VIII.
DİNİ YAYINLAR
KONGRESİ



DİJİTAL YAYINCILIK

28-30 MAYIS 2021
ANKARA

DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI YAYINLARI - 2028
İLMİ ESERLER - 278

Genel Koordinatör: Prof. Dr. Huriye MARTI
Yayın Yönetmeni: Doç. Dr. Fatih KURT
Koordinasyon: Lokman ARSLAN
Tashih: Ahmet Hamdi İŞCAN - Kürşat ASLAN
Grafik Tasarım: Gökhan ÇAKIR

Eser İnceleme Komisyonu Kararı: 05/08/2021
2021-06-Y-0003-2028
ISBN: 978-625-435-043-6

İletişim:
Dini Yayınlar Genel Müdürlüğü
Üniversiteler Mah. Dumlupınar Bulvarı
No:147/A 06800 Çankaya/ANKARA

Tel: (0 312) 295 72 93 - 94
Faks: (0 312) 284 72 88
e-posta: diniyayinlar@diyanet.gov.tr


VIII.
DİNİ YAYINLAR
KONGRESİ
DİJİTAL
YAYINCILIK
28-30 MAYIS 2021
ANKARA


DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI

Kongre Onursal Başkanı

Prof. Dr. **Ali ERBAŞ**
Diyanet İşleri Başkanı

Bilimsel Danışma Kurulu*

Abdullah KAHRAMAN Prof. Dr.
Din İşleri Yüksek Kurulu Üyesi
Marmara Üniversitesi Öğretim Üyesi

Ali AYTEN Prof. Dr.
Marmara Üniversitesi Öğretim Üyesi

Asım YAPICI Prof. Dr.
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Öğretim Üyesi

Aşkın ASAN Prof. Dr.
İstanbul Ticaret Üniversitesi Öğretim Üyesi
Türkiye Maarif Vakfı Mütevelli Heyeti Üyesi

Bahset KARSLI Doç. Dr.
Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyesi

Burhan İŞLİYEN Dr.
Diyanet İşleri Başkan Yardımcısı

Faruk TEMEL Doç. Dr.
Erciyes Üniversitesi Öğretim Üyesi

Gülüşan GÖCEN Doç. Dr.
İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi

Hakan AYDIN Prof. Dr.
Erciyes Üniversitesi Öğretim Üyesi
MEDİAM Müdürü

Halis AYDEMİR Prof. Dr.
Din İşleri Yüksek Kurulu Üyesi
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Öğretim Üyesi

Huriye MARTI Prof. Dr.
Diyanet İşleri Başkan Yardımcısı

İhsan ÇAPCIOĞLU Prof. Dr.
Din İşleri Yüksek Kurulu Üyesi
Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi

---

* Bilimsel Danışma Kurulu üye isimleri alfabetik olarak sıralanmıştır.

Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI Doç. Dr.
Aile ve Sosyal Hizmetler Bakan Yardımcısı
Marmara Üniversitesi Öğretim Üyesi

Levent ERASLAN Prof. Dr.
Anadolu Üniversitesi Öğretim Üyesi
SODİMER Başkanı

Mete ÇAMDERELİ Prof. Dr.
İstanbul Ticaret Üniversitesi Öğretim Üyesi

Metin EKEN Dr.
Erciyes Üniversitesi Öğretim Üyesi

Muhammed KIZILGEÇİT Doç. Dr.
Atatürk Üniversitesi Öğretim Üyesi

Mustafa Derviş DERELİ Dr.
Erciyes Üniversitesi Öğretim Üyesi

Selim ARGUN Doç. Dr.
Diyanet İşleri Başkan Yardımcısı

Soner GÜNDÜZÖZ Prof. Dr.
Din İşleri Yüksek Kurulu Üyesi
Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi

Vejdi BİLGİN Prof. Dr.
Uludağ Üniversitesi Öğretim Üyesi

Düzenleme Kurulu

Fatih KURT Doç. Dr.
Dini Yayınlar Genel Müdürü

Lokman ARSLAN
Dijital Yayınlar Daire Başkanı

Mustafa ÇUHADAR
Radyo ve Televizyon Daire Başkanı

Bünyamin KAHRAMAN
Basılı Yayınlar Daire Başkanı

Elif ARSLAN Dr.
Süreli Yayınlar ve Kütüphaneler Daire Başkanı

Yunus YÜKSEL
Yabancı Dil ve Lehçelerde Yayınlar Daire Başkanı

Ahmet BULUT
Dini Yayınlar Döner Sermaye İşletme Müdürü

İÇİNDEKİLER

TAKDİM • 15

AÇILIŞ • 16

AÇILIŞ KONUŞMALARI • 15

Doç. Dr. Fatih KURT.....18
Dini Yayınlar Genel Müdürü

Prof. Dr. Huriye MARTI.....21
Diyanet İşleri Başkan Yardımcısı

Prof. Dr. Ali ERBAŞ 24
Diyanet İşleri Başkanı

SÖYLEŞİ • 28

Alev ALATLI - Ayşe BÖHÜRLER

BİRİNCİ OTURUM • 46

DİJİTAL DÜNYAYI ANLAMAK

KİTABIN DÖNÜŞÜMÜ: TEPKİLER VE TESLİMİYETLER 47
Prof. Dr. Nevzat TARTI

DİJİTAL DİNİN ARAŞTIRMA ALANLARI:
POSTMODERN DİN BİLİMLERİNİN ANLAMA AYGITLARI 61
Prof. Dr. Mustafa ALICI

MÜZAKERE 94
Prof. Dr. Adnan Bülent BALOĞLU

DİJİTAL DÜNYAYI ANLAMAK:
VARLIK, BİLGİ, DEĞER EKSENİNDE BİR DEĞERLENDİRME 101
Dr. Öğr. Üyesi Tuba Nur UMUT

TÜRKİYE'DE DİJİTALLEŞME VE DİN İLİŞKİSİ 116
Dr. Ahmet FİDAN

MÜZAKERE 138
Lütfi BERGEN

İKİNCİ OTURUM • 162

DİJİTAL YAYINCILIK; FIRSATLAR VE RİSKLER

YÖNDEŞMENİN DİNİ YAYINCILIĞA SUNDUĞU FIRSATLAR: DİYANET TV SOSYAL MEDYA HESAPLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME 163
Mustafa ÇUHADAR

