MÜTEFEKKİR
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ İLAHİYAT FAKÜLTESİ DERGİSİ
AKSARAY UNIVERSITY JOURNAL of THE FACULTY of THEOLOGY
e-ISSN: 2148-8134 • cilt / volume: 13 • sayı / issue: 25 • Haziran / June 2026 • 219-241

Üniversite Öğrencilerinin Sanal Ortamlardan Dinî Bilgi Edinme Sürecine Yönelik Nitel Bir Araştırma

Şeref GÖKÜŞ
Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Antalya/Türkiye, serefgokus@akdeniz.edu.tr, https://orcid.org/0000-0003-3322-0723, doi: https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129
Mukadder AYTEN
Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Antalya/Türkiye, aytenmukadder@gmail.com, https://orcid.org/0009-0000-5130-9292, doi: https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129
Zahide YILMAZ
Dr., Bağımsız Araştırmacı, zzhdylmz@gmail.com, https://orcid.org/0000-0002-9516-7924, doi: https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129

Araştırma Makalesi

Süreç
Geliş Tarihi: 25.01.2026
Kabul Tarihi: 30.04.2026
Yayın Tarihi: 16.06.2026

Hakem Değerlendirmesi:
Bu makale, en az iki dış hakem/çift taraflı kör hakem tarafından incelenmiştir.
Benzerlik taraması:
Bu makale iThenticate ile taranmış ve intihal içermediği teyit edilmiştir.
Etik Beyan:
Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulmuştur.
Tarafsızlık:
Yazarlar, makale değerlendirme ve yayın sürecinin hiçbir aşamasına müdahil olmamış, hakemleme süreci bilimsel tarafsızlık ilkelerine sadık kalınarak tamamlanmıştır.
Finansman:
Yazarlar, bu araştırmayı desteklemek için herhangi bir dış fon almadığını kabul eder.
Çıkar Çatışması:
Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan eder.
Yazar Katkı Oranı:
Çalışmada yazar katkı oranları 1. Yazar %50, 2. Yazar %30, 3. Yazar %20'dir.
Yapay Zekâ Beyanı:
Bu çalışmanın hazırlanmasında yapay zekâ araçları kullanılmamıştır.

Öz

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sanal ortamlardan edindikleri dinî bilgilere yönelik görüşlerini nitel bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma durum desenine göre tasarlanmış, veriler Akdeniz Üniversitesinde sosyal bilimler alanında öğrenim gören 27 lisans öğrencisinden yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla elde edilmiş, mülakatlar araştırmacılar tarafından yüz yüze ve online şekilde gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler, Maxqda 2024 nitel veri analiz programı kullanılarak çözümlenmiştir. Çalışma neticesinde katılımcıların sanal dünyaya ayırdıkları günlük vaktin "5 saat ve üzeri" alt kodunda yoğunlaştığı; dijital mecraları eğitim/bilgi almak, sosyalleşmek/iletişim kurmak, gündemi takip etmek, eğlenmek/rahatlamak, kendini tanıtmak ve mesleki amaçlarına yönelik kullandıkları belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin sanal ortamda dinî içerikler için ayırdığı vaktin "30 dk-1 saat" arasında olduğu; genellikle inanç, ibadet ve ahlakla alakalı paylaşımlarla ilgilendikleri tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin dijital mecralardan dinî bilgi edinmek amacıyla internet tarayıcılarına, YouTube, Instagram, X platformu (Twitter), TikTok ve üretken yapay zekâ uygulamalarına başvurdukları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma grubundaki katılımcılar, dinî bilgi arayışlarında, kullandıkları söz konusu dijital platformlar üzerinden belirli kişi, sayfa ve siteleri takip ettiklerini de ifade etmişlerdir. Katılımcıların sanal mecralardaki dinî içeriklere maneviyatı güçlendirmesi, bilgilendirici olması gibi sebeplerden ötürü pozitif yaklaşım sergilediği; dinden uzaklaştırması, objektif olmaması, dinî sömürüye sebebiyet vermesi gibi gerekçelerden dolayı olumsuz yaklaştığı belirlenmiştir. Araştırma bulguları, katılımcıların sanal ortamları yalnızca sosyalleşmek maksadıyla kullanmadığını, dijital araçların dinî öğrenme süreçlerinde öğrencilerin yardımcısı konumunda bulunduğunu göstermektedir. Gençlerin ilgili öğrenmelerinin desteklenmesi için dijital mecralarda resmi kuruluşların denetleyici konumda olduğu, uzman kişilerin dinî içerik oluşturduğu dinamik bir uygulama geliştirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, Sanal Ortam, Dijital Araçlar, Dinî Bilgi, Üniversite Öğrencileri.

Atıf
Göküş, Şeref, Ayten, Mukadder, Yılmaz, Zahide. "Üniversite Öğrencilerinin Sanal Ortamlardan Dinî Bilgi Edinme Sürecine Yönelik Nitel Bir Araştırma". m*ütefekkir 13*/25 (2026), 219-241 https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129.

Bu eser Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International lisansı altında lisanslanmıştır.

A Qualitative Study on University Students' Process of Acquiring Religious Knowledge from Virtual Environments

Şeref GÖKÜŞ
Associate Professor, Akdeniz University, Faculty of Theology, Antalya/Türkiye, serefgokus@akdeniz.edu.tr, https://orcid.org/0000-0003-3322-0723, doi: https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129
Mukadder AYTEN
Ph.D. Student, Akdeniz University, Faculty of Theology, Antalya/Türkiye, aytenmukadder@gmail.com, https://orcid.org/0009-0000-5130-9292, doi: https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129
Zahide YILMAZ
Ph.D., Independent Researcher, zzhdylmz@gmail.com, https://orcid.org/000-0002-9516-7924, doi: https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129

Research Article

History
Received: 25.01.2026
Accepted: 30.04.2026
Published: 16.06.2026

Referee Assessment:
This article has been reviewed by at least two external reviewers/double-blind reviewers.
Plagiarism:
This article has been scanned with iThenticate and verified to be free of plagiarism.
Ethical Statement:
This study was prepared in accordance with scientific and ethical principles.
Impartiality:
The authors has not been involved in any stage of the article evaluation and publication process; the peer review process has been completed in accordance with the principles of scientific impartiality.
Funding:
The authors acknowledges that they received no external funding in support of this research.
Competing Interests:
The authors declares that have no competing interests.
Author Contribution Ratio:
In this study, the authors' contribution shares are as follows: First Author 50%, Second Author 30%, Third Author 20%.
Artificial Intelligence Statement:
Artificial intelligence tools were not used in the preparation of this study.

Abstract

This study aims to examine university students' views on religious knowledge acquired from virtual environments using a qualitative approach. Designed as a case study, the data were collected from 27 undergraduate students majoring in social sciences at Akdeniz University using a semi-structured interview form; the interviews were conducted face-to-face and online by the researchers. The collected data were analyzed using the MaxQDA 2024 qualitative data analysis program. The study found that participants spent most of their time in the virtual world in the "5 hours and above" subcode; they used digital media for education/information, socializing/communication, following current events, entertainment/relaxation, self-promotion, and professional purposes. It was found that university students spent between "30 minutes and 1 hour" on religious content in the virtual environment and were generally interested in posts related to faith, worship, and morality. Additionally, it was concluded that students use internet browsers, YouTube, Instagram, X platform (Twitter), TikTok, and generative artificial intelligence applications to obtain religious information from digital platforms. Participants in the working group also stated that in their search for religious information, they follow specific individuals, pages, and websites through the aforementioned digital platforms. It was determined that participants adopted a positive attitude towards religious content on virtual platforms for reasons such as its ability to strengthen spirituality and provide information; conversely, they adopted a negative attitude due to reasons such as its potential to alienate people from religion, lack of objectivity, and causing religious exploitation. The research findings indicate that participants do not use virtual environments solely for socialising, but that digital tools serve as aids in students' religious learning processes. To support young people's learning in this area, a dynamic application could be developed where official bodies act in a supervisory role and experts create religious content.

Keywords: Religious Education, Virtual Environment, Digital Tools, Religious Knowledge, University Students.

Cite as
Göküş, Şeref, Ayten, Mukadder, Yılmaz, Zahide. "Üniversite Öğrencilerinin Sanal Ortamlardan Dinî Bilgi Edinme Sürecine Yönelik Nitel Bir Araştırma". mütefekkir 13/25 (2026), 219-241 https://doi.org/10.30523/mutefekkir.1871129.

Giriş

İletişim, "bilgi, duygu, düşünce, beceri, kanı, tutum ve davranışların çeşitli yollarla başkalarına aktarımı ve alışverişi" şeklinde açıklanmaktadır. Kelimenin tanımından da anlaşılacağı üzere iletişim süreci çift yönlü etkileşim içeren bir yapı arz etmektedir.[1] İnsanlar arasındaki iletişim, temelde sözlü ifadeler, vücut dili, jest ve mimikler vasıtasıyla sürdürülmektedir. Bununla birlikte bireylerin üç temel iletişim aracına karşılık gelen yazı, görüntü ve sesin iletişim teknolojileriyle birlikte kullanımıyla oluşan medya, çoklu mecralarıyla insanlara hitap eden modern bir iletişim organizasyonunu ifade etmektedir. Medyayı 21. yüzyılda televizyon, sinema, radyo, yazılı basın gibi kitle iletişim araçlarını içeren geleneksel kısmı ile bilgisayar, akıllı telefon, internet gibi ileri iletişim teknolojilerini ihtiva eden yeni medya bölümü şeklinde sınıflandırmak mümkündür.[2] Günümüzde insanlar tarafından yaygın biçimde faydalanılan kitle iletişim aygıtları olan geleneksel medya araçları da sayı tabanlı internet kullanımıyla dijitalleşmeye başlamıştır.[3] Böylece internet ortamında gerçek yaşamı temsil eden sanal bir dünya kurulmuş,[4] insanların gündelik yaşamda gerçekleştirdikleri hizmet ve etkileşimlerin bir kısmının sanal mecralara taşınmasıyla dijitalleşme terimi ortaya çıkmıştır.[5]

İlk kez 1959 yılında dile getirilen dijitalleşme terimi,[6] görüntü ve metin gibi analog verilerin elektronik ortama aktarılması anlamına gelmektedir. Bilgisayar teknolojisinin benimsenmesi veya kullanımının artması şeklinde vücut bulan dijitalleşme, "mevcut ürünleri veya hizmetleri dijital varyantlara dönüştürme ve böylece somut ürüne göre avantajlar sunma yeteneği" olarak da bilinmektedir. Bazı kişi veya çevrelerce sanayi devriminin etkisine benzer bir toplumsal dönüşüm gücü gibi değerlendirilen dijitalleşme hem yakın hem de uzun vadede toplumu değiştiren önemli bir faktördür.[7] Bununla birlikte dijitalleşme süreci, başta eğitim olmak üzere birçok alanda değişime neden olmakta,[8] ilgili değişim bireylerin günlük hayatta bilişim teknolojilerini her geçen gün daha fazla kullanmasıyla artarak devam etmektedir.[9] Bahsi geçen sürecin bir sonucu olarak iletişim biçimlerinde de gelişmelerin yaşandığı, kişilerarası yazılı haberleşme şekillerinin günümüzde çoğunlukla dijital iletişime doğru evrildiği görülmektedir.[10]

İletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler, kişilerin karşılıklı etkileşimde bulunmasını ve bilgi almasını daha dinamik bir şekle büründürmüştür. Söz konusu teknolojiler vasıtasıyla internet ve sosyal medyada bireyler malumatlara kolay biçimde ulaşabilmekte, düşüncelerini rahatlıkla açıklama fırsatı yakalayabilmekte, sosyal bir varlık olmasından kaynaklanan "dikkate alınma", "değer görme", "ilgi çekme" ve "öğrenme" gibi ihtiyaçlarını giderme imkânı bulabilmektedir.[11] Bunun yanı sıra internet, dinî amaçlı olarak 1980'lerden itibaren manevi ritüellerin düzenlendiği ve geleneksel dinî inançların sorgulandığı bir ortam halini almıştır. Rheingold'ın, Bulletin Board Systems (BBS) vasıtasıyla gerçekleştirilen ilk dinî yönelimli etkinlikleri belgelemesi bu sürece örnek teşkil etmektedir. 1990'lı yılların başında, "Web 1.0" olarak da adlandırılan, yalnızca görüntülenebilen içeriklerden oluşan web siteleri, e-posta ve dizin hizmetlerinin gelişmesi, 2004 yılında Facebook gibi sosyal medya platformlarının kurulması ve aynı dönemde paradigmanın "Web 2.0"a geçişiyle birlikte dijitalleşme

1 Ahmet Koç, *Din Eğitiminde Etkili İletişim* (İstanbul: Rağbet Yayınları, 2016), 14.
2 Nurullah Bora, *Sosyal Medya Vaizliği Din Eğitimi Perspektifinden Bir Araştırma* (Bursa: DTA Yayıncılık, 2025), 59-60.
3 Zehra Eminoğlu, *İslâm Hukuku Açısından Dijital Medyada Kişisel Hakların Korunması* (Ankara: Fecr Yayınları, 2025), 45.
4 Zeynep Kayseri, *Sosyal Medya Vaizliği: Amerika ve Türkiye Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 11.
5 Yücel Namal-Rabia Arı, "Dijitalleşen İletişim ve Enfokrasi Bağlamında Fransa Protestolarının Eleştirel Söylem Analizi: Nahel Merzouk Protestoları", *Düşünce Dünyasında Türkiz* 15/1 (2024), 102.
6 Serap Türkyılmaz, "Dijital Dönüşümün İşletmeler Üzerindeki Etkisi", *İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 12/1 (2024), 279.
7 Päivi Parviainen vd., "Tackling The Digitalization Challenge: How To Benefit From Digitalization İn Practice", *International Journal of Information Systems and Project Management* 5/1 (2017), 64.
8 Zehra Eminoğlu, "Makâsıdü'ş-Şerîa Bağlamında Dijital Dünyada Aklın Korunması", *Burdur İlahiyat Dergisi* 6 (2023), 67.
9 Türkyılmaz, "Dijital Dönüşümün İşletmeler Üzerindeki Etkisi", 281.
10 Oktay Tavas vd., "Dijital Dönüşüm Sürecinde İnsan İlişkilerine Örgütler Bağlamında Kavramsal Bakış", *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi* 6/11 (2022), 51.
11 Şakir Eşitti, "Bilgi Çağında Problemli İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemli İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 49 (2015/II), 76.

