleri savunuyor ve doğruların farklı olduğunu düşünüyorlar.”* (K23), *“Şimdi arkadaşlarımla iletişim kurarken yanlış bilgiler duyduğumda önce bunu sorguluyorum ama öyleyse hani kendi eksikim olduğunu hissediyorum ama yeni bir şey öğrendiysem de faydalı bir şeyse iyi etiketliyorum.”* (K1), *“...konuşma stilim ya da arkadaşlarımla paylaştığım şeyler ya da bilgileri etkiliyor”* (K22) şeklindedir. Büyük bir görüş ayrılığı yaratmak söz konusu olmadığı gibi, benzer görüşten insanlarla bir araya gelme durumunun olduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencileri:

*“ işte ilahiyatta okuyorum. aynı zamanda Arapça medresesini de okuyorum. Bu konu hakkında gene de zaten instagram üzerinde, Twitter üzerinde ilişki kurduğum insanlar yine bu yönde insanlar, arkadaşlarım olur, üniversiteden arkadaşlarım olabilir. Bu konu hakkında yine genelde tabii ki de dini eğitimin üzerinde yahut da yine tabii ki de arkadaşlar arasında sevdiğimiz bu durum varsa, film sinema sektöründe bunlar da yine kendi aramızda paylaşabiliyoruz ama ağırlıklı olarak yine din eğitiminde de bunları tabii ki de bağdaştırıyoruz yani”* (K29),

*“Aldığım dini eğitime etkisi şöyle söylenebilir. Bazen biz aşağıda okuyabiliyoruz. İnsan okuduğu zaman hem okurken hem aynı zamanda düşünemiyor ama sosyal medya kullandığı zaman bazen senin düşünemediğini farklı. Karşı taraftan düşünen bir insan senin ufkunu açabiliyor. Senin aslında düşünmek isteyip de düşünemediğin tarafları sana gösterip yol gösterebiliyor”* (K5),

*“ Genellikle YouTube kullandığım için buradan ilişkilerim sürüyor. Eğer YouTube'daysa zaten bu ismini daha önceden zikrettiğim hocalarım hep aynı dengede ilerleyebiliyor. Ama YouTube Twitter'da birçok bilgi kirliliği mevcut. Ve mesnetsiz şeyler paylaşılıyor. Kaynağı olmayan şeyler bazen paylaşılıyor. Bunlara da dikkat etmek lazım zehirlenmemek lazım.”* (K7),

*“...sosyal medyada bazen farklı alimleri, farklı görüşleri görebiliyoruz. Çünkü onların güncel hayata bakış açıları bizim için çok önemli. Çünkü günden güne zaman değişmesiyle beraber farklı görüşlerin de ortaya çıktığını görüyoruz. Arap alimlerinden olsun, diğer farklı ülkeler haberlerinden olsun. Onları takip ediyoruz. Aynı şekilde oradaki olayları da takip ediyoruz. Bu açıdan bazen kendimizi yabancı dillere de alıştıırıyoruz” (K31)*

cevaplarıyla lise öğrencilerine göre çok daha sorgulayıcı olduklarını, yanlış bilgilere müdahale ettiklerini ve kendi bilgilerini sınamaya yatkın olduklarını göstermektedir.

### **3.10. Gelecek Zamanda Sosyal Medya Kullanımı**

İnsanların her yaşının farklı özellikleri bulunmaktadır. Fakat insanlar doğdukları andan öldükleri ana kadar öğrenmeye devam etmektedir. Öğrenme şekli yaşlara göre çeşitlilik gösterebilmektedir. Teknoloji çağından önce insanlar bilgileri kağıtlara yazarak ve kendinden sonra gelecek nesillere öğretmek için çalışmışlardır. Fakat teknolojinin gelişmesi ile birlikte bilginin artması ve bilgi kirliliğinin oluşmasına sebep olmuştur. Bu açıdan kişiler öğrenmeyi, doğru kaynaklardan sağlamak istemektedir. Sosyal medya platformlarında herkes kendi özgür düşüncesini ifade edebilmektedir. Bu yüzden de yanlış bilgilerin birikimi görülebilmektedir. Çalışmanın son teması olan gelecek zamanda sosyal medya kullanımı 'Arkadaşlar ile iletişim kurma, Kullanım amacına göre sosyal medya aracının değişmesi ve Daha az kullanımı' gibi söylemler dolayımında şekillenmektedir. Üniversite öğrencileri,