İSLAMİ İLİMLERDE DİJİTALLEŞMENİN TARİHİ VE DİJİTAL KAYNAKLARIN AKADEMİK OKUMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 210
Doç. Dr. Muhittin DÜZENLİ

MÜZAKERE 228
Prof. Dr. İhsan ÇAPCIOĞLU

DİJİTAL ÇAĞDA SANAL DÜNYANIN KAZANIMLARI İLE HAKİKATİN BİLGİSİNİ EDİNME PROBLEMLERİMİZE DAİR GENEL BİR ÇERÇEVE 257
Doç. Dr. Namık Kemal OKUMUŞ

DİJİTAL DÜNYADA İNSANIN YABANCILAŞMA SORUNU VE KUR'AN'IN REHBERLİĞİNDE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ 257
Dr. Öğr. Üyesi İsmail KILIÇ

MÜZAKERE 284
Prof. Dr. Halis AYDEMİR

ÜÇÜNCÜ OTURUM • 290

DİNİ İÇERİKLİ DİJİTAL YAYINCILIK - 1

DİNİ İÇERİKLİ DİJİTAL YAYINCILIKTA DİYANET TECRÜBESİ VE VİZYONU 291
Lokman ARSLAN

DİJİTAL YAYINCILIĞIN İMKÂNLARI VE DİNİ İÇERİKLİ DİJİTAL YAYINLARDAKİ HEDEF KİTLE SORUNU 318
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Derviş DERELİ

MÜZAKERE 336
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa TEMEL

GOOGLE PLAY STORE'DAKİ İSLAMİ MOBİL UYGULAMALAR: HELAL ÜRÜN TANIMA VE TARAMA PROGRAMLARININ TEMATİK ANALİZİ 339
Doç. Dr. Hasan Hüseyin AYGÜL
PhD. Gamze GÜRBÜZ
Esra ÜN

YAHUDİLİKTE DİNİ İÇERİKLİ DİJİTAL YAYINCILIK: SEFARIA ÖRNEĞİ 368
Büşra ŞAHİN

MÜZAKERE 387
Doç. Dr. Faruk TEMEL

DÖRDÜNCÜ OTURUM • 390

DİNİ İÇERİKLİ DİJİTAL YAYINCILIK - 2

KUTSAL METİNLERİN GÖRSELLEŞTİRİLMESİ VE DİJİTALLEŞTİRİLMESİNİ TARTIŞMAK: KİTAB-I MUKADDES ÖRNEĞİ 391
Prof. Dr. Rıfat ATAY

SOSYAL MEDYADA AYETLERİN BAĞLAMI DİKKATE ALINMADAN PAYLAŞILMASI 418
Doç. Dr. Ahmet ÖZDEMİR

MÜZAKERE 438
Prof. Dr. Gürbüz DENİZ

SOSYAL MEDYADA PAYLAŞILAN DUA VE ZİKİR İÇERİKLİ HADİSLERİN KAYNAK DEĞERİ 445
Dr. Öğr. Üyesi Recep Emin GÜL

ÇOCUKLARA HZ. PEYGAMBER'İ (S.A.S.) TANITMAYA YÖNELİK TÜRKİYE'DEKİ DİJİTAL PLATFORMLAR HAKKINDA TESPİT VE DEĞERLENDİRMELER 465
Prof. Dr. Eyüp BAŞ

MÜZAKERE 480
Doç. Dr. Abdulvahap ÖZSOY

BEŞİNCİ OTURUM • 487

DİJİTAL YAYINCILIK VE DİN EĞİTİMİ

DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞININ DİJİTAL EĞİTİM VE DİN HİZMETİ TECRÜBESİ 488
Mahmut ŞAHİN

HAFIZADAN KÂĞIDA, KÂĞITTAN EKRANA DİNİ EĞİTİM VE İNFORMAL ÖĞRENME 526
Doç. Dr. Abdullah ACAR

MÜZAKERE 553
Doç. Dr. Bilal YORULMAZ

YOUTUBE DİNİ İÇERİKLİ ÜRETİCİLERİN EĞİTİCİ PROFİLİNİN DİN EĞİTİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ 555
Doç. Dr. Tuncay KARATEKE
Arş. Gör. Yunus TÜKEN

COVID-19'UN UZAKTAN VE ÇEVRİM İÇİ ÖĞRENME-ÖĞRETİM KONUSUNDA BİZE ÖĞRETTİKLERİ 571
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Hakkı BULUT

MÜZAKERE 579
Prof. Dr. Süleyman AKYÜREK

ALTINCI OTURUM • 589

DİJİTAL ÇAĞDA MEDYA OKURYAZARLIĞI

DİJİTAL DİNİ SÖYLEM: DİNİ İÇERİKLİ YOUTUBE VİDEO BAŞLIKLARI ÖRNEKLEMİ 590

Doç. Dr. Bahset KARSLI
Tunahan IRMAK

TÜRK DİJİTAL PLATFORM DİZİLERİNİN AİLE KURUMUNA ETKİSİ 607

Doç. Dr. Abdullah İNCE
Muhammed Furkan KOÇAK

MÜZAKERE 631

Mehmet AKGÜL

TELEVİZYON YAYINLARINDA KİŞİLERİN FAL VE BATIL İNANÇLAR YOLUYLA İSTİSMARININ RTÜK KARARLARI KAPSAMINDA İNCELENMESİ 638

Dr. Öğr. Üyesi Merve ERGÜNEY

DİJİTAL DÜNYADA DİN KARŞITI SÖYLEMLERİN MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ 659

Doç. Dr. Furat AKDEMİR

MÜZAKERE 681

Doç. Dr. Kübra Güran YİĞİTBAŞI

YEDİNCİ OTURUM • 687

DİJİTAL TRENDLER VE YENİ DİNİ AKIMLAR

DİN SAVUNUSUNDA DİJİTAL İMKÂNLARIN ÇAĞDAŞ KELAM PERSPEKTİFİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ 688
Dr. Öğr. Üyesi Fatma PINAR