süreci önemli bir ivme kazanmıştır.[12] Çeşitli sanal mecralarda dinî inanışların farklı tezahürlerinin oluşması, ilgili ortamı inanç sistemleri hakkında bilgi edinilebilen bir kaynak haline getirmiştir.[13]

Yaşanılan çağda Instagram, YouTube, X platformu (Twitter) gibi sosyal medya araçlarının çevrimiçi ve çevrimdışı videoları, yazılı veyahut görsel içerikleri paylaşım imkânı sunması, kişilerarasında etkileşimli şekilde birçok dinî konunun gündeme gelmesini sağlamıştır. Bu uygulamalar vasıtasıyla dinî malumatlar hakkında içerik paylaşan hesaplar geniş kitlelere ulaşarak takip edilebilmiş, dinî sohbetler yapılabilmiş, canlı yayınlarla uzaktan eğitimler gerçekleştirilebilmiştir.[14] Yeni medya araçlarıyla dinî kaynakların yazılı ya da görsel içerikli dijital ortamlara aktarılması, bireylerin dinî materyallere çevrimiçi ulaşabilmesine, manevi yaşamın kişiselleştirilmiş uygulamalarla canlı tutabilmesine de imkân tanımıştır.[15] Bununla birlikte dijitalleşmenin etkisiyle dinî kişi ya da kurumlar web siteler vasıtasıyla kitlesel ölçekte toplumun her kesimine dinî dokümanları yayınlayabilme fırsatı yakalamıştır.[16] Bahsi geçen tüm bu gelişmeler kişilerin ilgili ortamlarda yer alan dinî bilgi arayış etkinliklerinin incelenmesini ve bu konuda bireylerin görüşlerinin değerlendirilmesini gerekli kılmıştır.

Yapılan literatür taraması sonucunda Kandemir ve Toprak'ın 18-25 yaş arası üniversite öğrencilerinin dinî referans dünyasında dijital mecraların rolünü incelediği,[17] Demir'in ilahiyat fakültesi öğrencilerinin dinî bilgi edinme kaynağı olarak sosyal medya kullanımını ele aldığı,[18] Bildik'in İstanbul'daki 15 yaş üzeri bireylerle din sosyolojisi bağlamında dinî bilgi edinme sürecinde sosyal medyayı araştırdığı,[19] Çuhadar'ın ise Türkiye genelinde farklı kuşakların dinî içerikli internet platformlarını kullanma motivasyonları ve pratiklerini incelediği[20] çalışmalara ulaşılmıştır. Söz konusu çalışmaların tümünün nicel araştırma modeline göre tasarlandığı ve farklı özelliklere sahip katılımcılardan anket formuyla veri toplandığı görülmektedir. Ancak alanyazında sosyal bilimler alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri özelinde sanal ortamlarda yer alan dinî bilgilere yönelik görüşleri nitel yaklaşımla derinlemesine inceleyen ve yorumlayan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırma, din eğitimi sahasında yer alan bahsi geçen literatür boşluğunu doldurması ve alan uzmanlarının dijital ortamlarda yürütülen yaygın din eğitimi faaliyetlerine yönelik yeni yaklaşımlar geliştirmesine katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışma, üniversite öğrencilerinin sanal platformlarda bulunan dinî bilgiler hakkındaki görüşlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel problemini ise "üniversite öğrencilerinin sanal ortamlardaki dinî bilgilere yönelik görüşleri nelerdir?" sorusu oluşturmaktadır.

1. Yöntem

1.1. Araştırma Modeli

Çalışma, nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan ve belirli bir konuyu ya da birden fazla durumu nasıl ve neden sorularından hareketle derinlemesine inceleme ve yorumlama imkânı sağlayan durum çalışma modeli kullanılarak hazırlanmıştır.[21] Araştırmanın durumu, "sosyal bilimler alanında öğrenim gören lisans öğrencilerinin sanal ortamlardan dinî bilgi edinme sürecine yönelik görüşleri" şeklinde belirlenmiştir. Zira bahsi geçen durum toplumdaki bireylerden ziyade sosyal bilimler alanında

12 Mehmet Haberli, "Gutenberg'den Zuckerberg'e Medya ve Din: Panoramik Bir Bakış", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 5/2 (2022), 394; Heidi Campbell, "Religion And The Internet", *Communication Research Trends* 25 (2006), 4.

13 Mustafa Çuhadar, *Dini İçerikli İnternet Platformlarını Kullanma Motivasyonları ve Pratikleri: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma* (Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023), 74-76.

14 Bora, *Sosyal Medya Vaizliği Din Eğitimi Perspektifinden Bir Araştırma*, 104-105.

15 Haberli, "Gutenberg'den Zuckerberg'e Medya ve Din", 394.

16 İlyas Erpay, "Değişen Eğitim Paradigmasında Dijitalleşme ve Dijital Neslin Din Eğitimi", *Eğitim ve Sosyal Yönleriyle Değişim Çağı: Yenilikçi ve Güncel Yaklaşımlar,* ed. İlyas Erpay-Musa Çakır (Ankara: Astana Yayınları, 2020), 38.

17 Sibel Kandemir-Hicret K. Toprak, "Gençlerin Dinî Referans Dünyası ve Dijital Medya", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 64/2 (2023), 557-590.

18 İsmail Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)* (Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019), 1-171.

19 Elif Bildik, *Dini Bilgi Edinme Sürecinde Sosyal Medya* (İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 1-150.

20 Çuhadar, *Dini İçerikli İnternet Platformlarını Kullanma Motivasyonları ve Pratikleri: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma*, 1-317.

21 Şener Büyüköztürk vd., *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2013), 21.

üniversite öğrenimi gören kişiler üzerine odaklanmakta, ilgili öğrencilerin dijital ortamlarda bulunan dinî içeriklere yönelik görüşlerini derinlemesine anlamayı ve yorumlamayı hedeflemektedir.

1.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Akdeniz Üniversitesinde sosyal bilimler alanında eğitim veren altı fakültede (Edebiyat Fakültesi, Eğitim Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İlahiyat Fakültesi ve İletişim Fakültesi) öğrenim gören 14 kız ve 13 erkek olmak üzere toplamda 27 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Amaçsal örnekleme yöntemiyle belirlenen çalışma grubu, sosyal bilimler alanında öğrenim gören bireylerin aldıkları eğitim gereği eleştirel düşünme, kaynak analizi ve toplumsal olayları yorumlama becerilerinin daha güçlü olacağı varsayıldığından tercih edilmiştir. Zira araştırmanın odağını oluşturan dinî bilgi ediniminde kullanılan dijital araçların soyut ve disiplinler arası bir yapıya sahip olmasından dolayı ilgili alanda eğitim gören öğrencilerin teorik altyapılarının yani epistemolojik birikimlerinin avantaj sağlayabileceği düşünülerek belirlenmiştir.[22] Lisans öğrencilerinin mülakat sorularına verdikleri yanıtların veri doyumuna ulaşması ile görüşmeler sonlandırılmıştır. Bahsi geçen öğrencilere ait demografik bilgiler ise Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Kod	Yaş	Mezun Olunan Lise	Anne Öğrenim Durumu	Baba Öğrenim Durumu	Aylık Gelir Durumu	Öğrenim Gördüğü Fakülte	Sınıf düzeyi
K1	27	Anadolu Lisesi	Üniversite	Üniversite	150.000	İlahiyat	4
K2	37	Düz Lise	İlkokul	Lise	42.000	İlahiyat	2
K3	22	Anadolu Lisesi	İlkokul	İlkokul	66.000	İktisat	4
K4	20	Anadolu Lisesi	Ortaokul	Ortaokul	22.000	İktisat	2
K5	20	Anadolu Lisesi	Lise	Ortaokul	50.000	Eğitim	2
K6	21	Fen Lisesi	Ortaokul	Üniversite	60.000	Eğitim	1
K7	21	İmam Hatip Lisesi	Üniversite	Lise	60.000	Eğitim	4
K8	19	Anadolu Lisesi	Lise	Lise	55.000	İletişim	1
K9	19	Anadolu Lisesi	Ortaokul	Ortaokul	70.000	İletişim	2
K10	21	Anadolu Lisesi	İlkokul	İlkokul	20.000	Edebiyat	4
K11	20	İmam Hatip Lisesi	Ortaokul	Üniversite	51.000	İktisat	1
K12	23	Fen Lisesi	İlkokul	İlkokul	22.000	Edebiyat	3
K13	22	Sosyal Bilimler Lisesi	İlkokul	Ortaokul	60.000	İletişim	3
K14	20	Meslek Lisesi	Ortaokul	Lise	15.000	İletişim	3
E1	25	İmam Hatip Lisesi	Ortaokul	İlkokul	30.000	İlahiyat	3
E2	24	Anadolu Lisesi	Lise	Lise	5.000	İktisat	4
E3	20	Meslek Lisesi	Lise	İlkokul	40.000	Eğitim	2
E4	21	Proje İHL	İlkokul	İlkokul	17.000	İktisat	3
E5	21	Anadolu Lisesi	İlkokul	Ortaokul	3.000	Eğitim	3
E6	22	Anadolu Lisesi	Lise	Lise	23.000	İlahiyat	1

[22] Büyüköztürk vd., *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 90-91; Bilgi için bkz. "Müfredat Dersleri", *Akdeniz Üniversitesi* (Erişim 25 Nisan 2026).

E7	21	Anadolu Lisesi	Ortaokul	Lise	100.000	Edebiyat	2
E8	20	Anadolu Lisesi	Lise	İlkokul	22.000	Edebiyat	1
E9	21	Anadolu Lisesi	Lise	Lise	60.000	Hukuk	1
E10	20	Anadolu Lisesi	Üniversite	Üniversite	100.000	Hukuk	2
E11	23	Anadolu Lisesi	Üniversite	Üniversite	100.000	Hukuk	4
E12	28	Açık Öğretim Lisesi	X[23]	İlkokul	12.000	İletişim	4
E13	21	Sosyal Bilimler Lisesi	Üniversite	Lise	100.000	Hukuk	3

1.3. Veri Toplama Süreci

Bulguların elde edilmesinde nitel veri toplama araçlarından biri olan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Söz konusu görüşme türü, belirlenen konuda derinlemesine bilgi toplama ve esnek hareket edebilme imkânı sağlaması açısından tercih edilmiştir.[24] Bu doğrultuda ilgili literatür taranmış ve mülakat soruları oluşturulmuştur. Daha sonra bahsi geçen sorular din eğitim sahasından iki ve alan dışı bir uzmana gönderilmiş, alınan geri bildirimler neticesinde görüşme formu yeniden düzenlenmiştir. Ardından Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun 03.12.2024 tarih ve 521 sayılı kararına istinaden, 11.02.2025-25.03.2025 tarihleri arasında lisans öğrencileriyle yüz yüze ve online şekilde ortalama 15-35 dakika aralığında mülakatlar gerçekleştirilmiş, ilgili öğrenciler görüşme öncesi bilgilendirilmiştir. Görüşmelerin süre aralığının değişkenliği, katılımcılara yöneltilen soruların dinî bilgi edinme süreçleri hakkında olmasından dolayı bazı öğrencilerin konuya hassas yaklaşım sergilemelerinden, yanlış anlaşılabilme kaygısıyla bazı soruları kısa şekilde yanıtlamalarından ve yoğun öğrenim süreçlerinden kısıtlı bir zamanı mülakat için ayırmalarından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte online şekilde gerçekleştirilen görüşmelerden birkaçı 15 dakikada tamamlansa da elde edilen yanıtlar istenilen veri doygunluğuna sahiptir ve bu nedenle çalışma kapsamına alınmıştır.

1.4. Verilerin Analizi

Çalışma neticesinde toplanan veriler, içerik analizi yönteminden faydalanılarak çözümlenmiştir. Bahsi geçen analiz yöntemi, sosyal bilimler sahasında kullanılan ve belirli ilkelere göre kodlamalar yoluyla bir mesajın "objektif ve sistematik" olarak çözümlenmesini sağlaması bakımından tercih edilmiştir.[25] Katılımcılardan elde edilen ses kayıtları önce cinsiyete göre kodlanmış (erkek: E1, kadın: K1), daha sonra metin formuna dönüştürülerek ilgili bulgular Maxqda 2024 nitel veri analiz programı kullanılarak tümevarımcı bir anlayışla çözümlenmiştir.

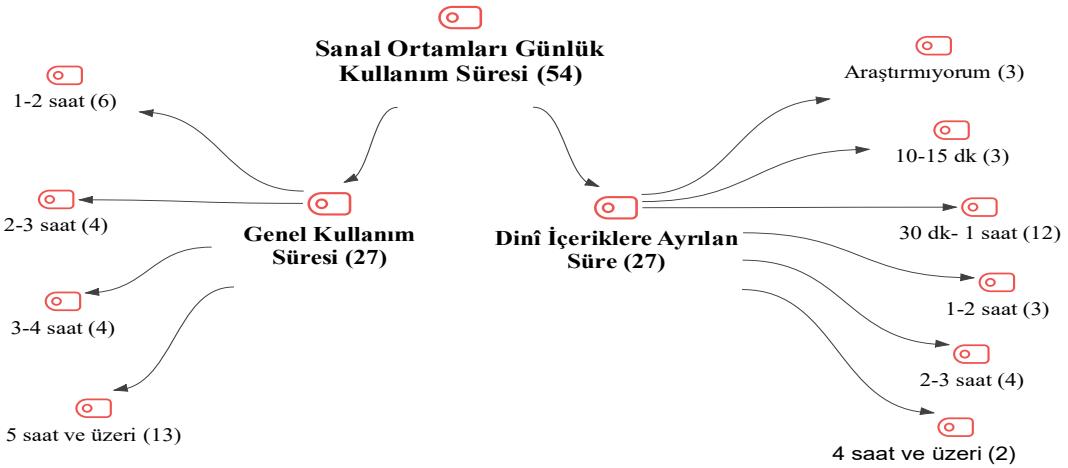
2. Bulgular

2.1. Sanal Ortamların Kullanım Süresi

Üniversite öğrencilerinin sanal ortamlara günlerinin belirli bir bölümünü ayırdıkları, kullanım sürelerinin ise genel ve dinî bilgi edinme amaçlı olmak üzere iki alt kategoride farklılaştığı belirlenmiştir. Bahsi geçen sürelere ilişkin bilgilere Şekil 1'de ayrıntılı biçimde yer verilmiştir.