*“ cumartesi günleri lisedeki arkadaşlarımla müzakerelerimiz vardır. Yani böyle konuları tartışırız. Bu benim hayatımda masa olmazlardan çünkü beni geliştiren bir şey. Arkadaşlarımla muhabbet etmek. Bu da benim için çok faydalı olduğunu düşünüyorum.” (K7),*

*“ Şu an ümmeti Muhammed'in veya diğer insanların kullanmış olduğu faaliyetler ve sosyal medyanın etkisi günden güne bizi farklı yerlere götürüyor burada Müslüman'ın çok dikkat etmesi gerekir. Yani hangi şeyi, hangi amaçla kullandığı bizim için ve Müslümanlar için çok önemli. Bunları faydalı yönde kullanılıyorsa ne ala ama farklı yerlerde kullanılıyorsa da zarara girilebilir.” (K31),*

*“ Gelecekte hobilerim amaçlı olacağını düşünüyorum. Ve bilgi edinmek açısından çeşitli hesapları takip ederek onlardan bilgi almayı düşünüyorum ” (K4) faydalı bilgiler edinmeyi ve hobilerine uygun olan kullanımı temellendirmektedir.*

Lise öğrencileri ise daha çok mesleki alana katkısı üzerinden sosyal medyayı değerlendirmektedir. Mesleki yönelimdeki yerine göre kullanım biçiminin şekilleneceği öngörülmektedir. Diğer yandan bağımlılık değerlendirmesi üzerinden ele alındığında lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımını azaltmaya çalıştıkları ve gelecekte de bunun devam edeceğine dair söylemleri görülmektedir:

*“ İstedğim meslek biraz daha böyle sosyal medyayla alakalı ama ileride değişebilir ” (K11), “ Edindiğim mesleğe göre değişeceğini düşünüyorum ” (K13), “Şu anlık baya yoğun kullanıyorum ama gelecekte bunu azaltmayı düşünüyorum. Çünkü gerçekten bağımlılık yapan bir şey. Ve gelecekte de yaptığım meslek olur, hayat biçimi olur. Bunu değiştireceğine inanıyorum ” (K22), ‘ Sosyal medya kullanımının gelecekte azaltmayı düşünüyorum ama yani iş için kullanılabilir. ” (K12), “ Gelecekte şu anki kadar oraya yani bağımlı olacağımı düşünmüyorum. Çünkü o zaman başka uğraşlarım da olacak. Belki hiç de kullanmayabilirim ” (K21)*

Öğrencilerin gelecekte sosyal medyayı kullanıp kullanmayacaklarına dair farklı fikirleri olduğu görülmektedir. Şimdiki durumlarının uygun olduğunu düşünenler olduğu kadar, şu an sosyal medyaya daha fazla eğilim gösterdiğini düşünen öğrencilerin olduğu da görülmektedir. Gelecek hakkında kesin konuşmamakla birlikte eğilimlerini daha sınırlı bir hale getirebilme, ya da bu alanda daha kontrollü olma düşüncelerine sahip oldukları görülebilmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Dini eğitim alan öğrencilerin sosyal medya eğilimleri üzerine yapılan, lise ve üniversite öğrencilerinin cevaplarının içerik analizinin yapıldığı çalışmamızda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Din eğitimi ile ilgili yapılan araştırmada din eğitimi alma kararları, gündelik yaşam ve dini eğitim, sosyal medya platformları, sosyal medya kullanım amacı, eğitim ve sosyal medyanın çatışması, sosyal medya platformlarında geçirilen zaman, dini eğitim ve sosyal medya, sosyal medyada kurulan ilişkiler ve dini eğitim, gelecek zamanda sosyal medya kullanımını temaları oluşturulmuştur.