YENİ DİNİ HAREKETLERİN TARAFTAR KAZANMASINDA İNTERNETİN ROLÜ 698
Doç. Dr. Süleyman TURAN
Arş. Gör. Sema Nur UZUN

MÜZAKERE 713
Prof. Dr. Metin ÖZDEMİR

TÜRKİYE'DE YENİ DİJİTAL TECRÜBELERDEN BİRİ DİJİTAL MİSTİSİZM: FACEBOOK ÖRNEĞİ 720
Dr. Gülenay PINARBAŞI

POSTMODERN DÖNEMDE DİJİTAL DİN OLGUSU: JEDİİZM ÖRNEĞİ 747
Doç. Dr. Şevket ÖZCAN

DİJİTAL VE KURGUSAL GENÇLİK DİNİ: SCİENTOLOGY VE SANAL GERÇEKLİK DÜZLEMİNDE PROPAGANDA NİTELİĞİ 769
Doç. Dr. Muhammed KIZILGEÇİT

MÜZAKERE 781
Doç. Dr. Muhammed KIZILGEÇİT

DEĞERLENDİRME OTURUMU • 786

Prof. Dr. Ali ERBAŞ 786
Prof. Dr. Huriye MARTI 790

VIII. DİNİ YAYINLAR KONGRESİ
SONUÇ BİLDİRİSİ • 793

Eserde yer alan tebliğ ve müzakerelerde ileri sürülen görüşlerin
her türlü sorumluluğu sahiplerine aittir.

GOOGLE PLAY STORE'DAKİ İSLAMİ MOBİL UYGULAMALAR: HELAL ÜRÜN TANIMA VE TARAMA PROGRAMLARININ TEMATİK ANALİZİ

Doç. Dr. Hasan Hüseyin AYGÜL
Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi
PhD. Gamze GÜRBÜZ
Esra ÜN

"Yapılması dinen serbest olan fiil" olarak tanımlanan "helal" kavramı diğer bir ifadeyle de Müslüman bireylerin tüketim hassasiyetlerini ifade etmekte, İslam hukukuna göre tüketilmesinde/kullanılmasında sakınca olmayan, izin verilebilir, caiz olan, kabul edilebilir manalarına gelmektedir. Birey ve grupların yaşına, cinsiyetine, etnik kökenine, sınıfsal konumuna ve/veya mesleki statüsüne yönelik üretilen mal ve hizmetlerin yanı sıra tüketicilerin dinî hassasiyetlerini de dikkate alan bir pazarın varlığından söz edilebilir. Müslümanlar için "steril" hâle getirilmiş mal ve hizmetleri kapsayan bir "helal" ekonomi, bu çerçevede örnek olarak verilebilir. "Helal gıda", "helal kozmetik/kişisel bakım ürünleri", "helal tıbbi ilaç", "helal turizm", "helal finans/kazanç" ve "helal/tesettür giyim" gibi birçok alanı kapsayan bu sektörün pazar hacmi, 2.3 trilyon dolara ulaşmış durumdadır. Ürünlerin üretiminden, işlenmesine ve dağıtımına kadar tüm süreçlerin izlenmesiyle birlikte neticede ürünlere helal etiketi/logosu/damgası/barkodu verilmekte, böylelikle "helal ürünler", Müslüman bireylerin beğenisine, tüketimine, kullanımına sunulmaktadır. Dijital bir çağın gerekliliği olarak söz konusu helal ürünlerin tespiti amacıyla geliştirilmiş çeşitli mobil uy-

gulamalar bulunmaktadır. İçerik/hizmet sağlayıcılar tarafından geliştirilen barkod tarama ve doğrulama ile ilgili mobil uygulamalar, Müslüman bireylerin güvenilir mal ve hizmetlere ulaşmasını mümkün hâle getirebilmektedir.

Bu çalışmada, "Google Play Store"da bulunan, "Helal" ürün tanıma ve tarama programları olan İslami mobil uygulamalar ele alınmıştır. Araştırmanın amacı, söz konusu uygulamaların içeriklerine ve işlevlerine dair tematik bir analiz sunmaktır. Bu çerçevede "Google Play Store"da yer alan "helal ürün/halal product/منتج حلال" uygulamalarını belirleyebilmek amacıyla üç farklı dilde (Türkçe, İngilizce ve Arapça) tarama gerçekleştirilmiş ve neticede 218 adet uygulama tespit edilmiştir. Uygulamalar; ortalama puan değeri, indirilme ve yorum sayıları bakımından değerlendirilmiştir. Ayrıca "helal ürün barkod/e-kod tanıma ve tarama", "helal alışveriş", "helal ürün/bilgi/logo sorgulama", "helal mekân konum/yer bulma" olmak üzere dört kategori altında tematik olarak yorumlanmıştır. Araştırmada "yakınsak karma desen" tercih edilmiş ve analiz sürecinde nicel ve nitel verilerin işlenmesinde, MAXQDA 2020 programı kullanılmıştır. Sonuç olarak dinî hassasiyetleri doğrultusunda tüketim pratiklerini kurgulayan dindar bireylerin talep ve beğenilerini dikkate alan uygulamaların üretildiği ve dijital platformlarda farklı dil ve sosyal kategoriler altında yaygın kullanım alanı bulduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Din, İslam, Mobil Uygulama, Türkiye, Google Play Store.