23 Görüşme esnasında cevap alınamadığı için "X" ifadesi kullanılmıştır.
24 Büyüköztürk vd., *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 152.
25 Büyüköztürk vd., *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 239-244.

Şekil 1: Sanal Ortamları Günlük Kullanım Süreleri



Katılımcıların sanal ortamları günlük kullanım süresi "1-2 saat", "2-3 saat", "3-4 saat" ile "5 saat ve üzeri" olmak üzere dört alt koda ayrılmıştır. Bahsi geçen ortamları 1-2 saat kullandığını ifade eden E10, "Günlük boş vakitlerimde 1-2 saat bakıyorum." şeklinde görüş belirtmiş, K2 ise "Bir saati geçip, 2 saate kadar çıkabiliyor." yorumunda bulunmuştur. Günün büyük bir kısmını sosyal medya platformlarında geçirdiğini dile getiren E4, "Çok sık, günün yarısı telefon elimde Instagram, YouTube gibi uygulamalara bakıyorum. Günde 6-8 saat aralığında diyebilirim." ifadelerini kullanmış, K8 ise "Sanal ortamları sürekli kullanıyorum. Günlük 6 saat falan geçiriyorum." diyerek günün dörtte birini sanal mecralarda geçirdiğini belirtmiştir. Ayrıca genel tabloya bakıldığında erkek öğrencilerin günlük internet kullanım süresi değişkenlik gösterirken, kız öğrencilerin kullanım süreleri 5 saat ve üzeri alt kodunda yoğunlaşmıştır.

Öğrencilerin dinî bilgi edinme amaçlı sanal ortamlara başvurma süresinin genel kullanıma oranla düşük olması dikkat çekmektedir. Söz konusu öğrencilerin ilgili hususta verdiği yanıtlar "Araştırmıyorum", "10-15dk", "30dk-1 saat", "1-2 saat", "2-3 saat" ile "4 saat ve üzeri" olmak üzere altı alt koda ayrılmıştır. Bahsi geçen alt kodlardan üniversite öğrencilerinin tercih sıklığı en fazla olan ise 30 dk-1 saat olarak belirlenmiştir. Bu hususta K3, "… bazen direk dinî bilgi edinmek için yarım saat bir saatimi ayırdığım oldu." yorumunda bulunmuş, E8 ise "Dinî bilgi edinmeye günlük yarım saat veya bir saat kadar zaman ayırıyorum." ifadelerini kullanmıştır. Bununla birlikte üniversite öğrencileri arasında dinî bilgi edinmeye günlük 10-15 dk gibi kısa bir zaman dilimi ayıran kişilerde yer almıştır. İlgili öğrencilerden olan E10, "Dinî bilgiyi almak için direkt girmiyorum ama karşıma bir dinî bilgi çıkarsa onunla ilgili 10-15 dakika araştırma yapıyorum." diyerek sanal ortamlarda zaman geçirirken karşılaştığı dinî malumatlarla alakalı kısa bir sorgulama sürecine girdiğini ifade etmiş, K9 ise "Din konusunda eğer bir şey merak edersem en fazla 10-15 dakika ayırıyorum." şeklinde görüş bildirmiştir.

Sanal ortamlarda dinî bilgi edinme amacıyla 1-2 ya da 2-3 saat zaman geçiren üniversite öğrencileri de mevcuttur. Bu öğrencilerden biri olan K6, dinî konularda araştırma yaparken sağlam bir sorgulama süreci yürütmeye çalıştığını, "Ne kadar doğru olduğundan emin olmak istediğim için bir belki 2 saati bulabiliyor. Bir siteye bakıp şöyleymiş deyip geçmiyorum, daha sonra 4-5 siteye daha bakıyorum yetmiyor anlamıyorsam babamı arayıp soruyorum, tamamı 1-2 saati falan buluyordur." şeklindeki ifadelerle anlatmıştır. Bir diğer katılımcı olan E7 ise "Din yani teoloji veya din felsefesi üzerine yazılmış bir makaleyle ilgilendiğim günlerde makaleyi okumam 2-3 saatimi alıyor." şeklinde görüş bildirmiş, akademik kaynakları incelediğini ve araştırma yaptığı konuyla alakalı notlar tutuğunu dile getirmiştir.

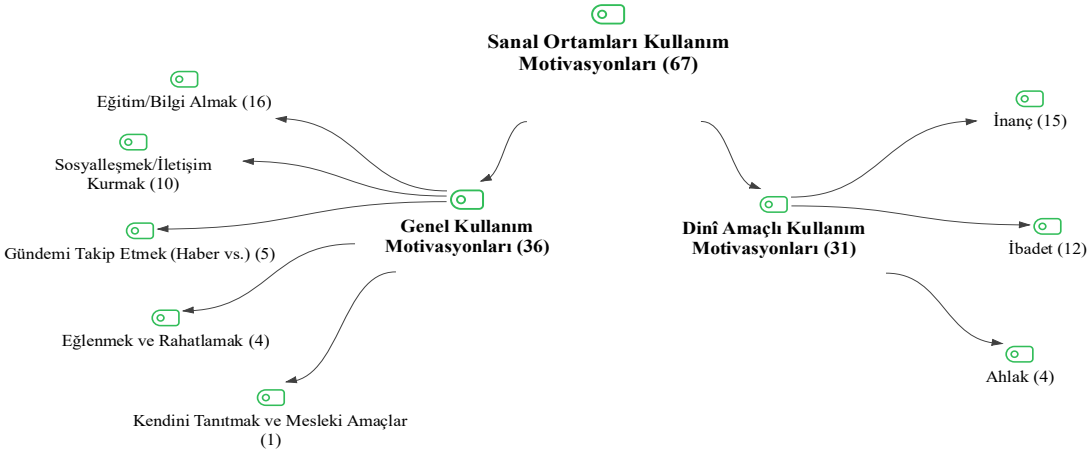
Katılımcıların interneti, dinî bilgi edinme amaçlı kullanım süresinde dikkat çeken bir başka nokta erkeklerin kızlara oranla bu konuya daha fazla zaman ayırmasıdır. Zira dinî bilgi almak için kız öğrenciler arasında 4 saat ve üzeri zaman ayıran kimse bulunmazken bazı erkek öğrenciler bu hususa merak duymaları halinde uzun zaman dilimleri ayırabileceklerini ifade etmişlerdir. Söz konusu öğrencilerden olan E6, "Derin ve zorlandığım bir konuysa hemen hemen bir günümü çok rahat veririm

ama daha basit bir konuysa birkaç saatimi alır. Ortalama 4 saatim gidiyordur." diyerek merakını giderene dek araştırmaya devam ettiğini dile getirmiştir. E3 ise "Oturup araştırmaya başladıysam herhangi bir dinî bilgiyi, tüm günümü onunla geçirebilirim." şeklinde görüş bildirmiştir. Bununla birlikte bazı katılımcıların dinî bilgi almak için internet ve sosyal medya platformlarına hiç başvurmadığı görülmüştür. Söz konusu öğrencilerden olan E13, "Dinî bilgi edinmek için hiç zaman ayırmıyorum." diyerek sanal ortamlardan dinî bilgi alma gayesi içerisinde olmadığını belirtmiştir. K12 ise "Dinî bilgileri sanal ortamdan araştırmam. Kur'an'a bakarım, kitaplara bakarım, hadis kitaplarına bakarım, tefsirlere bakarım. Kim ne demiş, büyük düşünürler nasıl anlatmış bunu diye." ifadeleriyle sanal ortamlar yerine yazılı kaynaklara yöneldiğini dile getirmiştir.

2.2. Sanal Ortamların Kullanım Motivasyonları

Yapılan görüşmeler sonucunda, üniversite öğrencilerinin sanal ortamları genel anlamda eğitim/bilgi almak, sosyalleşmek/iletişim kurmak, gündemi takip etmek, eğlenmek ve rahatlamak ile kendini tanıtmak ve mesleki amaçlar maksadıyla; dinî alanda ise inanç, ibadet ve ahlakla alakalı konularda araştırma yapmak için kullandıkları belirlenmiştir. Söz konusu ayrıma dair bilgilere Şekil 2'de yer verilmiştir.

Şekil 2: Sanal Ortamları Kullanım Motivasyonları



Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin sanal ortamları çeşitli konular hakkında bilgi almak, araştırma yapmak ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak eğitimleri takip etmek amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Bahsi geçen öğrencilerden olan E9, "Ders anlatımlarını dinliyorum veya tartışmalı konular varsa onlara bakıyorum." diyerek öğrenim gördüğü bölüme yönelik ders videolarını takip ettiğini ve sorgulama gerektiren meselelerle alakalı içerikleri incelediğini ifade etmiştir. Bir diğer katılımcı olan K11, "Bu aralar daha çok böyle kod öğrenmek, dil öğrenmek için kullanıyorum." şeklindeki söylemiyle kişisel ve mesleki yeterliliklerini arttırmak amacıyla sanal mecralardan yararlandığını dile getirmiştir. "Biraz daha kendimi geliştirmek adına mesela insanların duygu düşünceleri ya da psikolojik rahatsızlıkları üstüne araştırma yapıyorum..." diyen K9 ise öz gelişimine yatırım yaptığını belirtmiştir. Bununla birlikte "…hava durumuna ya da o gün hangi kombini yapsam diye bakıyorum." ifadelerini kullanan K6, günlük hayatı kolaylaştıracak bilgiler edinmek için sanal ortamlardan faydalandığını söylemiştir.

Üniversite öğrencilerinin sanal ortamları kullanım amaçlarından biri de sosyalleşmek/iletişim kurmaktır. Söz konusu gaye doğrultusunda sanal mecralara girdiğini söyleyen K5, "Genellikle sosyal medyayı arkadaşlarımla iletişim için kullanıyorum." şeklinde ifadeler kurmuştur. E5 ise "Sanal ortamlara daha çok vakit geçirmek, arkadaş ortamlarında konuşmak, sosyalleşmek için başvuruyorum." yorumunu yapmıştır. Bununla birlikte sosyal medya platformlarını arkadaşlarının yaptıklarından haberdar olmak ya da güzel vakit geçirerek eğlenmek için kullanan katılımcılar da mevcuttur. Söz konusu öğrencilerden olan E12, "Bazen eğlenmek, kafa dağıtmak için de kullandığım söylenebilir." şeklinde görüş belirtmiştir. Akranlarının paylaşımlarını takip ettiğini söyleyen K7 ise "Instagram'a genellikle bakıyorum, arkadaşlarım ne yapmış diye." ifadeleriyle sosyalleşme amacını dile

getirmiştir. Ayrıca K8, "Sanal ortamları aslında daha çok kendimi tanıtmak ve kendi mesleğimi göstermek için kullanıyorum." diyerek sanal mecralardan tanınırlık ve mesleki amaçlar doğrultusunda yararlandığını söylemiştir.

Gündemi takip etmek, üniversite öğrencilerinin sanal ortamlara başvurma amaçlarından bir diğeri olarak tespit edilmiştir. İlgili gerekçe kapsamında sanal ortamlardan yararlandığını ifade eden E10, "Sanal ortamlara genelde gündemi takip etmek için giriyorum." şeklinde görüş belirtmiştir. Bir başka katılımcı olan K1 ise ulusal ve uluslararası nitelikte haber değerine sahip bilgiler edinmek maksadıyla internet ve sosyal medyadan yararlandığını dile getirmiş, "Spor haberlerine çok bakıyorum." ifadeleriyle de farklı spor dallarıyla alakalı gelişmeleri sanal ortamlardan öğrendiğini söylemiştir. Bununla birlikte K4, "… Instagram, TikTok gibi şeyler de çok vaktimi alıyor. Çünkü şu an asıl gündem oralarda dönüyor. Ayrıca yurtta kalıyorum ve televizyon yok, bilgisayar yok. Sadece telefon olduğu için her şeyi oradan takip edebiliyorum." diyerek güncel haberlerin sosyal medya platformlarında yer aldığını, kendisinin de mevcut şartlarından ötürü gündemi takip ederken bu mecralardan faydalandığını ifade etmiştir.

Katılımcıların sanal ortamlar vasıtasıyla dinî bilgi edindiği meselelerin başında inanç konusu gelmektedir. Söz konusu öğrenciler sanal mecralardan Tanrı'nın varlığı, metafizik konuları, ilahi metinler, kadının İslam'daki rolü, ibadetlerin yapılış gayeleri, mezheplerin itikadî görüş farklılıkları, ahlakın temellendirilmesi ve dinlerin gönderiliş amaçları gibi çeşitli inanç meseleleriyle ilgili bilgileri araştırmaktadır. Örneğin "Ben hemen hemen bütün dinleri araştırıyorum." diyen K3, sanal ortamlarda karşılaştığı farklı inançlar hakkında sorgulamalar yaptığını ve daha önce sosyal çevresinde bahsedilmeyen ilahî metinlerle alakalı yeni şeyler öğrendiğini "İncil'in bu kadar katı kuralları var mı diye araştırdığımda evet gerçekten de katı kuralları olduğunu görmüştüm." söylemleriyle dile getirmiştir. E4 ise "… Kur'an'da dağların olduğu yerlerde zelzele olmaz deniyor ama Celal Şengör de diyor ki hayır, tam tersine nerede dağ daha çoksa orada zelzele daha fazla olur. Onunla alakalı ayetlere gidiyorum, okuyorum manası acaba öyle mi diye bakıyorum." diyerek sanal mecralarda Kur'an ve bilim ilişkisi üzerine araştırmalar yaptığını ifade etmiştir.