Kişilerin dini eğitimleri genellikle ilk olarak ailelerinin yönlendirmesi ile gerçekleşmiştir. Küçük yaşta anne ve babanın eğitim verdikleri, daha sonrasında medrese ve eğitim kurumlarında bu eğilimin devam ettiği görülmektedir. İslam dini eğitimi alan lise ve üniversite öğrencilerinin bu durumdan memnun olduğu söylenebilmektedir. Ayrıca aileleri tarafından yönlendirilmemiş, kendi isteği ile lise ve lise döneminden sonra İslam dinine yönelik eğilimleri olan öğrenciler de saptanmıştır. Sonradan eğilimi olan kişilerinde bu alanda devam etmekte istekli olduğu söylenebilmektedir.

Dini eğitim alan kişilerin gündelik yaşamlarının buna göre geliştiği ya da zaten mevcut olan bu eğilime has olan düzeninin devam ettiği söylenebilmektedir. İslam dini eğitimi alan kişilerin günlük yaşamında İslam dini kurallarına göre hareket ettiğini söylemek mümkündür. Ayrıca yapacakları eylemlerin karar alma aşamasında eğitimlerine göre doğru bilgiyi şekillendirdiklerini ifade etmek mümkündür. Sosyal yaşamlarında yanlış bilgilerle karşılaştıklarında sorgulama yapma ve kendi bakış açılarını geliştirme imkanını yakalamışlardır.

Dini eğitimi gündelik hayatında eksiksiz uygulamaya çalışan kişilerin hayata olan bakış açıları ve günlük yaşamlarındaki tercihlerinde farklılıklar meydana gelebilmektedir. Örneğin, İslam dininin getirileri içinde yer alan günün 5 vakit namaz kılınması, bu tercihler içinde yer almaktadır.

Kişilerin kendi ibadetlerini doğru bir şekilde öğrenmesi ve uygulaması, yakınındaki insanları da doğru bir şekilde yönlendirmesi hususunda önem kazanmaktadır. İslam dininde de müminlerin kendi aralarında yardımlaşması ve İslam

dini konusunda çevresindeki kişileri doğru yönlendirmesine olumlu bakılmaktadır. Ayrıca dini ibadetlerini doğru bir şekilde getiren kişilerin huzur ve mutluluğu yakalaması üzerinde söylemler geliştirdiği görülmektedir.

Teknoloji çağında yaşadığımız için insanlar kolaylıkla bilgisayar, telefon, tablet, vb. araçlara ulaşabilmektedir. Bu araçlar internet ile birlikte kullanıldığı zaman çeşitli bilgileri sunmaktadır. Günümüzde de yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformları internet ve telefon teknolojileri aracılığıyla rahatlıkla kullanılabilir. Özellikle iletişim çağında neredeyse herkesin cebinde ve çantasında internete erişebileceği telefonları bulunmaktadır. Bu sayede ulaşmak istedikleri bilgiye, ve kişilere rahatlıkla ulaşabilmektedir. Çalışmanın analizinde katılımcıların verdiği cevaplara göre kullanılan sosyal medya platformları Instagram, YouTube, Twitter, Facebook ve TikTok olarak belirlenmiştir.