Giriş

Dijital teknolojilerle geçirilen süre arttıkça ve bu araçların kullanım alanları genişledikçe, bu alandaki üretim ve hizmetler de çeşitlenmektedir. Son on yıllık bir zaman diliminde akıllı telefon teknolojilerinin gündelik yaşamın adeta ayrılmaz bir parçası hâline gelmesinin anlamı da burada saklıdır. Ekran bağımlılığının yeni bir görüntüsü olan bu araçlar, içeriğinde yer alan sanal mağazalar ve bu mağazalarda bulunan mobil uygulamalar ile kullanıcılarına, adeta büyülü bir dünyanın kapısını aralamaktadır.

Bir yazılımın "içerik/hizmet sağlayıcılar" tarafından kodlanarak "son kullanıcılar" için kolay ve pratik bir şekilde "hazırlanmış ürünlere" dönüştürülmesine mobil uygulamalar denilmektedir. Symbian, BlackBerry OS, Android, Windows Mobile vb. işletim sistemlerini kullanan telefon firmaları aynı zamanda işletim sistemlerine uygun "Ovi Store", "iTunes", "App Store", "Google Play Store" vb. sanal mağazalar ve bu mağazalarda bulunan mobil uygulamalar ile "son kullanıcıların" beğenisine/tüketimine sunulan içerikler ve hizmetler üretmeye başlamıştır (bk. Islam, Islam & Mazumder, 2010). Mobil uygulamalar; iş, eğitim, sağlık, finans, spor, oyun ve eğlence gibi birçok alandaki çeşitli içerikleri ve hizmetleri kapsamaktadır. İnternet sitelerine göre "kota dostu" olması, hemen hemen her ortama taşınabilmesi, interaktif bir içeriğe sahip olması, kişilere kolay harekete geçebilme imkânı vermesi gibi özelliklerinden dolayı hemen hemen her sosyal kategori tarafından talep edilmektedir. Öyle ki 2016'da 43,5 milyar dolar olan mobil uygulama gelirleri, 2020 yılında 111 milyar dolara ulaşmış, indirilme oranı 218 milyara yükselmiş, mobil uygulama sayısı ise 5 milyonu aşmış durumdadır (bk. Statista, 2021; App Annie ve Sensor Tower'dan akt. Business of Apps, 2021).

Dijitalleşme ve din konularının kesişme noktalarından birini, "dinî mobil uygulamalar" oluşturmaktadır. Dini inanç, bilgi ve pratikler ile dinin ahlaki boyutlarını tecrübe etme hususunda, dinî mobil uygulamalar oldukça işlevseldir. Uygulamalarda sunulan gündelik hayatın akışı içinde kişilerin pratik olarak kullanabilecekleri yardımcı araçlardan (zikirmatik, kıble bulma, ezan vakti, imsakiye vb.), dinî bilgi edinmeye, dinî/kutsal mekânların sanal ortamda deneyimlenmesinden, dinî tartışmalara, dinî organizasyonlara katılmaktan, birtakım dinî ritüelleri zaman ve mekâna bağlı kalmaksızın tecrübe etmeye kadar birçok hususta kullanılabilen söz konusu mobil uygulamaların aynı zamanda her geçen gün kullanım alanı da genişlemektedir. Öyle ki bu alan, dinî kurum ve kuruluşlar tarafından "dine hizmet" bağlamında değerlendirilen platformlardan biri hâline de dönüşmüş durumdadır (Menekşe, 2015: 158-159).

Bu çalışma, "dijitalleşme ve din" tartışmaları bağlamında kurgulanmıştır. "Dijital din", çevrim içi dinî uygulamaları ve alanları çevrim dışı dinî bağlamlara bağlayan ve genişleten bir köprü, yeni ve yerleşik ola-

nın iç içe geçmesi ya da hem çevrim içi kültürün hem de geleneksel dinin özelliklerinin kesişmesi olarak tanımlanmaktadır (Campbell, 2013: 4). Bu çerçevede ele alınan mobil uygulamalar, dinî mobil uygulamalar ve İslami mobil uygulamalar, "helal ürün" uygulamaları örnekleminde somutlaştırılmış böylelikle din ve dijitalleşme etkileşimi söz konusu bağlama göre yorumlanmıştır. Diğer bir deyişle dinî yaşayışın dijital platformlardaki görüntüsü irdelenmeye çalışılmıştır.

İlgili Alan Yazındaki Çalışmalar

Mobil uygulamaların gündelik yaşamın bir parçası hâline gelmesi her ne kadar yakın bir geçmişe dayansa da bu alandaki etkileşimi ve işlevselliği ele alan önemli sayıda çalışmanın olduğu ve bu çalışmaların her geçen gün artmakta olduğu görülmektedir. Alan yazın taramasından sonra mobil uygulamalarla ilgili üretilen çalışmaların önemli bir bölümünün teknoloji ve mühendislik alanı ile ilişkili olduğu anlaşılmıştır. Sınıflandırma, kategorilere yerleştirme, tasarım değerlendirme, tanıtım yapma, prototip geliştirme, işlevsellik değerlendirme, "son kullanıcıların" görüşlerini ölçme, tematik olarak analiz etme, etkileşim ve iletişim çerçevesindeki yansımalarını tartışma gibi farklı amaçlar çerçevesinde gerçekleştirilen eğitim bilimlerinden sağlık bilimlerine, sosyal bilimlerden fen ve teknoloji bilimlerine kadar birçok alanda üretilmiş olan çalışmalar bulunmaktadır. Öte yandan mobil uygulama mağazalarında "din" veya "maneviyat" adı altında bir kategorinin bulunmaması, milyonlarca uygulama içinde "dinî" veya "dinsel" içerikli uygulamaların tespit edilmesini güçleştirmektedir. Bu durum ilgili alan yazındaki çalışmaların sınırlı kalmasına sebebiyet vermektedir. Wagner (2013)'ın "You are what you install: Religious authenticity and identity in mobile apps" adlı çalışması ile Campbell ve arkadaşlarının (2014) "There's a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications" adlı makalesi bu kapsamda gerçekleştirilmiş ilk çalışmalardır. Her iki araştırmada, iTunes uygulama mağazasında bulunan dinî mobil uygulamaların incelenmesi ve bu uygulamaların sınıflandırılması amaçlanmıştır.