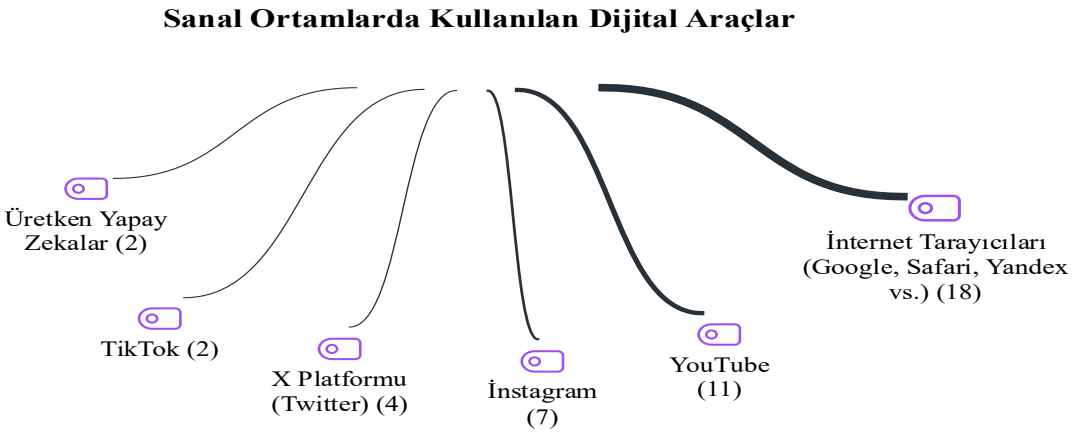
Üniversite öğrencilerinin sanal mecraları dinî amaçlı kullanım alanlarından birini de ibadet alt kodu oluşturmaktadır. Bahsi geçen hususta sorgulamalar yaptığını belirten E9 "En son merak ettiğim dinî konu ibadetle ilgiliydi. Youtube'dan ve Google'dan teravih namazının nasıl kılındığını araştırmıştım." şeklindeki ifadeleriyle videolar izleyerek ve internet tarayıcılarını kullanarak merak duyduğu dinî meselelerle alakalı araştırmalarda bulunduğunu söylemiştir. Bir diğer katılımcı olan K7, "Fıkıh. Genelde kadın çalışabilir mi ya da kadınların özel durumlarıyla ilgili şeyleri araştırıyorum." diyerek günlük hayatla ilgili fıkhî hükümleri öğrenmek amacıyla sanal mecralara başvurduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte Diyanet İşleri Başkanlığının internet sitesinden oruç ibadetiyle ilgili araştırmalar yaptığını söyleyen K14, "Eğer oruç tutamayacak kadar hasta ve yaşlı değilse fidye vermesi gerekmiyormuş, sadece tövbe edebiliyormuş ve kazasını yapması gerekiyormuş bunu öğrendim. Ama ben bunun tam tersini biliyordum. Keyfi oruç tutmayanlar da para verebiliyor sanıyordum." şeklindeki sözleriyle sanal ortamların, ibadetler konusunda yanlış bildiği doğrularını düzeltmesine yardımcı olduğunu ifade etmiştir.

Ahlaka dair konular, sanal ortamlarda üniversite öğrencilerinin yöneldiği bir diğer dinî alanı oluşturmaktadır. Bahsi geçen konuya daha fazla zaman ayırdığını söyleyen K1, "… Müslüman olmayan ne kadar ahlaklı olabiliyor falan böyle tartışma programları oluyor, iki kişi çağırıyorlar onlara çok bakıyorum. O yüzden daha çok ahlak boyutunda açıkçası." sözleriyle ahlak felsefesiyle ilgili sorgulamaların yer aldığı dinî içerikleri takip ettiğini dile getirmiştir. Bir diğer katılımcı olan K2 ise "Onun ahlakıyla ahlaklanmaya çalışmak bir nevi. Çünkü bu şekilde daha etkili ve doğru olacağını düşünüyorum" diyerek genellikle Hz. Muhammed'in hayatından örnekleri barındıran İslam tarihi temalı videoları ahlakını şekillendirmeye katkı sağlaması amacıyla izlediğini ifade etmiş, onun ahlakî eğitim metodunu öğrenmeyi hedeflediğini belirtmiştir.

2.3. Sanal Ortamlarda Kullanılan Dijital Araçlar

Üniversite öğrencileri, sanal ortamlardan dinî bilgi edinirken çoğunlukla internet tarayıcılarını kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu tercihlerini YouTube, Instagram, X platformu (Twitter), TikTok ve üretken yapay zekâ uygulamaları takip etmektedir. Katılımcıların ilgili seçimlerine dair ayrıntılar Şekil 3'te yer almaktadır.

Şekil 3: Üniversite Öğrencilerinin Sanal Ortamlarda Kullandıkları Dijital Araçlar



İnternet tarayıcıları, üniversite öğrencilerinin dinî bilgi edinmede yararlandıkları dijital araçların başında gelmektedir. "…Instagram'dan tabii karşıma çıkan bilgileri değerlendirip Google'dan da teyit ediyorum, araştırıyorum." diyen E6, sosyal medyada gördüğü dinî bilgilerin doğruluğunu öğrenmek amacıyla Google arama motorunu kullandığını belirtmiştir. K6 ise "ChatGPT olabilir, Google olabilir, iPhone'larda safari var o olabilir, Yandex olabilir. Önüme çıkan birçok siteye bakıyorum." sözleriyle sanal ortamlarda yer alan birçok internet tarayıcısından faydalandığını dile getirmiştir. Bununla birlikte üniversite öğrencilerinin bahsi geçen tarayıcılar aracılığıyla başvurdukları sayfa ve uygulamalarda da çeşitlilik söz konusudur. Örneğin akademik çalışmalara ulaşabilmek için internet tarayıcılarından yararlandığını ifade eden E7, "Türkiye tez ortamı (Yöktez), onun dışında DergiPark, Google Akademik'e falan başvuruyorum." şeklinde görüş belirtmiş, bir diğer katılımcı olan ve haber sayfalarından dinî bilgi edindiğini söyleyen K8 ise "…bazı takip ettiğim haber sayfaları üzerinden. Mesela hürriyet bazen vatan oluyor veya bazen dijital içerikli haber yazan blog yazan arkadaşlar oluyor, onları takip ediyorum." sözlerini kullanmıştır.

Üniversite öğrencilerinin internet tarayıcılarını tercih etme nedenleri arasında; bilgiye kolay erişim imkânı sunması, güvenilir olduğu düşüncesi ve zaman tasarrufu sağlaması gibi faktörler yer almaktadır. E8, "…aradığımı nokta atışı şekilde daha çabuk bulabiliyorum." diyerek, basılı eserlerden uzun aramalar sonucu ulaşabileceği bilgilere söz konusu tarayıcılar vasıtasıyla kolaylıkla erişebildiğini belirtmiştir. İlgili hususta K11 ise "…çünkü her insanın bir soruya ulaşabileceği ve elindeki bilgileri kullanabileceği vakit çok yetersiz olabilir ya da elindeki kaynaklar yetersiz olabilir. Yanında soracağı insanlar olmayabilir." ifadelerini kullanarak internet tarayıcılarının zaman ve kaynak bakımından ekonomiklik sağladığını söylemiştir. E7 "…akademik çalışmaların vereceği bilgilerin daha temellendirilmiş ve kaynakçaya dayalı olacağından dolayı daha güvenilir olabileceğini düşünüyorum." şeklindeki söylemiyle güvenilirliğinden dolayı akademik araştırmaları tercih ettiğini dile getirmiştir.

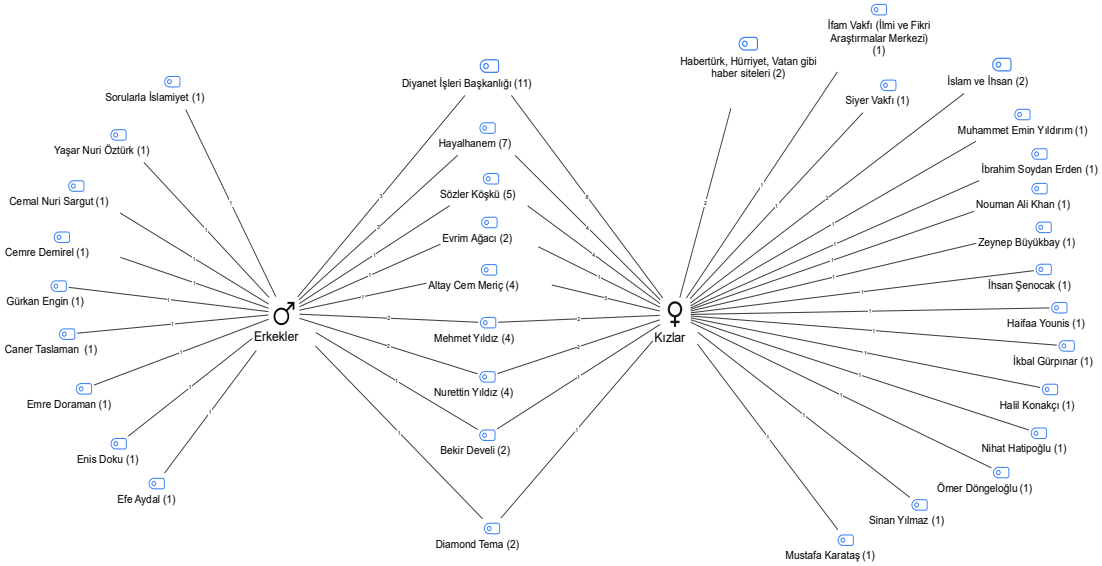
Dinî bilgi edinirken katılımcılar YouTube, Instagram, X platformu (Twitter), TikTok gibi sosyal medya platformlarına da başvurduklarını belirtmişlerdir. Bahsi geçen platformlar arasında en sık tercih edilen sanal mecra ise YouTube platformudur. Bu hususta K1, "Dinî konular hakkında bilgi almak için YouTube'a çok başvuruyorum." şeklinde görüş bildirmiş, söz konusu video paylaşım sitesini kullanma gerekçesini "YouTube'u daha çok tercih ediyorum, daha derli toplu olduğu için." sözleriyle açıklamıştır. K10 ise "YouTube'dan başvurduğum kişilerin, şahısların Instagram hesapları varsa onlar üzerinden de bakıyorum. Genellikle post vs. atıyorlar oradan ilerliyor." ifadeleriyle de YouTube uygulaması vasıtasıyla tanıdığı kişileri farklı sosyal medya hesapları üzerinden de takip ettiğini belirtmiştir.

Bununla birlikte üniversite öğrencileri arasında dinî bilgi edinme gayesi olmayan ancak kullandığı sosyal medya araçları vasıtasıyla çeşitli içeriklerle karşılaşan katılımcılar da bulunmaktadır. Söz konusu öğrencilerden biri olan E10 bu hususta "Özellikle başvurmuyorum, karşıma çıkarsa bakıyorum. Genelde Twitter, bir de arada TikTokt'ta falan sözler çıkıyor karşıma." şeklinde görüş bildirmiş, E9 ise "Özellikle başvurmuyorum ama karşıma çıkarsa dinliyorum, izliyorum, bilgi alıyorum Instagram, YouTube gibi platformlardan." diyerek sosyal mecralardan dinî bilgi aldığını dile getirmiştir.

2.4.Takip Edilen Kişi, Sayfa ve Siteler

Katılımcıların, dinî bilgi edinimi amacıyla sanal ortamlarda belirli kişi, sayfa ve siteleri takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Öğrenciler "Diyanet İşleri Başkanlığı, Hayalhanem, Sözler Köşkü, Evrim Ağacı, İfam (İlmi ve Fikri Araştırmalar Merkezi) Vakfı, Siyer Vakfı, İslam ve İhsan, Sorularla İslamiyet ile Habertürk, Hürriyet, Vatan gibi haber sayfaları" olmak üzere toplam 9 internet sitesi ve sosyal medya sayfasından dinî bilgi aldıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinden alınan cevaplara göre sanal mecralardan takip ettiklerini belirttikleri 25 farklı kişi tespit edilmiştir. Söz konusu verilere ilişkin ayrıntılar Şekil 4'te bulunmaktadır.

Şekil 4: Üniversite Öğrencilerinin Takip Ettiği Kişi, Sayfa ve Sitelere İlişkin İki Vaka Modeli



Öğrencilerin dinî meseleler hakkında bilgi almak amacıyla site seçiminde; arama sonuçlarında üst sıralarda yer alma, diğer kullanıcılar tarafından yoğunlukla tercih edilme ve daha önceki deneyimlerinde güvenilir bilgiye ulaşma gibi gerekçelerin etkili olduğu belirlenmiştir. Bu hususta K7, "…önceden girip güvenilir bir bilgi aldıysam o sayfalara bakarım." ifadelerini kullanmıştır. E6 "…kullanıcıları fazla olan blog sitelerine giriyorum ama herhangi bir ayrım yaptığım söylenemez." yorumunda bulunmuş, K5 ise "…ilk başta çıkan sayfalara daha çok tıklıyorum." şeklinde görüş bildirmiştir.

Diyanet İşleri Başkanlığının, internet siteleri ve sosyal medya platformları vasıtasıyla yürüttüğü yaygın din eğitimi faaliyetlerinin, katılımcılar tarafından yoğun olarak kullanıldığı belirlenmiştir. "Google üzerinden yazdığımda, soru soruyorum, genelde soru sorduğumda ilk Diyanet'in sayfası çıkıyor ve Diyanet'in sayfasına girip bakıyorum." diyen K14, internet tarayıcıları üzerinden yaptığı araştırmalarında bahsi geçen kurumun siteleriyle karşılaştığını ve bu sayfalardan yararlandığını ifade etmiştir. Bir diğer katılımcı olan E3 ise "Özellikle Kur'an üzerinden bakılacaksa zaten Diyanet'in sitesi üzerinden paylaştığı içerikler gayet uygun. Çünkü ne kadar ben Diyanet'i doğru bulmasam da Diyanet'in paylaşımlarının içerisinde hem kendi tefsirleri var hem diğer hocaların tefsirleri var." şeklindeki söylemleriyle DİB'in içeriklerini faydalı bulduğunu dile getirmiştir.