Din eğitimi ve sosyal medya platformları karşılaştırıldığı zaman ortaya farklılıklar çıkabilmektedir. Çünkü sosyal platformlarda dünyanın her yerinden farklı kültürlerle sahip insanlar yer almaktadır. Ayrıca herkes kendi isteğine göre paylaşımlar yaptığı için bilgi kirliliği de ortaya çıkabilmektedir. Din alanında bilgi kirliliğinin oluşması da yine aynı düzlemde mümkün görülmektedir. Bu yüzden de dini eğitimi yeterli olmayan ve bu alanda kendini geliştirememiş kişiler sosyal medyada gördükleri her şeye inanabilmektedir. Ayrıca bu gördüklerini çevrelerindeki başka insanlarla paylaşarak yanlış bilgilerin doğru kabul edilmesine neden olabilmektedirler. Bu yüzden sosyal medya platformlarını kullanırken burada aynı zamanda konular üzerine düşünmek ve analizler yapmak önemlidir. Instagram'da yapılan paylaşımlar genelde kısa video ve fotoğraf şeklinde olmaktadır. Twitter'da genellikle politik ve siyasi bilgiler yer almakla birlikte, kişisel fikirlerin ortaya konması da elzemdir; Instagram'a göre daha çok yazı içeriklidir. Bir başka sosyal platform olan YouTube'da sadece video içerikleri yer almaktadır. Burada kişiler derslerini takip edebilir, eğitici videolar izleyerek bilgilerini pekiştirebilir ve eğlenceli içeriklerle buluşabilir. Fakat bütün platformlarda doğru ve etkin kullanıma özen gösterilmelidir. Katılımcıların çoğu Twitter ve YouTube'dan faydalandıklarını belirtmiştir. Özellikle YouTube'da araştırmanın odak grubu olan öğrencilerin yorumlarına göre dini eğitimlerle ilgili yapılan sohbetler ve bilgilendirici içeriklerin yer aldığı söylenmektedir. Instagram, Twitter ve Facebook gibi sosyal paylaşımların ve sosyal iletişimleri yüksek olduğu platformlarda dini tartışmaların ve yanlış bilgilerin daha fazla olduğu belirlenmiştir.



Katılımcılar sosyal medya kullanım amaçlarını; boş vaktin değerlendirilmesi, merak ettikleri durumlara ve olgulara dair ilgilerinin giderilmesi ve bilgi edinme olarak ifade etmişlerdir. Sosyal medyada sadece kişilerin kendine özel profilleri yoktur. Farklı alanlarda çok sayıda özel sayfalar bulunmaktadır. Bunların içeriği dini eğitimle ilgili ünlü bir sanatçıyla ilgili, fizik alanında,vs. sınırsız alanda olabilmektedir. Bu açıdan kullanıcılar da sosyal medyada merak ettikleri ya da ilgi duydukları sayfalara üye olarak paylaşımlarını takip edebilmektedir. Ayrıca çeşitli görseller ve bilgilerle boş vakitlerini değerlendirerek, hem eğlence hem de öğrenme amaçlı kullanmaları mümkündür. Bu yüzden kişinin sosyal medyayı kullanım amacı önem taşımaktadır. Buna göre kendilerini geliştirebilir ve bu alanda sosyalleşebilmektedir.

Tarihte teknolojik ürünler bu kadar ilerlemeden önce öğrenci ve öğretmen arasında geleneksel öğretim sistemi bulunmaktadır. Bu sistemde Öğretmen ve öğrenci yüz yüze iletişim kurarak bilgi alışverişi yapmaktadır. Ayrıca öğretmen, öğrencilerine eğitim alanı dışında sorumluluklar vererek, öğrendiği bilgileri pekiştirmesine ve bakış açısını geliştirmesinde yardımcı olmaktadır. Fakat teknolojinin gelişmesi ile birlikte öğretmen ve öğrencinin yüz yüze eğitimine ek olarak dijital ortamda da eğitim imkanı gerçekleşmiştir. Özellikle 2020 yılında bütün dünyayı etkisi altına alan Covid-19 döneminde bütün ülkeler karantina altına alınmış ve işleyişi dijital ortamda devam etmiştir. Türkiye'de de yüz yüze eğitim hayatı durdurulmuş ve öğrencilere dijital ortamdaki dersler verilmeye devam edilmiştir. Online eğitim; yüz yüze eğitimlerde öğretmenin öğrencilerin tepkilerini ve adaptasyonlarını takip etmesi imkanı değerlendirildiğinde tartışmalara neden olmaktadır. Eğitim açısından değerlendirildiğinde sosyal medyada yer alan bilgiler yanlış olabileceği gibi kişilerin sosyal medyada danışabileceği bir eğitmeni ya da hocası bulunmamaktadır. Bu noktada öğrencinin, gerektiğinde eğitmenlere de danışarak doğru ve yanlış ayırt edebilme niteliğine erişmesi önemlidir. Çünkü, odak grubu özelinde değerlendirdiğimizde henüz dini eğitimi öğrenme aşamasında olan kişinin yanlış bir bilgiyi tespit etmesi ya da kuşku duyması söz konusu değildir.