Sanal mağazalarda bulunan mobil uygulama sayısının 5 milyonu aşması, içerik/hizmet geliştiricilerin ve son kullanıcıların giderek artması, bu alanda kategorik ve/veya tematik çalışmaların yapılmasını anlamlı

kılmaktadır. Buna göre "dinî mobil uygulamalardan", "İslami mobil uygulamalara" ve buradan da hareketle daha alt kategorilere ve temalara varan bir çeşitlilik söz konusudur. Örneğin İslami mobil uygulamaların sınıflandırılması (Hameed, Ahmed & Bawany, 2019), İslami bir mobil uygulamanın etkileşim, işlevsellik, estetik ve bilgi ölçütleri çerçevesinde değerlendirilmesi (Mustaffa vd., 2020), uygulama tasarım, geliştirme, prototipleştirme, test, dağıtım ve bakım aşamalarının tartışılması (Fenty, Hulliyah & Ekafitri, 2014) vb. çalışmaların yanı sıra bu çalışmada olduğu gibi belirli bir konu başlığı çerçevesinde gerçekleştirilmiş çeşitli çalışmalar da bulunmaktadır: **"Kur'an-ı Kerim"** (Kamarudin & Salam, 2012; Rosmani vd., 2014; Shaout & Khan, 2016; Kurniawan vd., 2014; Alqahtani & Fayyoumi, 2015; Abd Wahab vd., 2017; Zainal vd., 2017; Ahmad vd., 2018; Ibrahim, 2020), **"Hac ve Umre"** (Zeki vd., 2012; Khan & Shambour, 2018; Sahrir vd., 2018; Kanakri & Tawalbeh, 2019), **"Zekât"** (Ahmad, Akhbariee & Hafizuddeen, 2013; Fenty vd., 2014; Shabrina vd., 2019), **"İslami Finans"** (Dollah vd., 2017; Allaymoun & Hamid, 2020) gibi belirli kategoriler çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmaların yanı sıra çocuklara (Zain, Mahmud & Hassan, 2013; Saidin vd., 2015; Sarlan vd., 2016; Sabilarrusyda, Basuki & Fathoni, 2017; Senan vd., 2017; Ramli & Yusoff, 2018) **gençlere** (Rosli & Abd Rahim, 2016) ve **yaşlılara** (Ahmad vd., 2016) yönelik geliştirilmiş İslami mobil uygulamaların konu edildiği çeşitli çalışmalar da bu kapsamda belirtilebilir.

Bu araştırmanın konusunu oluşturan "helal ürün" tanıma ve tarama programları çerçevesinde de gerçekleştirilmiş bazı çalışmalar bulunmaktadır: Ürün adının optik metin tabanlı taranmasına ve ürün bilgilerinin otomatik yakalanmasına imkân tanıyan barkod tarama ve doğrulama programlarının geliştirilmesine yönelik çalışmalar (Junaini & Abdullah, 2008; Abd Razak & Katuk, 2017; Kartiwi vd., 2018) ile söz konusu uygulamaların kullanışlılığına ve işlevselliğine yönelik olarak kullanıcı görüşlerine de yer veren çalışmalar (Khosravi vd., 2018; Norwahidayah, Aqil & Aziz, 2020) bu kapsamda belirtilebilir. Bu araştırma "helal ürün" tanıma ve tarama programlarının kategorik olarak sınıflandırılmasını, içerik ve işlevsellik açısından karşılaştırılmasını hedeflediği için önceki çalışmalardan farklılık göstermektedir.

Araştırmanın Amacı

Google Play Store'da bulunan İslami mobil uygulamaların bir alt kategorisi olan "helal ürün" tanıma ve tarama programlarını incelemek, söz konusu uygulamaların içeriklerine ve işlevlerine dair tematik bir analiz sunmak, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda oluşturulmuş olan araştırma problemleri şu şekildedir:

- "Helal ürün" tanıma ve tarama programlarının çeşitleri nelerdir?
- "Helal ürün" tanıma ve tarama programlarında geliştirilen/üretilen içerikler nelerdir?
- Kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen, yaygın kullanım alanı bulunan "helal ürün" uygulamaları nelerdir?
- "Helal ürün" tanıma ve tarama programlarının etkileşim ve işlevselliği nasıl değerlendirilebilir?

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma Deseni

Helal ürün tanıma ve tarama programlarının analizi sürecinde karma yöntem tercih edilmiştir. Karma yöntem, nicel anlamda yalnızca sayıların ya da nitel anlamda yalnızca kelimelerin ötesine geçmek, veri setlerinin birleşimi ile araştırmaya genişlik ve derinlik katmak, sonuçları bütünsel bir bakış açısıyla analiz edebilmek amacıyla izlenen bir araştırma türüdür. Araştırma deseni olarak nicel ve nitel veri setlerinin tek seferde toplandığı, ayrı ayrı analiz edildiği ve sonuçların birlikte yorumlandığı "yakınsak karma desen" tercih edilmiştir (Teddlie & Tashakkori, 2009; Creswell & Plano Clark, 2018). Çalışma sürecinde araştırmacı, nicel ve nitel verileri bir bütün olarak ele alıp, etkileşim ve kesişim noktalarını anlayabilmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda öncelikle helal ürün uygulamalarının nicel verileri (kategori içindeki uygulama sayısı, puan değerleri, indirilme oranı ve kullanıcı yorumları) derlenmiştir. Sonrasında ise uygulamalar işlev ve içeriklerine göre tematik olarak yorumlanmıştır.