Üniversite öğrencileri sanal mecralarda dinî bilgi edinme amacıyla yararlandığı sayfalardan birisinin de Hayalhanem olduğunu ifade etmişlerdir. Bu hususta E4, "Hayalhanemin basit, açıklayıcı oluşu, ondan sonra anlatımının güzel oluşu…" şeklindeki ifadeleriyle kullandığı üsluptan dolayı bahsi

geçen sayfayı takip ettiğini belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların dinî bilgi edinmek için faydalandığı sosyal mecralar arasında Sözler Köşkü, Evrim Ağacı, İslam ve İhsan, Sorularla İslamiyet ile Habertürk, Hürriyet, Vatan gibi haber sayfaları ve İfam, Siyer gibi vakıfların siteleri de bulunmaktadır. Örneğin K7, "Siyer Vakfı'nın soru sorma yeri vardı, bir kadın sınıf öğretmeni olarak çalışabilir mi diye sormuştum. Yine İslam ve ihsan gibi, İfam gibi siteler var oralara bakıyorum." diyerek dinî konularda merak duyduğu meseleleri birçok site aracılığıyla araştırdığını ifade etmiştir. Bir diğer katılımcı olan K9 ise bu hususta "Aklıma takılan şeylerde de genelde Habertürk gibi sanal sitelerden, gazetelerden alıyorum bilgileri." şeklindeki söylemiyle yorumunu dile getirmiştir.

Katılımcıların sanal ortamlarda çeşitli dinî kişilikleri anlatım tarzı, samimi ve gerçekçi davranması, güvenilir temellendirilmiş kaynak vermesi, konuya tarafsız yaklaşması, bilgi birikiminin fazla olması, ideolojik bakış açılarının benzerliği gibi özelliklerinden dolayı izledikleri ya da dinledikleri tespit edilmiştir. Bahsi geçen öğrencilerin beyanlarında en sık tekrar eden kişiler ise Altay Cem Meriç, Mehmet Yıldız, Nurettin Yıldız, Diamond Tema ve Bekir Develi'dir. Örneğin E3, "Eğer ki İslamî gözden bakacaksa tam anlamıyla bir Müslüman gözünden bakıyor. Bir Yahudi gözünden bakacaksa Yahudi gözünden bakarak anlatıyor." diyerek objektif yaklaşımında dolayı Diamond Tema'nın içeriklerini takip ettiğini söylemiştir. E1 ise "Daha güvenilir buluyorum. Düşünceleri bana uygun geliyor. Kendi fikirlerimle onun fikirlerini eşit buluyorum." şeklindeki söylemiyle ideolojik yakınlığından ötürü dinî bilgi alırken Altay Cem Meriç'in paylaşımlarına yöneldiğini ifade etmiştir.

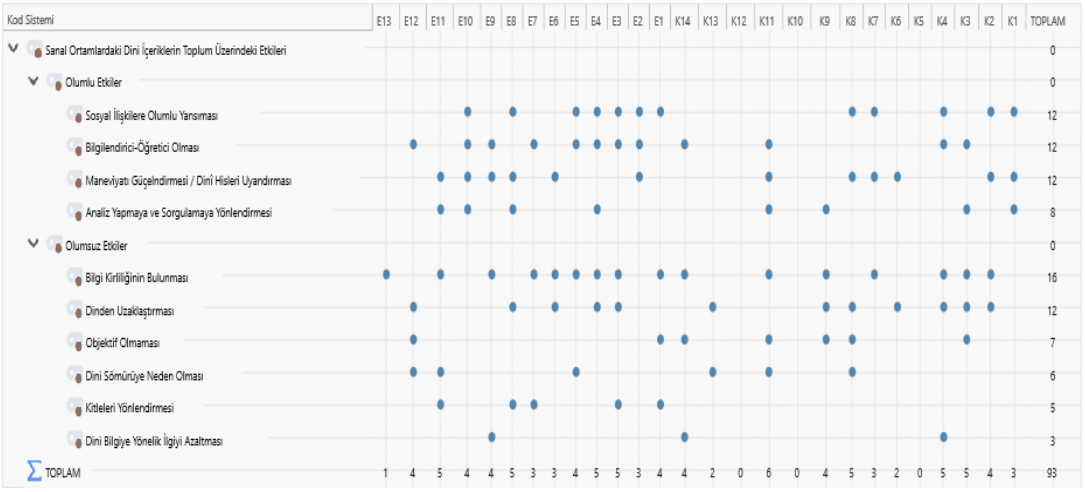
Üniversite öğrencilerinin dinî bilgi edinirken izlediği ya da dinlediği bir diğer isim Mehmet Yıldız'dır. Söz konusu kişiyi takip ettiğini söyleyen öğrencilerden biri olan E5, "Çünkü konuşmaları daha samimi geliyor insana. Bazı değişik hocalar da var dini kullanayım da sosyal medyada belli bir takipçi kitlesi elde edeyim, belli bir paralar kazanayım derdinde olan ve insanlara ne verdiği ile ilgilenmeyen. Ama Mehmet Yıldız olsun Hayalhanem olsun daha samimi geliyor insana." diyerek sanal ortamlarda dinî konuları beğeni ve maddi kazanç uğruna istismar eden kişilerin aksine Mehmet Yıldız'ın faydalı olmak adına içerikler ürettiğini dile getirmiştir. Bununla birlikte E6, "YouTube'dan ekstra Nurettin Yıldız var. Ona da arada sırada bakıyorum. Onun bilgi birikimi olarak daha profesyonel olduğunu düşünüyorum." şeklindeki söylemleriyle Nurettin Yıldız'ın konuşmalarını sanal ortamlardan takip ettiğini ve onun sahip olduğu ilmi birikimden dolayı tercih ettiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların sanal mecralardan içeriklerini takip ettiği bir diğer isim Bekir Develi'dir. Bu hususta K2, "Dinî içerik adı altında esprili olması. Anlatırken gerçekten güldürüyor, keyif aldırıyor." diyerek anlatım tarzından dolayı söz konusu kişinin paylaşımlarını izlediğini ifade etmiştir. K5 ise Ömer Döngeloğlu ve Mustafa Karataş'ın videolarını takip ettiğini söyleyerek "Daha güvenilir ve samimi bulduğum insanları tercih ediyorum; çünkü onların daha iyi açıklayacağını düşünüyorum." şeklinde söylemlerde bulunmuştur. Bununla birlikte üniversite öğrencilerinin Enis Doku, Emre Doraman, Caner Taslaman, Gürkan Engin, Yaşar Nuri Öztürk, Cemre Demirel, Cemal Nuri Sargut, Sinan Yılmaz, Nihat Hatiboğlu, Muhammet Emin Yıldırım, İhsan Şenocak, Haifaa Younis, Nouman Ali Khan, Zeynep Büyükbay ve Halil Konakçı gibi birçok farklı ismi de sanal ortamlardan takip ettikleri belirlenmiştir. Söz konusu çeşitlilikle alakalı olarak katılımcılardan biri olan K11, "Farklı görüşler görmek adına çeşitli kişileri takip ediyorum." şeklindeki yorumuyla kapsamlı bir bakış açısı elde edebilmek için birden fazla kişiye yöneldiğini ifade etmiştir.

2.5. Sanal Ortamlardaki Dinî İçeriklerin Birey Üzerindeki Etkileri

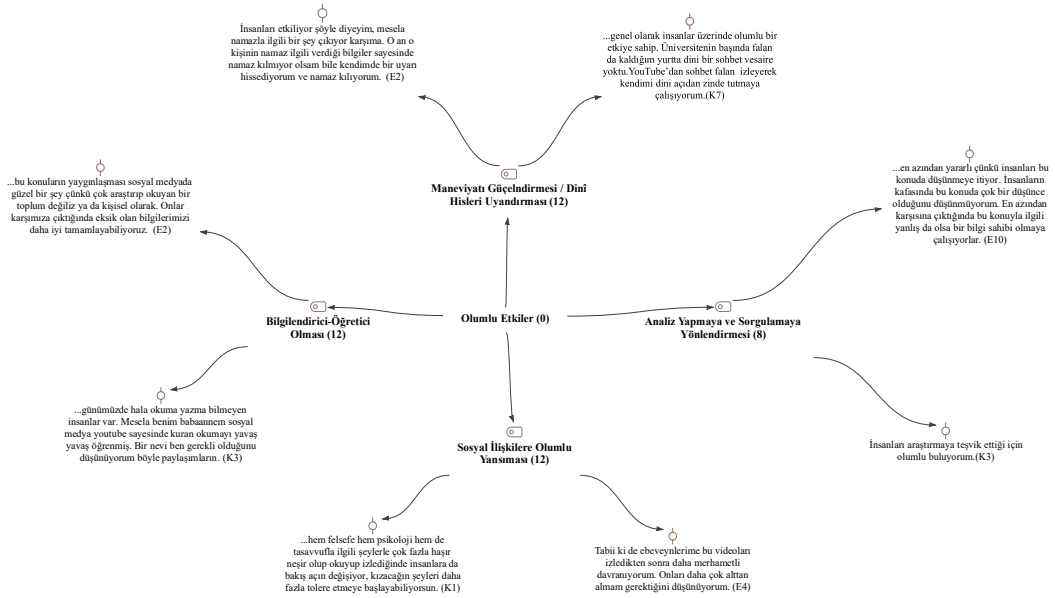
Yapılan görüşmeler neticesinde sanal ortamda yer alan dinî içeriklerin etkisi hakkında katılımcıların olumlu ve olumsuz görüşleri olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu görüşlerle alakalı bilgilere Şekil 5'te ayrıntılı biçimde yer verilmiştir.

Şekil 5: Sanal Ortamlardaki Dinî İçeriklerin Birey Üzerindeki Etkilerine Dair Öğrenci Görüşleri



Araştırma sonucunda elde edilen verilerden hareketle üniversite öğrencilerinin sanal ortamda yer alan dinî içeriklere maneviyatı güçlendirmesi, bilgilendirici olması, sorgulamaya yöneltmesi ve sosyal ilişkilere fayda sağlaması bakımından pozitif yaklaşım sergilediği söylenebilir. Katılımcıların görüşlerinden bazılarına Şekil 6'da yer verilmiştir.

Şekil 6: Sanal Ortamlardaki Dinî İçeriklerin Birey Üzerindeki Olumlu Etkilerine Dair Öğrenci Görüşleri



Katılımcıların sanal ortamlarda bulunan dinî içeriklere olumlu yaklaşmasının ilk nedeni bilgilendirici/öğretici olmasıdır. Sanal mecralar vasıtasıyla farklı toplumlardaki çeşitli dinî grupları tanıma fırsatı bulduğunu söyleyen E12 bu hususta, "…daha geniş kitlelere ulaşılabiliyor. İslam'ı hiç duymamış ya da yanlış duymuş kişiye veya Hinduizm'i yanlış duymuş bir kişiye gerçek Hinduizm'i anlatabilir." şeklinde ifadeler kullanmıştır. Bir diğer katılımcı olan K3 ise "Mesela namaz kılmayan bir birey sosyal medyadan namaz kılmayı öğrenir ya da daha doğru kılmayı öğrenip öyle devam ettirmesi olumlu aslında." diyerek sanal ortamlardaki içeriklerin bireylere yeni dinî malumatlar kazandırdığını dile getirmiştir. Bununla birlikte E6, "…daha öncesinde Mekke'nin yer ile alakalı tartışmanın olduğunu bilmiyordum. Yani Kâbe'nin Mekke'de olduğunu bariz biçimde biliyordum ama öyle bir tezin ortaya atıldığını bilmiyordum." sözleriyle sanal mecralarda yaptığı araştırmalar sonucunda bireysel bağlamda yeni dinî bilgiler edindiğini belirtmiştir.