Araştırmada yer alan katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri zaman genellikle 2 ve 4 saat arasında değişkenlik göstermektedir. Öğrenciler geçirdikleri vakitleri hafta içi ve hafta sonu olarak ayrıldığını belirtmektedir. Hafta içinde okul ve ödevleri olduğu için hafta sonuna göre daha az vakit geçirmektedirler.

Öğrenciler YouTube, Facebook ve Instagram gibi uygulamalardan dini eğitim içerikli paylaşımları takip etmekte ve yeni bilgiler edinmektedir. Bu açıdan öğrencilerin güvindikleri ve düzenli olarak paylaşım yapılan sayfaları takip ettiği söylenmektedir. Hatta kendi arkadaş çevreleri ile bu paylaşımları hep birlikte takip etmektedirler. Daha sonrasında topluluk olarak bir araya gelerek sohbetlerini gerçekleştirdikleri söylenebilmektedir. Yüzyüze ilişkileri çok tercih etmeyen öğrencilerin de farklı diller öğrenerek kendilerine katkıda bulunmayı amaçlamakta olduğu görülmektedir.

Katılımcılar sosyal medyada kurdukları arkadaşlık ilişkileri ve bu alandaki dini eğitimlerini birbirine olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Kendi görüşlerinde olan kişilerle sohbet etmekten mutluluk duyan ve karşılıklı bilgi alışverişinde bulunan kişiler maneviyatlarının arttığını belirtmiştir. Farklı görüşteki kişilerle tartışmaya giren kişiler de üzüldüklerini ve sinirlendiklerini belirtmiştir. Fakat aldıkları dini eğitimlere göre kendilerini ifade etme şekilleri ve doğru olmayan bilgiye kolay tespit etmeleri, öğrencileri mutlu etmektedir.

Dini eğitim alan öğrenciler gelecek zamanda sosyal medya kullanımlarının değişmesi ile ilgili farklı görüşlere sahiplerdir. bazı kişiler teknolojinin bütün dünyada yer aldığı ve herkesin bu alanda kendini geliştirmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bazılarına göre de sosyal medya ve sosyal medya içerikleri zaman kaybı olup, daha az kullanılması gerektiği görüşündedir. Bir diğer görüşe göre de sosyal medyanın arkadaşlar ile iletişim amaçlı kullanılması gerektiği yönündedir. Bu açıdan sosyal medyanın zamanla kullanım şekli kişiden kişiye göre farklılık gösterebileceği sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu noktada özellikle araştırma grubunun yaşlarının yakın olması benzer görüşler doğuracak bir nitelik olarak görülse de ortak tavırlar olduğu gibi birbirinden farklı eğilimler de görülmüştür. Özellikle üniversite öğrencilerinin lise öğrencilerine kıyasla çok daha bilgi odaklı ve sorgulamacı oldukları görülmektedir. Bu sorgulama ve gelecek eğilimleri uzun vadeli planlara göre daha keskin tavırlar yaratmıştır. Bu bakımdan sosyal medyayı amaca yönelik olarak kullanmaları daha temeldir. Diğer yandan lise öğrencileri hem yaşlarının küçük olması hem de daha çocuksu olmaları nedeniyle sosyal medyada daha çok zaman geçirmeye ve eğlenceye yönelik kullanıma daha fazla yatkınlık göstermektedir. Buradan görüldüğü gibi benzer çevrede, yakın yaş gruplarında olmalarına rağmen üniversite öğrencilerinin seçimleri daha keskin hatlı ve

kendi karakteristiklerine uygun olarak gelişmektedir. Lise öğrencilerini yönlendirmek daha kolay görünmektedir.