Çalışmanın amacına uygun olarak bilgi açısından zengin durumların seçilmesi anlamına gelen "amaçlı örnekleme" ve bu örneklemin bir çeşidi olan araştırma problemi ile ilgili olarak evrende yer alan çok sayıdaki durumdan tipik/ortalama durumun seçilmesi anlamına gelen

"tipik durum örnekleme" metodu kullanılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2005: 107-110). Uygulamaların seçiminde iki ölçüt esas alınmıştır. Bunlardan biri uygulamaların helal ürün ve hizmetlere yönelik olmasıdır. Diğeri ise taramanın üç kelime üzerinden gerçekleştirilmesidir: helal ürün/halal product/منتج حلال. Türkçe, İngilizce ve Arapça dilleri ile sınırlı bir tarama yapılmasına rağmen Rusça, Almanca ve Korece gibi dillere sahip uygulamalar da bu kategorilerde bulunduğu için araştırma kapsamına alınmıştır. Nihayetinde 218 adet helal ürün tanıma ve tarama uygulaması tespit edilmiş ve araştırmanın örneklemine dâhil edilmiştir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışma kapsamında helal ürün tanıma ve tarama uygulamalarının tespit edilmesi, uygulama verilerinin toplanması ve analiz edilmesi için bir araştırma modeli tasarlanmıştır. Çalışma sürecinde gerçekleştirilen adımlar şu şekildedir:

- Öncelikle çalışma kapsamına dâhil edilecek uygulamalar için üç dilde (Türkçe, İngilizce ve Arapça) tarama yapılmıştır: "helal ürün/halal product/منتج حلال"
- Tarama sonucunda ulaşılan tüm helal ürün tanıma ve tarama programları örneklem grubuna dâhil edilmiştir.
- Örneklem grubunda yer alan uygulamalar, içeriklerine göre kategorilere ayrılmıştır.
- Uygulamaların nicel (kategori içindeki uygulama sayısı, indirilme oranı, kullanıcı yorumları ve ortalama puanlar) ve nitel verileri (kelime bulutu, grafikler vb.) MAXQDA 2020 sürümü ile analiz edilmiştir.
- Son aşamada ise helal ürün tanıma ve tarama uygulamaları, etkileşim ve işlevleri açısından tematik olarak sınıflandırılmış ve yorumlanmıştır.

Araştırmanın Zorlukları ve Sınırlılıkları

Google Play Store'da "din" ya da "maneviyat" kategorisinin bulunmaması tarama yapmayı güçleştirmektedir. Bunun yanı sıra tarama sırasında dil filtresinin olmaması, farklı dillerde tarama yapılsa dahi aynı sonuçların tekrar etmesi de birtakım sınırlılıkların ortaya çıkmasına se-

bebiyet vermektedir. Bu durum helal ürün tanıma ve tarama programlarına yönelik olarak bir kategorinin geliştirmesini zorlaştırmaktadır. Araştırma kapsamına alınan "helal ürün" uygulamalarının yanı sıra "helal" etiketine ve içeriğine sahip "helal hisse senedi/yatırım", "helal tanışma", "helal dedikodu", "çevrim içi helallik isteme" ve "helal zil sesi" gibi uygulamalar kapsam dışında tutulmuştur. Son olarak mobil uygulamalar ile ilgili derlenen verilerin (uygulamanın indirilme, yorum ve puan değerleri gibi), zamanla değişebileceği, göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmanın Bulguları

Helal kavramı, İslam esaslarına uygun olarak üretilen ve "steril" kabul edilen, dinî açıdan kullanılması/tüketilmesinde sakınca görülmeyen ürünleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Ürünlerin üretiminden, işlenmesine ve dağıtımına kadar tüm süreçlerin izlenmesiyle birlikte neticede ürünlere helal etiketi/logosu/damgası/barkodu verilebilmektedir. "Helal" etiketi aynı zamanda kişilerin İslami kural ve kaidelere uygun olan "steril" mekân tercihlerini örneğin otelleri, lokantaları, kafeleri ve hatta eğlence mekânlarını da kapsamaktadır. Dijital çağın bir getirisi olan mobil uygulamalar, söz konusu ürün ve hizmetlerin hem kontrolünde ve tespitinde hem de erişiminde önemli bir kolaylık sağlayabilmektedir. Dini bilgi ve pratiklere erişme noktasında önemli bir araç hâline gelen İslami içerikli mobil uygulamaların bir kategorisini de helal ürün tanıma ve tarama uygulamaları oluşturmaktadır. Örnekleme dâhil edilen 218 uygulamanın, farklı içerik ve işlevlere sahip oldukları tespit edilmiştir.

Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamalarının İçeriklerine İlişkin Kelime Bulutu

Helal ürün tanıma ve tarama programlarının içeriklerine ilişkin kelime bulutu, Şekil 1'de gösterilmiştir. Kelime bulutu, uygulamalar içerisinde yer alan kelimelerin çeşitleri ve sıklığı ile orantılı olarak oluşturulmaktadır. Bu nedenle kelime değişkenleri, boyut ve içerik açısından farklılaşmaktadır.


halal
food
restaurant
restaurants
meat
halalio
halalscan
lookapp
halalcart
halalagood
halalcert
halalfoodhunt
halalgo
halaleat
halaleten
halalessen
halaleta
halalmarket
halalmarketplace
halalmarketplaces
halalcheck
halalfocus
halalize
halalaja
halaalmoris
halaldinar
halaltrict
halaltrict
halaltrict

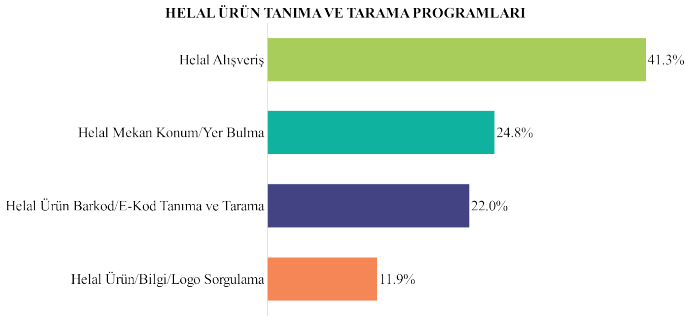


Şekil 2. Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamalarının Geliştirici Ülkeleri