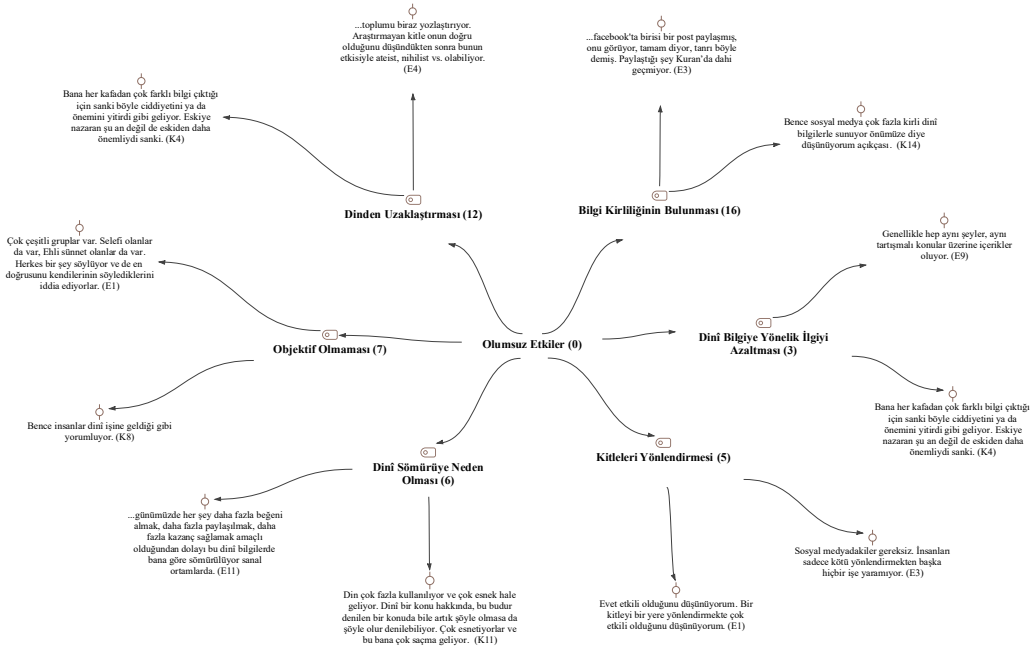
Sanal ortamlarda yer alan içeriklerin dinî hisleri uyandırma konusunda bireyi etkilediğini düşünen öğrenciler de bulunmaktadır. Bahsi geçen öğrencilerden olan K2, "Maneviyatımı güçlendirdiğini düşünüyorum. Sanal ortamlar farklı bakış açılarını görmemi ve farklı bilgiler edinmemi sağladı." diyerek karşılaştığı bakış açılarının maneviyatını kuvvetlendirdiğini ifade etmiştir. K6 ise "Onların yaşadığı zorlukları öğrenmek ya da gösterdikleri mucizeleri bilmek insanın içerisinde bir umut yeşertiyor. Yanlış dinde değilim, doğru dindeyim." şeklindeki sözleriyle sanal mecralardaki dinî malumatların inancını doğrulamada kendisine fayda sağladığını dile getirmiştir. Ayrıca bir diğer katılımcı olan K7, "…muhatap olmadıkça insanın kalbi soğuyor. İşte daha çok muhatap olduğumuz için YouTube gibi platformlarda iyi oluyor. İstanbul'da olan hocalara Samsun'da olan hocalara erişebiliyoruz." diyerek sanal mecralar vasıtasıyla kolaylıkla erişim sağladığı dinî sohbet ortamlarının, manevi hislerini canlı tutmasında etkili olduğunu söylemiştir.

Üniversite öğrencilerinden bazıları sosyal ilişkilere olumlu yansımalarından dolayı sanal ortamlardaki dinî içeriklerin yararlı olduğunu belirtmiştir. E4, "Bu videoları izledikten sonra ebeveynlerime daha merhametli davranıyorum. Onları daha çok alttan almam gerektiğini düşünüyorum." şeklinde söylemler kullanarak anne-babasına olan davranışlarında takip ettiği içeriklerin etkili olduğunu dile getirmiştir. K1 ise "…hem felsefe hem psikoloji hem de tasavvufla ilgili şeylerle çok fazla haşır neşir olup okuyup izlediğinde insanlara da bakış açın değişiyor ve insanların yanlışlarına da kızacağın şeyleri daha fazla tolere etmeye başlayabiliyorsun. Daha sakin bir insan olmayı öğrendim diyebilirim." sözleriyle etrafındaki kişilere karşı bazı tutumlarının sanal ortamlardaki paylaşımlar vasıtasıyla şekillendiğini belirtmiştir. Bununla birlikte dinî içeriklerin sosyal çevresine de yansımalarının olduğunu söyleyen K2, "Komşuluk ilişkilerinde daha anlayışlı olma, akrabalık ilişkilerine de biraz daha sükûnetle yaklaşma, iyiliğe iyilikle yaklaşma gibi davranış değişiklikleri oldu." ifadelerini kullanmıştır.

Bazı katılımcıların, sanal ortamlarda yer alan dinî içerikleri eleştirel düşünceyi teşvik etmesi bakımından da olumlu gördüğü tespit edilmiştir. Bu hususta E8, "Bence bakış açısını genişletiyor; çünkü iki tarafı da görüyorsun, belki üç tarafı da. Her şeyiyle inceliyorsun o konuyu." sözleriyle sanal mecraların birçok farklı pencereden olaylara yaklaşabilme fırsatı sunduğunu dile getirmiştir. K11 "…hiç aklına gelmeyecek soruların bir anda karşına çıkması, seni düşünmeye, araştırmaya itiyor." ifadelerini kullanarak çeşitli dinî paylaşımların kişide merak ve öğrenme isteği uyandırdığını belirtmiştir. Bir diğer öğrenci E4 ise "…ateistlerin diğer dinler değiştirilmişse Kur'an da değiştirilmiştir. Değiştirilemeyeceğini garanti ettik diyor, diğerlerinde niye etmediniz? şeklinde sorgulamaları var. Onlar bunları sorguluyor, onlarla beraber sen de sorguluyorsun. Bu sefer beraber öğrenmiş oluyorsun. Sen doğruyu öğrenmiş oluyorsun onun yalan bilgisi sayesinde. Karşıt bilgiyi görüp doğru bilgiye ulaşıyorsun." diyerek sanal ortamlarda farklı bireylerin gerçekleştirdikleri dinî sorgulamalar vasıtasıyla doğru ve yanlış görüşleri analiz ederek çıkarımlarda bulunduğunu ifade etmiştir.

Araştırma neticesinde elde edilen verilere bakıldığında katılımcıların sanal ortamda bulunan dinî içeriklere dinden uzaklaştırması, objektif olmaması, dinî sömürüye sebebiyet vermesi, kitleleri yanlış yönlendirmesi, dinî bilgiye karşı ilgiyi azaltması ve bilgi kirliliğinin bulunması gibi gerekçelerden dolayı olumsuz yaklaşım sergilediği görülmektedir. Bu konudaki katılımcı görüşlerinden bazılarına Şekil 7'de yer verilmiştir.

Şekil 7: Sanal Ortamlardaki Dinî İçeriklerin Birey Üzerindeki Olumsuz Etkilerine Dair Öğrenci Görüşleri



Görüşmeler neticesinde sanal mecralarda paylaşılan dinî içerikler hakkında, internet ortamındaki bilgi kirliliğinin yoğunluğundan dolayı olumsuz görüş bildiren öğrencilerin olduğu belirlenmiştir. Bu hususta K14 ise "…sosyal medya dini önümüze çok fazla kirli bilgilerle sunuyor diye düşünüyorum açıkçası." diyerek sosyal medya platformlarının dinî malumatları doğru-yanlış ayırt etmeksizin insanların kullanımına sunduğunu dile getirmiştir. Bir diğer katılımcı E3, "…Facebook'ta birisi bir post paylaşmış, onu görüyor, tamam diyor. Tanrı böyle demiş. Paylaştığı şey Kur'an'da dahi geçmiyor. Geçmiyor ama o paylaşınca orada Allah diyor, ayeti yazmış deyip geçiyor…" sözleriyle sanal ortamlarda yanlış dinî bilgilerin de paylaşıldığını ifade etmiştir. "İnsanlar kolay bilgi edinme ihtiyacı hissettikleri için ve bunları tasdik etmeye ihtiyaçları da olmadığı için gündelik hayatta yaşayan insanlar maalesef yanlış bilgiler ediniyor..." diyen E7 ise araştırma yeteneği düşük olan bireylerin karşılaştıkları bilgilere sorgulamaksızın inanmaları sorununa dikkat çekmiştir.

Sanal mecralardaki dinî paylaşımların, bireyleri dinden uzaklaştırdığını düşünen öğrenciler de vardır. Söz konusu fikre sahip öğrencilerden biri olan E4, "…toplumu biraz yozlaştırıyor. Araştırmayan kitle onun doğru olduğunu düşündükten sonra bunun etkisiyle ateist, nihilist vs. olabiliyor. Öyle olduğu zaman da toplumun kültürel yapısını bozuyor." şeklindeki yorumuyla sanal ortamlardaki dinî malumatları sorgulama yapmadan kabul eden kişilerin farklı düşüncelere inanarak toplumun yapısına zarar verdiğini belirtmiştir. K8 ise ilgili hususta "…dinden uzaklaştırdığını düşünüyorum. Çünkü sosyal medyadaki kafalar çok farklı. Hele günümüzde dinî bilgiler kötü yönde artıyor diyeyim. Aslında biraz değişken bir soru. Bence insanları inançsızlığa sürüklüyor." ifadelerini kullanmıştır. Bir diğer katılımcı E6 ise "…yanlış bilgilerin çok olması da insanlarda dine karşı bir ön yargı oluşturuyor, sıkıntı yaratıyor, insanlar soğuyor." diyerek sanal mecralardaki bilgi kirliliğinin bireylerin dine cephe almasına neden olduğunu dile getirmiştir.

Elde edilen veriler neticesinde üniversite öğrencilerinin bir kısmının, dinî içeriklerin objektiflikten uzak olması nedeniyle bu paylaşımlara olumsuz bir bakış açısıyla yaklaştığı tespit edilmiştir. İlgili hususta K9, "Din konuları sosyal medyada taraflı ele alındığı ve objektif olmadığı için bence yer almamalı. Yani öznel bilgiler yer alıyor. Herkes kendi görüşünü ortaya atıyor. Bu da karmaşaya yol açıyor." diyerek sosyal medya platformlarındaki içeriklerin öznel yorumlar barındırmasının yanlışlığına dikkat çekmiştir. E12 ise "Kişi kendi yaşadığı dinin çok doğru karşısındaki kişinin çok yanlış olduğu kanaatinde ve bu da bence din olgusuyla, din fikriyle bağdaşan bir durum

değil." yorumunda bulunarak sanal ortamlardaki bireylerin düşüncelerinin gerçek din olgusuyla örtüşmediği kanaatinde olduğunu ifade etmiştir. Bir diğer katılımcı olan K11, "YouTube'daki çoğu hocanın dinî bilgiyi kendi kafasından kolaylıkla değiştirebildiğini görüyorum. Bir gün önce söylediğini, bir ay sonra farklı bir videoda farklı bir şekilde anlattığını görüyorum." sözleriyle sanal mecralardaki içerik üreticilerinin aynı konular hakkında tutarsız söylemlerde bulanabildiğini dile getirmiştir.

Paylaşılan içeriklerin dinî sömürüye neden olması, bazı katılımcı öğrencilerin sanal ortamlar hakkında ifade ettiği bir diğer olumsuz etkidir. Söz konusu düşünceyi savunan K8, "Din kutsal bir şey. Sosyal medya üzerinden bu kutsallık harap ediliyor. Bunu çok normalleştiriyorlar. Bu yönden düşündüğüm için olumsuz…" ifadelerini kullanarak sanal mecralarda maneviyatın tahrip edildiğini söylemiştir. E5, "Daha çok üstüne katarak artık bir yerden sonra ilgisini çekeyim de nasıl çekiyorsam çekeyim. Beni popüler yapsın izlenme sayısını yükseltsin. Çünkü kişi uçuk bilgi verdiğinde insanlar daha çok ona yöneliyor." sözleriyle dinî içeriklerin sanal dünyada menfaatler doğrultusunda kullanıldığı yorumunda bulunmuştur. E12 ise "…olumsuz tarafına gelirsek bazıları bu konuyu şova dönüştürüyor." şeklinde görüş belirtmiştir.

Bazı katılımcıların sanal ortamda paylaşılan dinî içerikli bilgiler hakkında olumsuz olarak nitelendirdikleri hususlardan bir tanesi de bu paylaşımların kitleleri yönlendirici etkisidir. Bahsi geçen görüşe sahip olan E3, "Sosyal medyadakiler gereksiz. İnsanları sadece kötü yönlendirmekten başka hiçbir işe yaramıyor." ifadeleriyle sosyal medya platformlarında bulunan paylaşımların insanlar üzerinde olumsuz etkiler bıraktığını dile getirmiş, bu hususta "Ailem muhafazakâr bir kesimden geliyor. Babam açıyor Instagram'ı orada dolaşırken önüne saçma sapan dinî bilgi geliyor. Okuyor tamam demek bu böyleymiş. Sorgulamadan kabul ediyor." örneğini vermiştir. Bir diğer katılımcı olan E7 ise "…sosyal medyada yapılan bilgilendirmenin belli noktada ideolojik bir amaç güttüğünü gördüğüm zaman bunun kötü yönde etkileyebileceğini düşünüyorum." diyerek üretilen bazı içeriklerin toplumsal düzeyde olumsuz etkiler doğurabileceğini ifade etmiştir.

Üniversite öğrencilerden bazıları, sanal ortamda yer alan paylaşımların dinî bilgiye yönelik ilgiyi azalttığı görüşündedir. "Genellikle hep aynı şeyler, aynı tartışmalı konular üzerine içerikler oluyor. Hani böyle daha farklı tartışmalı konular hakkında pek bir şey göremiyorum." diyen E9, sanal mecralarda belirli konular hakkında içeriklerin yer aldığını, bu durumun toplumda ilgisizliğe neden olduğunu ifade etmiştir. K4 ise "Çok karmaşanın olması, şu an bana şey gibi geliyor. Her kafanın çok farklı bilgi çıktığı için sanki böyle ciddiyetini ya da önemini yitirdi gibi geliyor bana." ifadeleriyle herkesin din hakkında görüş belirtmesinin din konusunu önemsizleştirildiğini dile getirmiştir.

Tartışma

Çağımızda bilgi edinmek, dijital dünyanın sunduğu olanaklar ve zorluklara bağlı olarak köklü bir değişimden geçmiştir. Mobil teknolojiler ve sosyal medya platformları bilginin geniş kitlelere hızla yayılmasına olanak sağlamıştır. İnsan hayatının her alanına dair sayısız içerikle dolu olan internet, dinî bilgi paylaşımlarının da önemli bir mecrası haline gelmiştir. Gündelik yaşamda toplumun her kesiminden pek çok insan internet vasıtasıyla dinî bilgiye anında ulaşabilmektedir.[26] Bu çalışma, sosyal bilimler alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin dijital ortamlarda dinî öğrenmeleri üzerine tasarlanmıştır.