Üniversite öğrencilerinin hem yaş hem de sorgulama becerisi minvalinde çok daha net bir bilgi edinme tavrı içinde oldukları ve sosyal medya platformlarını da eleştirel bir biçimde kullandıkları görülürken, lise öğrencilerinin bu denli olgun olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte içinde bulunulan çevre, kurulan ilişkiler ve ailevi faktörlerin de yadsınamayacak bir etkisi olduğu saptanmaktadır. Lise öğrencileri aile ve çevre yönlendirmesine çok daha yatkınken, üniversite öğrencilerinin kendi çevrelerini yapılandırdıkları ve bu nedenle ne dışsal etmenler ne de sosyal medyanın yönlendirmesine izin vermedikleri görülmektedir. Üniversite öğrencilerinde bireysel seçim yapma bilinci çok daha baskınken sorgulama durumu sosyal medya eğilimlerinde platform tercihlerini bile farklılaştırmaktadır. Lise öğrencileri Instagram, Tiktok gibi eğlence platformlarına yoğunlaşırken, üniversiteliler Instagram'ın yanı sıra bilgi ve haber alma kaynağı olarak görülen Twitter's yönelmektedir. Diğer yandan bilgi kaynağı olarak da ele alınabilecek olan Youtube her iki grubun da ortak platformu olarak görünmektedir.

Çalışmanın sonucunda ortaya çıkan faktörlere göre aşağıdaki öneriler, maddeler halinde gösterilmektedir;

- İslam kültürünün ileriye taşınması ve devam ettirilmesi adına eğitimin aileden başlaması, çocuk üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Bu yüzden ailelerin çocukların öğrenme çağında dini eğitimlerini doğru bir şekilde vermesi ve eğitim hayatı boyunca bu alanda yolunu açması, kişilere olumlu yönde etkileyecektir,
- Öğrencilere verilen dini eğitimlerin günlük yaşam getirilerine göre sürekli olarak güncellenmesi ve geliştirilmesi önemlidir. Çünkü dünyada sürekli yeni buluşlar ve yeni fikirler ortaya çıkmaktadır. Eğitimcilerin de bu alanda kendini geliştirerek öğrencilerine katkı sağlaması önemlidir. Aynı zamanda öğrencilere hem öğrendikleri hem de pratiğe döktükleri davranışlarını sorgulamaları, gençliğin popüler eğilimi olan sosyal medyayla ilgili görüşlerini araştırarak ve eleştirerek oluşturmaları fikri temellendirilmelidir,

- Sosyal medya platformlarında dini içerikli paylaşımların doğru ya da yanlış olduğunu bilmeden, yayılmasının doğru olmaması hakkında insanlar bilinçlendirilmelidir,
- Öğrencilerin sosyal medya platformlarına etkili bir şekilde kullanabilmesi için amaçlarını önceden ortaya koyması, bilgiyi daha ulaşılabilir yapacaktır,
- Öğrencilerin eğitim ve sosyal medyada gördükleri fikir çatışmaları ile ilgili öğretmenlerinden bilgi alması ve bu konuda doğru yanlışı ayırt edebilmesi için yeni metotlar geliştirilmesi gerekmektedir.