Helal ürün tanıma ve tarama geliştirici ülkeler arasında Müslüman ya da Müslüman nüfusun yoğun olduğu ülkelerin öne çıktığı görülmektedir: Türkiye, Malezya, Singapur, Endonezya, Pakistan ve Hindistan gibi. Bunun yanı sıra Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Rusya, Almanya, Fransa ve Avustralya gibi Hristiyan bir kimliğe sahip ülkelerdeki kişiler tarafından da helal ürün tanıma ve tarama programlarının geliştirilmiş olduğu görülmektedir. Bu durum hem küreselleşmenin, kültürel çoğulculuğun ve dijitalleşmenin hem de mobil uygulama sektöründeki rekabetin bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamalarının Kategorileri

Helal ürün tanıma ve taramaya yönelik olarak geliştirilen 218 uygulamanın farklı içerik ve işlevlere sahip oldukları görülmektedir. Bu çerçevede, söz konusu uygulamaların sınıflandırılması hedeflenmiş ve neticede 4 kategoriye ayrılabileceği belirlenmiştir.



Tablo 1: Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamalarının Kategorileri

Helal ürün tanıma ve tarama uygulamaları arasında en fazla program, "Helal Alışveriş" (%41,3) kategorisinde yer almaktadır. Helal alışveriş kapsamında, temel ve özel gıda ürünleri, içecekler, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri bulunmaktadır. Helal alışveriş uygulamaları aynı zamanda çevrim içi/online alışveriş siteleri gibi değerlendirilebilir. Çevrim içi alışveriş sitelerinde olduğu gibi kullanıcılarına kişiselleştirilebilir içerik ve hizmetler sunan söz konusu uygulamalar, ürün çeşitliliği ile kişilerin tercihte bulunabilme imkânını genişletmektedir.

Helal ürün tanıma ve tarama uygulamaları kapsamındaki ikinci kategori, "Helal Mekân Konum/Yer Bulma" (%24,8) uygulamalarıdır. Dindar/inanan bireylerin, tüketim pratiklerinde dinî hassasiyetlerini gözeten, buna göre ürün ve hizmet çeşitliliği sunan, "helal" etiketine sahip otel, lokanta, market ve eğlence mekânları gibi işletmelerin kolay bir şekilde tespit edilmesini sağlamak amacıyla geliştirilmiş uygulamalar, bu kategoriye girmektedir. Söz konusu uygulamalar aynı zamanda kullanıcının ilgili işletmeye ulaşımını (GPS-Küresel Konumlandırma Sistemi vasıtasıyla konum bilgisi verme), rezervasyon yapabilmesini, yer hakkında bilgi alabilmesini ve yapılan yorumlar çerçevesinde değerlendirme yapabilmesini sağlayabilmektedir.

Helal ürün tanıma ve tarama uygulamaları kapsamındaki üçüncü kategori, "Helal Ürün Barkod/E-kod Tanıma ve Tarama" (%22) uygulamalarıdır. Ürün üzerinde bulunan barkod veya e-kodların optik olarak okunmasına ve buna göre ilgili ürünün "helal ürün" veri tabanlarında yer alıp almadığının kontrol edilmesine dayanan söz konusu uygulamalar, bu kategori altında değerlendirilmektedir. Diğer bir deyişle akıllı telefonlarda bulunan kameralar, söz konusu barkodların ya da e-kodların otomatik olarak yakalanmasını mümkün hâle getirerek bir bakıma kullanıcıların tüketim hassasiyetlerine pratik bir destek vermektedir.

Helal ürün tanıma ve tarama uygulamaları kapsamındaki dördüncü ve son kategori, "Helal Ürün/Bilgi/Logo Sorgulama" (%11,9) uygulamalarıdır. Ürün içeriğinde yer alan maddeler, bileşenler, kimyasallar vb. temelinde sorgulama yapma imkânı veren söz konusu uygulamalar, barkod tarama veya e-kod uygulamalarından bu yönüyle ayrılmaktadır.

Helal ürün tanıma ve tarama uygulamalarının %99,5'i ücretsiz, %0,5'i ise ücretlidir. Üretilen uygulamaların hemen hemen bütün yaş kategorilerine hitap edebilecek ölçüde açık bir erişime sahip olduğu görülmektedir. Buna göre uygulamaların %94,5'i 3 yaş ve üzeri, %5,1'i ebeveyn rehberliği, %0,5'i 18 yaş ve üzeri şeklinde bir erişim sınırlılığını tavsiye etmektedir.

En Çok İndirilen Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamaları

Milyonlarca mobil uygulama arasında tercihte bulunabilmek giderek güçleşmektedir. Bu durumu telafi edebilmenin yollarından biri, sanal mağazalarda ilgili kategoride en çok indirilen ve en çok yorum alan uygulamaları incelemektir. Geliştirilen/üretilen uygulamaların popülaritesini anlayabilmek amacıyla kategorilere ayrılan ve indirilme sayısı 100 bin ve üzeri olan helal ürün uygulamaları en yüksekten başlamak üzere aşağıya doğru sıralanmıştır.

Uygulama Adı	Kategori	İndirme Sayısı	Puan Değeri
Scan Halal	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	500B+	3,4
Scan Halal food: Additive haram &e-Number Muslim	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	100B+	4,2
Helâl Zulal	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	100B+	4,4
Halal MUI	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	100B+	-
HalalCheck	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	100B+	3,7
Halal Check (E-numarası ve Malzemeler)	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	100B+	4,7
Halal E-Numbers	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	100B+	4,7

Halal Guide - İslam kılavuzu	Helal Alışveriş	100B+	3,9
Verify Halal	Helal Ürün/Bilgi/Logo Sorgulama	100B+	-
Halal Trip: Yemek, Namaz Vakitleri	Helal Mekân Konum/ Yer Bulma	100B+	3,9
Helâl Gıda	Helal Ürün/Bilgi/Logo Sorgulama	100B+	4,5

Tablo 2: İndirilme Sayısı 100 Bin ve Üzeri Olan Helal Ürün Uygulamaları

Araştırma kapsamına dâhil edilen uygulamalar arasında, 11 helal ürün uygulamasının, 100 bin ve üzeri indirilmiş olduğu görülmektedir. En çok indirilen uygulamaların, "Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama" kategorisinde olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra 100 bin ve üzeri indirilmiş 1 tane "Helal Alışveriş", 2 tane "Helal Ürün/Bilgi/Logo Sorgulama" ve 1 tane "Helal Mekân Konum/Yer Bulma" kategorisinde yer alan uygulamanın olduğu da görülmektedir. İndirilme sayıları, "helal ürün" uygulamaları ile ilgili etkileşimin yoğun olduğunu teyit etmektedir.