Gelişen ve dönüşen bilişim teknolojileri eğitimden sağlığa, ticaretten sanayiye kadar birçok farklı alanda internet kullanımını yaygınlaştırmıştır.[27] Üniversite öğrencilerinin de sanal ortamlara günün büyük bir kısmını ayırdıkları ve yapılan görüşmeler neticesinde günlük kullanım süre sonuçlarının "1-2 saat", "2-3 saat", "3-4 saat" ile "5 saat ve üzeri" olmak dört farklı zaman aralığında toplandığı tespit

26 Ahmet Altay vd., "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Bilgi Arama Davranışı Özellikleri Üzerine Bir Araştırma: Kırklareli Üniversitesi Pınarhisar Meslek Yüksekokulu Örneği", *Bilgi Eksenli Kuram ve Uygulamalar Sorgulayıcı ve Çözümleyici Yaklaşımlar Sempozyumu: 31 Mayıs-2 Haziran 2012, Ürgüp, Nevşehir*, ed. Fatoş Subaşıoğlu vd. (Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları, 2012), 324.

27 Hakan Özdemir-Seçil Erökten, "Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Teknoloji Kullanım Özelliklerinin Bilişim Teknolojileri Öz Yeterliliği Algısı, İnternet Bağımlılığı, Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyetlerine Etkisi", *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)* 9/52 (2025), 212.

edilmiştir. Katılımcıların genel anlamda sanal mecraları günlük kullanım süresi incelendiğinde en yüksek sıklığın "5 saat ve üzeri" alt kodunda yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak Yıldız ve Demir'in[28] benzer çalışmasında üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medyada geçirdikleri vakte verilen yanıtların en fazla "1-3 saat arası" seçeneğinde toplandığı, "Türkiye'nin Toplumsal Haritası: TGSS 2024" adlı raporda da bireylerin günlerinin ortalama 3 saatini internette geçirdiği sonucuna ulaşılmıştır.[29] Bununla birlikte çalışma grubunda çoğunlukla kız öğrencilerin "5 saat ve üzeri" alt temasını tercih ettiği, erkeklerin ise günlük internet kullanım süresinin değişkenlik gösterdiği görülmektedir. İlgili veriden hareketle kızların erkeklere oranla sanal ortamlarda daha fazla vakit geçirdikleri söylenebilir. Bu araştırmadan elde edilen verilerin aksine Koçer'in,[30] üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla alakalı araştırmasıyla, "Türkiye'nin Toplumsal Haritası: TGSS 2024" isimli raporun bulgularına göre kadın katılımcıların internet kullanım sıklığı erkeklere oranla daha düşüktür.[31]

Araştırma neticesinde üniversite öğrencilerinin dinî bilgi edinmek amacıyla sanal mecralarda harcadığı zamanın "10-15dk", "30dk-1 saat", "1-2 saat", "2-3 saat" ile "4 saat ve üzeri" olmak üzere altı alt kodda farklılaştığı, verilen cevapların sıklığının ise "30 dk-1 saat" alt kodunda yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların günlük olarak 5 saat ve üzerinde internette vakit geçirdiği göz önünde bulundurulduğunda dijital dinî öğrenmelere ayırdıkları vaktin yüksek olduğu söylenebilir. Zira insanlar sanal dünyayı alışverişten sanata, gündem takibinden sosyalleşmeye kadar pek çok alanda kullanmaktadır. Bir başka deyişle, dijital dünyanın çok geniş bir yelpazede kullanım alanı sunması nedeniyle katılımcıların dinî öğrenmelere 30 dk-1 saat aralığında zaman ayırması yeterince yüksek bir düzey olarak kabul edilebilir. 2017 yılında gerçekleştirilen "Türkiye'de Toplumun Dine ve Dinî Değerlere Bakışı" isimli araştırmada da bireylerin interneti dinî bilgi ediniminde %45 oranında kullandığını belirtmesi çalışma bulgularını desteklemektedir.[32] Buna karşın 2023 yılında yayınlanan "Sayılarla Türkiye'de İnanç ve Dindarlık" isimli raporda yer alan dinî bilgi kaynaklarına ilişkin grafikte katılımcıların %54 oranında dini malumatlarının kaynağını "Ailem" seçeneği olarak gördüğü, bunu "Çocukluğumda gittiğim Kur'an kursu" (%39), "Camide dinlediğim vaaz veya hutbeler" (%37) gibi geleneksel bilgi edinim yollarının takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bahsi geçen raporda, katılımcıların dinî bilgi edinmede internet seçeneğini kaynak olarak belirtme yüzdesi ise diğer seçeneklere oranla %10 gibi düşük bir miktara sahiptir.[33] İlgili verilerden hareketle üniversite öğrencilerinin de sanal ortamlar yerine aile, yazılı eserler, bilirkişi gibi farklı kaynaklardan daha fazla dinî bilgi aldığı söylenebilir. Bununla birlikte dijital ortamlardan bilgi ediniminde yüz yüze etkileşiminin sınırlı olması ile sorulan sorulara karşı geribildirim süresinin zaman zaman uzun süreç gerektirmesi de katılımcıların bu faaliyetlere kısıtlı vakit ayırmasını sağlamış olabilir. Ayrıca Çuhadar'ın[34] farklı kuşakların dinî içerikli internet platformlarını kullanma motivasyonları ve pratiklerini incelediği araştırmasında malumat edinirken ilk olarak dinî kitaplardan yararlanıldığı ikinci sırada ise yeni medya (internet, sosyal medya, akıllı telefon) seçeneğinin yer aldığı görülmektedir. Bildik'in[35] çalışmasında ise katılımcıların dinî bilgi alırken önce kitapları, aile ve akraba çevresini daha sonra ise internet ortamını kaynak olarak gördükleri bulgusuna ulaşılmıştır. İlgili verilerden hareketle üniversite öğrencilerinin de sanal ortamlarla birlikte aile, yazılı eserler, bilirkişi gibi farklı kaynaklardan dinî bilgiler aldığı çıkarımında bulunulabilir.

28 Ali Yıldız-Fatih Mehmet Demir, "Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi* 17/37 Girişimcilik Özel Sayısı (2016), 26-27.

29 Zübeyir Nişancı-M. Tahir Kılavuz (ed.), *Türkiye'nin Toplumsal Haritası: TGSS 2024* (İstanbul: İSAR Yayınları, 2025), 15, 193.

30 Mustafa Koçer, "Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 18 (2012), 83.

31 Nişancı-Kılavuz, *Türkiye'nin Toplumsal Haritası: TGSS 2024*, 194-195.

32 Mehmet Alï Kulat, *Türkiye'de Toplumun Dine ve Dinî Değerlere Bakışı* (Ankara: MAK Danışmanlık, 2017), 18.

33 Zübeyir Nişancı, *Sayılarla Türkiye'de İnanç ve Dindarlık* (İstanbul: International Institute of Islamic Thought and Mahya Yayıncılık, 2023), 216.

34 Çuhadar, *Dini İçerikli İnternet Platformlarını Kullanma Motivasyonları ve Pratikleri: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma,* 227-228.

35 Bildik, *Dini Bilgi Edinme Sürecinde Sosyal Medya*, 86.

İnternet kullanım motivasyonları üniversite öğrencilerinin dijital dünyaya yönelme gerekçelerini oluşturmaktadır. Görüşme gerçekleştirilen öğrencilerin sanal ortamları kullanım gerekçeleri eğitim/bilgi almak, sosyalleşmek/iletişim kurmak, gündemi takip etmek, eğlenmek/rahatlamak ile kendini tanıtmak ve mesleki amaçlar olmak üzere beş alt kodda sınıflandırılmıştır. Yıldız ve Demir'in[36] çalışmasında üniversite öğrencilerinin interneti bilgi paylaşımı, eğlence ve sosyal medyaya bağlanmak amacıyla; sosyal medya platformlarını ise kendini tanıtmak, sosyalleşmek maksadıyla kullandıkları sonucuna ulaşılması araştırmayı destekler niteliktedir. Balcı vd.'nin[37] üniversite öğrencilerinin internet kullanım örüntülerini incelediği araştırmalarında da katılımcıların haber ve bilgi ihtiyacını karşılama ile gündemi takip etme gayesiyle sanal ortamlardan yararlandıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Çömlekçi ve Başol'un[38] çalışmasında da katılımcıların eğlence, iletişim, bilgiye erişim ve gündemi takip etme amacıyla sosyal medya platformlarını kullandıklarının belirlenmesi bu araştırmanın verileriyle paralellik arz etmektedir. Ayrıca Demir'in[39] çalışmasında öğrencilerin sosyal medyayı vakit geçirmek (%38,1) ve iletişim (%31,8) için kullandıkları, Bildik'in[40] benzer bir araştırmasında ise katılımcıların bilgi almak, iletişim kurmak, gündemi takip etmek seçeneğini yüksek; eğlence ve rahatlama ifadesini orta düzeyde tercih ettiği sonucuna ulaşılması bu çalışma bulgularını desteklemektedir.

Araştırma neticesinde üniversite öğrencilerinin sanal ortamlardan inanç, ibadet ve ahlak konularında araştırmalar yaptıkları, kullanım motivasyonlarının büyük ölçüde bilgi edinme ağırlıklı olduğu belirlenmiştir. Söz konusu öğrencilerin bilimsel sorgulama ve eleştirel düşünme becerisinin geliştiği üniversite ortamında bulunmaları, din hakkında araştırma yapma konusunda itici bir güç olarak görülebilir. Bununla birlikte akademik atmosferin, gençlerin din-bilim çatışması, dinî metinlerin öğrenilen yeni bilgilerle kıyaslanması ve dinlerin kadın meselesine yaklaşımı gibi çeşitli konuları sorgulamasına zemin hazırladığı söylenebilir. Kılıç ve Acar'ın[41] çalışmasında öğrencilerin interneti en çok dinî bilgi araştırma faaliyetlerinde kullandıklarının belirlenmesi bu çalışmayı desteklemektedir. Ayrıca Bora'nın ilahiyat mezunu kişilerle gerçekleştirdiği çalışmasında katılımcıların ahlak, ibadet, inanç-iman konularında sosyal medyadan yararlandığı bulgusuna ulaşılması bu araştırmanın verileriyle paralellik göstermektedir.[42]

Yapılan araştırmada, katılımcıların birinci sırada Google, Yandex, Safari gibi internet tarayıcılarını kullandığı; bu tarayıcıları ise video paylaşım platformu YouTube'un takip ettiği belirlenmiştir. Günümüzde ansiklopedi işlevi de gören internet arama motorlarının kolay erişilmesi, zaman tasarrufu sağlaması ve geniş konu yelpazesi gibi avantajları nedeniyle kullanıcılar tarafından tercih edildiği söylenebilir. "Türkiye'nin Toplumsal Haritası: TGSS 2024" adlı raporda da bu araştırmanın bulgularıyla örtüşen sonuçlara ulaşılmıştır. Rapora göre katılımcıların %86 oranında internet arama motorlarını kullandığı ve %79 oranında YouTube'u tercih ettiği belirlenmiştir. Bu veriler ülke genelinde bireylerin iki temel dijital aracı yüksek sıklıkta kullandığını göstermektedir.[43] Çuhadar'ın[44] farklı kuşakları karşılaştırdığı araştırmasında katılımcıların dinî bilgi edinmede en fazla web sitelerini daha sonra ise video paylaşım platformlarını kullandıkları sonucuna ulaşılması, Nazlı'nın[45] çalışmasında gençlerin YouTube'u dinî bir konu veya sorunu araştırmak için kullanma oranının %56 olması bu çalışma bulgularıyla benzerlik arz etmektedir. Ayrıca öğrencilerin Instagram,

36 Yıldız-Demir, "Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği", 34.

37 Şükrü Balcı vd., "Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Kullanım Örüntüleri", *Selçuk İletişim* 7/4 (2013), 19.

38 Mehmet Fatih Çömlekçi-Oğuz Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi", *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (2019), 179-180.

39 Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*, 70.

40 Bildik, *Dini Bilgi Edinme Sürecinde Sosyal Medya*, 91-94.

41 Ünal Kılıç-Nihal Acar, "Sanal Dini İletişim Motivasyonları Üzerine Bir Alan Araştırması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Öğrencileri", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 3/1 (2020), 17.

42 Bora, *Sosyal Medya Vaizliği Din Eğitimi Perspektifinden Bir Araştırma*, 416.

43 Nişancı-Kılavuz, *Türkiye'nin Toplumsal Haritası: TGSS 2024*, 15, 190-193.

44 Çuhadar, *Dini İçerikli İnternet Platformlarını Kullanma Motivasyonları ve Pratikleri: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma,* 239-240.

45 Esra Nazlı, *Yaygın Din Eğitimi Bağlamında Yayınlanan Dini İçerikli Programların İncelenmesi "Televizyon ve Youtube Kanallarının İçeriklerinin İncelenmesi ve Karşılaştırılmaları Ekseninde"* (İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 90.

X platformu (Twitter), TikTok ve üretken yapay zekâ uygulamalarından da din hakkında bilgiler aldıkları tespit edilmiştir. Demir'in[46] ilahiyat öğrencileriyle dinî bilgi edinme kaynağı olarak sosyal medyayı incelediği çalışmasında katılımcıların Youtube (%13,49), Twitter (%4,56) ve Instagram (%3,96) uygulamalarını dinle alakalı sorularına cevap ararken kullanmaları bu çalışma verileriyle paralellik göstermektedir.