## KAYNAKÇA

- Acuner, Y. (2017). *Türkiye'de Cumhuriyet Dönemi Din Eğitimi ve Öğretimi Kronolojisi*, Türkiye'de Din Politikaları ve Eğitime Etkileri, 1(2).
- Ada, S. ve Tatlı, H. (2013). Akıllı telefon kullanımını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. Akademik Bilişim 2013 – 15. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 23-25 Ocak 2013 – Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 177-182.
- Akgül, B. Yıldız, Ecem E. ve Turşucuoğlu, B. (2018). Medya Bağımlısı Bireyin, Medyada Harcadığı Fazla Zamanın Bireye Sosyo-Ekonomik Zararları, *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 282-290.
- Aşıkoğlu, N.Y. (2015). *Yüksek Öğretimde Din Eğitim ve Öğretimi*, Din Eğitimi Kitabı içinde (181-196), Grafiker Yayınları, Ankara, s. 224.
- Aşlamacı, İ. (2014). *Pakistan Medreselerinde Bir Model Olarak İmam Hatip Okulları*, DEM Yayınları, İstanbul.
- Aşlamacı, İ. (2014). "Türkiye'nin İslam Eğitim Modeli: İmam Hatip Liseleri ve Özellikleri", *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9(5)*, s. 270.
- Aşlamacı, İ. (2017). "Din Eğitimi Politika ve Uygulamalarında Ak Parti'nin 15 Yılı", *Ak Parti'nin 15 Yılı Toplum*, SETA Yayınları, İstanbul, s. 200.
- Aytaçlı, B. (2012). "Durum Çalışmasına Ayrıntılı Bir Bakış". *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi 3 / 1* (Haziran): 1-9
- Baltes-Patrutiu, L. (2016). "Inbound Marketing-the most important digital marketing strategy", *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 9(58):62-68
- Barry, A. E., Johnson, E., Rabre, A., Darville, G., Donovan, K. M., & Efunbumi, O. (2015). Underage access to online alcohol marketing content: a YouTube case study. *Alcohol and alcoholism*, 50(1), 89-94.
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012). *Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy*, 261-271
- Bilgin, B. (1998). *Eğitim Bilimi ve Din Eğitimi*, Ankara: Gün Yayınları, s. 68.
- Büyüköztürk, Ş. *Örnekleme Yöntemleri*, (n.d.)
- Chimiliar, L. (2010). Multiple Case Designs. *Encyclopedia Of A Case Study Research*, 582- 583.
- Christoper, C. (2011). "Using Online Advertising to Increase The Impact of a Library Facebook Page", *Library Management*, 32: 361-370

- Chu, S. C. (2011). "Viral advertising in social media: Participation in Facebook groups and responses among college-aged users." *Journal of Interactive Advertising* 12: 30-43
- Doğru Veri, (2022). *Dünyada Kaç Milyon Kişi Hangi Dine İnaniyor?*, Erişim adresi: <https://dogruveri.com/dunyada-kac-milyon-kisi-hangi-dine-inaniyor/>,
- Eğitim Bakanlığı (MEB), (2021). "Türk Eğitim Sisteminde Din Öğretimi, İmam Hatip Okulları", Din Öğretimi Genel Müdürlüğü, Ankara, s. 12, Erişim adresi: [https://dogm.meb.gov.tr/pdf/Tanitim\\_Kitapciği\\_EN.pdf](https://dogm.meb.gov.tr/pdf/Tanitim_Kitapciği_EN.pdf),
- Genç, M.F. (2015). "2013 ve 2071 Türkiye'sinde İmam Hatip Liseleri", *Eğitime Bakış*, Eğitim Bir-Sen, Yıl 11, Sayı 35, s. 20.
- Gökaçtı, M.A. (2003). *Türkiye'de Din Eğitimi ve İmam Hatipler*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Gül, A.R. (2016). "Yüksek Din Eğitimi Kurumlarında Değişim ve Yenilenmenin Gereğçeleri", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, V(2016), s. 7.
- Güngör, A.B. ve Koçak, O. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Akademik Erteleme Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi/JRES*, 7(2),397-419.
- Heinonen, K. (2011). Customer Activity in Social Media: Managerial Approachers to Consumers' Social Media Behavior, *Journal of Consumer Behavior*, 10, 356-364
- Hitchcock, G. and Hughes, D. (1995). *Research And The Teacher: A Qualitative Introduction To School Based Research*. Psychology Press.
- <http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf> (Erişim, 08.03.2023)
- İlhan, A. (2022). Serbest Zaman Etkinliklerine Katılan Bireylerin Kendini Gerçekleştirme Düzeyleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kalafatoğlu, Y. (2011). *Sosyal Medya ve E-Pazarlama İlişkisi*, s. 17.
- Kapan, K. ve Üncel, R. (2020). Gelişen WEB Teknolojilerinin (WEB 1.0- WEB 2.0- WEB 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi (Saffron Journal of Culture and Tourism Researches)*, 3(3): 276-289.
- Karadağ, N. (2016), Dünyanın En İlginç Dinleri, Erişim adresi: [www.mailce.com](http://www.mailce.com),
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.