Görüşmeler sonucunda üniversite öğrencilerinin dinî bilgilere ulaşmak amacıyla takip ettikleri kişi, sayfa ve sitelerin oldukça çeşitlilik gösterdiği anlaşılmıştır. Zira bahsi geçen öğrencilerin dinî içerik üreten 9 site ve sayfa (Diyanet İşleri Başkanlığı, Hayalhanem, Sözler Köşkü, Evrim Ağacı ile Habertürk, Hürriyet, Vatan gibi haber sayfaları, İfam Vakfı, Siyer Vakfı, İslam ve İhsan ile Sorularla İslamiyet) ile 25 farklı dinî içerik üreticisinin paylaşımlarından söz konusu amaç doğrultusunda yararlandığı tespit edilmiştir. Araştırma bulgularından hareketle üniversite öğrencilerinin sanal ortamlarda dinî figürleri takip etme motivasyonlarının yalnızca popülarite eksenli olmadığı, bu kişilerin dijital mecralarda sahip oldukları samimi üslup, nesnellik, tarafsızlık gibi özelliklerinden dolayı tercih edildiği söylenebilir. Oyman ve Macit'in araştırmasında da dijital platformlardaki dinî içerik üreticilerinin takipçilerine geleneksel kalıplardan ziyade güvene dayalı samimi bir tutumla yaklaştıkları sonucuna ulaşılmıştır.[47] Bununla birlikte Bora'nın çalışmasında ilahiyat mezunu olan katılımcıların sosyal medya üzerinden Diyanet İşleri Başkanlığı, Siyer Vakfı, Hayalhanem, Sözler Köşkü gibi grupları/kurumları ve Nurettin Yıldız, Emre Doraman, Caner Taslaman, Nihat Hatipoğlu, Muhammet Emin Yıldırım, İhsan Şenocak, Nouman Ali Khan, Bekir Develi, Ömer Döngeloğlu, Mustafa Karataş gibi dinî kişilikleri dinî bilgi ediniminde takip ettiklerinin belirlenmesi bu araştırmayı desteklemektedir.[48] Ayrıca Tüken ve Karateken'in[49] araştırmasında YouTube uygulamasında en fazla takip edilen dinî içerikli kanallar arasında Sözler Köşkü'nün birinci, Hayalhanem'in ikinci sırada bulunduğu; Ergen'in[50] çalışmasında ise Hayalhanem ile Sözler Köşkü'nün abone sayısı, video ve toplam izlenme sayısı bakımından güçlü otorite seviyesine sahip kanallar olduğu sonucuna ulaşılması; yine Ergen'in[51] araştırmasında Mehmet Yıldız, Nurettin Yıldız ile Bekir Develi'nin video ve izlenme sayılarının yüksek olduğunun belirlenmesi çalışma bulgularını desteklemektedir.

Katılımcılar internetteki dinî içeriklerin maneviyatı kuvvetlendirmesi, öğretici olması, araştırmaya yönlendirmesi ve sosyal ilişkilere katkı sağlamasından dolayı dijital dinî paylaşımlara karşı olumlu yaklaşım sergilemektedir. Bununla birlikte bilgi kirliliğinin bulunması, objektif olmaması, kitleleri yanlış yönlendirmesi, dinden uzaklaştırması ve dine olan ilgiyi azaltıp istismara yol açması gibi nedenlerle olumsuz gören katılımcılar da bulunmaktadır. Her kesimden insanın dijital ortamlara erişebildiği düşüldüğünde sanal mecraların doğru bilgilerle beraber yanıltıcı malumatları da barındırması kaçınılmazdır. Yapılan araştırmalarda bireylerin sanal mecraları en hızlı bilgi edinme kaynağı olarak gördükleri ancak içeriklerin güvenilmez, denetimsiz ve kontrolsüz bir şekilde yayıldığını kabul ettikleri belirlenmiştir.[52] Aynı doğrultuda Demir'in çalışmasında da katılımcıların %29,4'ü dinî paylaşımların sosyal medya kullanıcılarını olumsuz yönde etkilediğini,[53] %30'u bilgi kirliliğine neden olduğunu, %18,9'u bilgi bozukluklarına yol açtığını, %27,9'u hurafe dinî bilgilerin anlatıldığını, %24,2'si isteyen herkesin yorum yapabildiğini, %14,4'ü dinin hafife alınmasına neden olduğunu ve %25,6'sı dinî bilgilerini arttığını ifade etmiştir.[54]

46 Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*, 69.

47 Nihat Oyman - Mustafa Macit, "Dijital Toplumda Dini Bilginin Mecrası Olarak Informer Influencerlar: Püriten Otoriteden Ampirik Deneyime", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 8/2 (2025), 608.

48 Bora, *Sosyal Medya Vaizliği Din Eğitimi Perspektifinden Bir Araştırma*, 213-225.

49 Yunus Tüken-Tuncay Karateke, "An Evaluation of the Youtube Channel Contents of Ngos Carrying Out Non-Formal Religious Education Activities in the Context of Civil Religious Education", *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 10/1 (2023), 11.

50 Yunus Ergen, "Religious Digital Creatives in Türkiye: A Research on the Axis of Algorithmic Authority", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 46 (2024), 34-35.

51 Ergen, "Religious Digital Creatives in Türkiye: A Research on the Axis of Algorithmic Authority", 37.

52 Neriman Saygılı, "Information Pollution, Manipulation and Ethics in the Age of Technology and Social Media", *International Online Journal of Education & Teaching* 10/3 (2023), 2172-2175.

53 Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*, 76-77.

54 Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*, 77-83.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma neticesinde katılımcıların genel anlamda çevrimiçi platformlara "5 saat ve üzeri" zaman ayırdığı, din konusundaki araştırmalarda ise ilgili sürenin "30 dk-1 saat" alt kodunda yoğunlaştığı görülmüştür. Bununla birlikte bahsi geçen öğrencilerin bilgi edinmek, iletişim kurmak, gündemden haberdar olmak, eğlenmek ve kendini mesleki anlamda tanıtmak maksadıyla dijital mecralardan yararlandıkları; dinî sorgulamalarının ise inanç, ibadet ve ahlak konularında yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Üniversite öğrencilerinin internet tarayıcıları, YouTube, Instagram, X platformu (Twitter), TikTok ve üretken yapay zekâ yazılımları vasıtasıyla bazı kişi, sayfa ve sitelerden dinî bilgiler edindikleri belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların çevrimiçi platformlardaki dinî içerikleri; maneviyatı güçlendirmesi, bilgilendirici olması, sorgulamaya yöneltmesi ve sosyal ilişkilere fayda sağlaması nedeniyle olumlu; dinden uzaklaştırması, objektif olmaması, dinî sömürüye sebebiyet vermesi, kitleleri yanlış yönlendirmesi, dinî bilgiye karşı ilgiyi azaltması ve bilgi kirliliğinin bulunması sebebiyle ise olumsuz gördüğü tespit edilmiştir.

Araştırma verilerinden hareketle şu önerilerde bulunulabilir:

-Üniversite öğrencilerinin dinî bilgi edinme süreçlerinde, resmî kurumlardan ziyade bağımsız içerik sağlayıcıların ürettiği bilgilere ilgi gösterme nedenlerini belirlemeye yönelik farklı araştırmalar yapılabilir.

-Resmî kurumlar ile alan uzmanları, üniversite gençlerinin aktif bir şekilde kullandığı Youtube, TikTok ve X (Twitter) gibi platformlarda ilgili yaş grubuna uygun, kısa, anlaşılır ve etkileşimli dinî içerikler üretebilir.

-İnternette uzun vakit geçiren üniversite öğrencilerinin dijital ortamlarda bulunan dinî içeriklere dikkatlerini çekmek için Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından farklı çalışmalar (ödüllü bilgi yarışması, soru-cevap etkinlikleri vb.) gerçekleştirilebilir.

-Bireylerin sanal mecralarda karşılaştıkları dinî içerikleri doğru değerlendirebilmeleri için resmî kurumlar, belediyeler ve sivil toplum kuruluşları tarafından medya okuryazarlığı becerisi kazandırabilecek çeşitli faaliyetler düzenlenebilir.

-Dijital mecralarda üniversite öğrencilerinin takip ettikleri siteler ile sosyal medya fenomenlerinin muhatap kitleye aktardıkları dinî konuların kapsamı, bunların hangi yöntemlerle sunulduğu ve paylaşılan bilgilerin doğruluğu gibi hususlara yönelik daha ayrıntılı çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

Altay, Ahmet vd. "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Bilgi Arama Davranışı Özellikleri Üzerine Bir Araştırma: Kırklareli Üniversitesi Pınarhisar Meslek Yüksekokulu Örneği". *Bilgi Eksenli Kuram ve Uygulamalar Sorgulayıcı ve Çözümleyici Yaklaşımlar Sempozyumu: 31 Mayıs-2 Haziran 2012, Ürgüp, Nevşehir*. ed. Fatoş Subaşıoğlu vd. 323-338. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları, 2012.

Balcı, Şükrü vd. "Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Kullanım Örüntüleri". *Selçuk İletişim* 7/4 (2013), 5-22. https://doi.org/10.18094/si.49081

Bildik, Elif. *Dini Bilgi Edinme Sürecinde Sosyal Medya*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Bora, Nurullah. *Sosyal Medya Vaizliği Din Eğitimi Perspektifinden Bir Araştırma*. Bursa: DTA Yayıncılık, 2025.

Büyüköztürk, Şener vd. *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 14. Basım, 2013.

Campbell, Heidi. "Religion And The Internet". *Communication Research Trends* 25 (2006), 1-43.

Çömlekçi, Mehmet Fatih-Başol, Oğuz. "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi". *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (2019), 173-188. https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652

Çuhadar, Mustafa. *Dini İçerikli İnternet Platformlarını Kullanma Motivasyonları ve Pratikleri: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.

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

Eminoğlu, Zehra. *İslâm Hukuku Açısından Dijital Medyada Kişisel Hakların Korunması*. Ankara: Fecr Yayınları, 2025.

Eminoğlu, Zehra. "Makâsıdü'ş-Şerîa Bağlamında Dijital Dünyada Aklın Korunması". *Burdur İlahiyat Dergisi* 6 (2023), 65-82. https://doi.org/10.59932/burdurilahiyat.1309965

Ergen, Yunus. "Religious Digital Creatives in Türkiye: A Research on the Axis of Algorithmic Authority". *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 46 (2024), 23-44. https://doi.org/10.17829/turcom.1488194

Erpay, İlyas. "Değişen Eğitim Paradigmasında Dijitalleşme ve Dijital Neslin Din Eğitimi". *Eğitim ve Sosyal Yönleriyle Değişim Çağı: Yenilikçi ve Güncel Yaklaşımlar*. ed. İlyas Erpay-Musa Çakır. 29-44. Ankara: Astana Yayınları, 2020.

Eşitti, Şakir. "Bilgi Çağında Problemli İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemli İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 49 (2015/II), 75-97.

Haberli, Mehmet. "Gutenberg'den Zuckerberg'e Medya ve Din: Panoramik Bir Bakış". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 5/2 (2022), 387-407. https://doi.org/10.47951/mediad.1197443

Kandemir, Sibel-Toprak, Hicret K. "Gençlerin Dinî Referans Dünyası ve Dijital Medya". *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 64/2 (2023), 557-590. https://doi.org/10.33227/auifd.1320301

Kayseri, Zeynep. *Sosyal Medya Vaizliği: Amerika ve Türkiye Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Kılıç, Ünal-Acar, Nihal. "Sanal Dini İletişim Motivasyonları Üzerine Bir Alan Araştırması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Öğrencileri". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 3/1 (2020), 5-22.

Koç, Ahmet. *Din Eğitiminde Etkili İletişim*. İstanbul: Rağbet Yayınları, 4. Basım, 2016.

Koçer, Mustafa. "Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 18 (2012), 70-85.

Kulat, Mehmet Alï. *Türkiye'de Toplumun Dine ve Dinî Değerlere Bakışı*. Ankara: MAK Danışmanlık, 2017.

Namal, Yücel-Arı, Rabia. "Dijitalleşen İletişim ve Enfokrasi Bağlamında Fransa Protestolarının Eleştirel Söylem Analizi: Nahel Merzouk Protestoları". *Düşünce Dünyasında Türkiz* 15/1 (2024), 99-131. https://doi.org/10.59281/turkiz.1451891

Nazlı, Esra. *Yaygın Din Eğitimi Bağlamında Yayınlanan Dini İçerikli Programların İncelenmesi "Televizyon ve Youtube Kanallarının İçeriklerinin İncelenmesi ve Karşılaştırılmaları Ekseninde"*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Nişancı, Zübeyir. *Sayılarla Türkiye'de İnanç ve Dindarlık*. İstanbul: International Institute of Islamic Thought and Mahya Yayıncılık, 2023.

Nişancı, Zübeyir-M. Tahir Kılavuz (ed.). *Türkiye'nin Toplumsal Haritası: TGSS 2024*. İstanbul: İSAR Yayınları, 2025.

Oyman, Nihat-Macit, Mustafa. "Dijital Toplumda Dini Bilginin Mecrası Olarak Informer Influencerlar: Püriten Otoriteden Ampirik Deneyime". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 8/2 (2025), 599-625. https://doi.org/10.47951/mediad.1770176

Özdemir, Hakan-Erökten, Seçil. "Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Teknoloji Kullanım Özelliklerinin Bilişim Teknolojileri Öz Yeterliliği Algısı, İnternet Bağımlılığı, Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyetlerine Etkisi". *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)* 9/52 (2025), 211-224. https://doi.org/10.5281/zenodo.15134682

Parviainen, Päivi vd. "Tackling The Digitalization Challenge: How To Benefit From Digitalization İn Practice". *International Journal of Information Systems and Project Management* 5/1 (2017), 63-77.

Saygılı, Neriman. "Information Pollution, Manipulation and Ethics in the Age of Technology and Social Media". *International Online Journal of Education & Teaching* 10/3 (2023), 2166-2177.

Tavas, Oktay vd. "Dijital Dönüşüm Sürecinde İnsan İlişkilerine Örgütler Bağlamında Kavramsal Bakış". *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi* 6/11 (2022), 46-56. https://doi.org/10.31006/gipad.1099045

Tüken, Yunus-Karateke, Tuncay. "An Evaluation of the Youtube Channel Contents of Ngos Carrying Out Non-Formal Religious Education Activities in the Context of Civil Religious Education". *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 10/1 (2023), 1-29. https://doi.org/10.46353/k7auifd.1260867

Türkyılmaz, Serap. "Dijital Dönüşümün İşletmeler Üzerindeki Etkisi". *İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 12/1 (2024), 276-297. https://doi.org/10.52122/nisantasisbd.1459265

Yıldız, Ali-Demir, Fatih Mehmet. "Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği". *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi* 17/37 Girişimcilik Özel Sayısı (2016), 18-36.

Akdeniz Üniversitesi. "Müfredat Dersleri". Erişim 25 Nisan 2026. https://obs.akdeniz.edu.tr/oibs/ogrsis/mufredat_dersleri.aspx