- Komito, L., Bates, J. (2009). "Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin", *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, Vol. 61, No: 3.
- Korkmaz, M. (2013). "Yaygın Din Eğitimcisi Yetiştirme Açısından İlahiyat Fakülteleri Lisans Programının Değerlendirilmesi", *Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu*, Ankara, 1/233.
- Küçükbaşmacı, G. (2013). Elektronik Çağda Sözü Satıcıları: Radyo ve Televizyon. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 8/4 Spring, 1063-1080.
- Levy, A. (2017). "Influencers: A Fashion and Retail Focus", <https://www.launchmetrics.com/resources/blog/state-of-influencer-marketing-2017>,
- Mermutlu, B. (2018). "İmam Hatip Liselerinin Seküler Açmazı", *Akademik Araştırmalar Dergisi*, C. 10, S. 38, Kaşgarlı Mahmut Özel Sayısı.
- Neti, S. (2011). Social Media and its Role in Marketing, *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, 1(2): 1-15
- Ok, Ü. (2006).Türkiye’de Din Psikolojisi: Neredeyiz ve Nereye Gidebiliriz?, *İslami Araştırmalar*, s. 16.
- Öcal, M. (1998). "Cumhuriyet Döneminde Türkiye’de Din Eğitimi ve Öğretimi", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(7), s. 241.
- Özdemir, S. (2019). "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin İlahiyat Programı ile İlgili Görüşleri: SDÜ İlahiyat Örneği", *AİBÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(13).
- Qualman, E. (2009). "Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business". New Jersey
- Seggie, F. ve Bayyurt, Y. (2015). *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları*. Anı Yayınları.
- Temel İslam Bilimleri, (2022). Kastamonu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Kastamonu, Erişim adresi: <https://ilahiyyat.kastamonu.edu.tr/index.php/tr/temel-islam-bilimleri/ders-programi>,
- Tosun, C. (2015). *Müzakereler*, (Ed. S. Akyürek), Bugünün İlahiyatı Nasıl Olmalıdır?- Sorunlar ve Çözümleri, Çalıştay Tebliğ ve Müzakereler kitabı içinde, (ss. -90), Ensar Neşriyat, İstanbul, s. 89.
- Turan, İ. (2008). "Cumhuriyet Türkiye’sinde Din Eğitimi Politikaları", *Din Bilimleri Akademik Araştırmaları Dergisi*, 19(2), s. 271.
- Weber, R. P. (1989). *Basic Content Analysis*, Sage, London.

Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.

Yin, R. K. (2003). *Case Study Research Design and Methods* (3. Baskı). London: Sage Publications.





## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler:

Soyadı, Adı : ACIERİK, Suat

Uyruğu : TÜRKİYE CUMHURİYETİ

Eğitim :

| <u>Derece :</u>       | <u>Eğitim Birimi:</u>          | <u>Mezuniyet Tarihi</u> |
|-----------------------|--------------------------------|-------------------------|
| <u>Lisans :</u>       | Anadolu Üniversitesi Sosyoloji | 2018                    |
| <u>Yüksek Lisans:</u> | İstanbul Gelişim Üniversitesi  | 2023                    |