Yorum Sayısı Açısından En Yüksek Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamaları

Mobil uygulamalar, esnek bir yapıya sahiptir. Güncellemeler vasıtasıyla programının içeriği ve işlevselliği, geliştiricinin tercihine bağlı olarak değiştirilebilmektedir. Bu kapsamda hem teknolojik gelişmeler hem de kullanıcıların tecrübeleri yol gösterici olmaktadır. Herhangi bir mobil uygulamayı tecrübe eden bir son kullanıcının program hakkındaki düşüncelerini/görüşlerini, istek, öneri ve şikâyetlerini paylaşması, bu manada hem geliştirici(ler) açısından hem de diğer kullanıcılar açısından pratik bir işleve sahiptir. En çok yorum alan 10 "helal ürün" uygulaması aşağıda yer almaktadır.

Uygulama Adı	Kategori	Yorum Sayısı	Puan Değeri
Scan Halal	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	5842	3,4
Helâl Gıda	Helal Ürün/Bilgi/Logo Sorgulama	3665	4,5
Halal Check (E-numarası ve Malzemeler)	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	3143	4,7
Halal Guide - İslam kılavuzu	Helal Alışveriş	2864	3,9
Halal Trip: Yemek, Namaz Vakitleri	Helal Mekân Konum/ Yer Bulma	2254	3,9
HalalCheck	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	2155	3,7
HAC Halal Index	Helal Mekân Konum/ Yer Bulma	1660	-
Scan Halal food: Additive haram &e-Number Muslim	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	1363	4,2
Halal E-Numbers	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	1269	4,7
Helâl Zulal	Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama	1063	4,4

Tablo 3: Yorum Sayısı En Yüksek 10 Helal Ürün Uygulaması

En çok indirilen uygulamalarda olduğu gibi "Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama" en çok yorum alan uygulama kategorisidir. Buna göre en çok yorum alan 10 uygulamadan 6'sı bu kategoriye aittir. Bunun yanı sıra 1 tane "Helal Alışveriş", 1 tane "Helal Ürün/Bilgi/Logo Sorgulama" ve 2 tane "Helal Mekân Konum/Yer Bulma" kategorisinde yer alan uygulamanın olduğu da görülmektedir. İndirilme sayısına rağmen yorum sayısının düşük olduğu anlaşılmaktadır. Memnuniyet

düzeyi (puan değeri) düşük ancak indirilme sayısı yüksek olan mobil uygulamaların daha fazla yorum aldıkları iddia edilebilir.

Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamalarının Tematik Analizi

İslami mobil uygulamalar içerisinde yer alan helal ürün tanıma ve tarama uygulamalarının kategorik olarak sınıflandırılmasından sonra içerik ve işlevlerine yönelik, tematik bir analizin de yapılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda 4 tema oluşturulmuş ve "helal ürün" uygulamaları ilgili temalar altında yorumlanmıştır.



Şekil 3: Helal Ürün Tanıma ve Tarama Uygulamalarının Tematik Analizi

Yaşam Tarzı ve Tüketim Pratikleri Açısından Helal Ürün Uygulamaları

Endüstriyel üretim, pazarlama ve dağıtım süreçleri ile "paketlenmiş tüketim materyallerinin" mesafe tanımaksızın yeryüzünde yayılması, genetiği değiştirilmiş ürünlerin varlığı ayrıca gıda emperyalizminin görünen ve görünmeyen tarafı dikkate alınınca "helal ürün" sektörünün neden giderek büyümekte olduğu anlaşılmaktadır. Böyle bir ortamın varlığında, İslam hukukuna göre tüketilmesinde/kullanılmasında sakınca olmayan, izin verilebilir, caiz olan, kabul edilebilir ürünlere ulaşmak ve bu ürünlerin bilgisine sahip olmak özellikle dindar bireyler için önem arz etmektedir. Öte yandan tüketici kapitalizminin sınır tanımaksızın dinî alana sirayet etmesi, dindar tüketicilerin beğenilerine yönelik olarak "steril" ürün ve hizmetlerin sunulması da "helal ürün" sektörünün büyümesine katkı vermektedir.

Tüketim toplumunun ve kültürünün içinde yetişen/sosyalleşen herhangi bir birey için tüketim tercihinde bulunmak nasıl ki sınıfsal konuma, mesleki statüye, yaşa, cinsiyete, yaşam tarzına, etnik kökene vs. bağlı olarak farklılaşabiliyorsa benzer şekilde kişinin ait olduğu dinî inanç dünyasına ve bu dünyanın kaidelerine/yasaklarına bağlı olarak da değişebilmektedir. Kapitalizm, dinî ilke ve kuralları dikkate alan dindar

bir tüketim kültürünün inşa edilmesini, uzun bir süredir sağlamaktadır. Müslüman bireyler için de "steril" hâle getirilmiş ürün ve hizmetler, bu manada, "helal" etiketi ile tanımlanmakta ve dindar bireylerin beğenisine sunulmaktadır. Diğer tüketim alanlarında olduğu gibi "helal" ekonomi içinde de birbiriyle rekabet hâlinde olan çok sayıda firma bulunmaktadır. Bu firmalar ortaya koydukları marka değerleri ile dindar bireyler için alternatif bir pazarı diğer bir deyişle alışveriş mekânlarını oluşturmaktadır. Bu bakımdan "helal" kavramının hem İslami hem de iktisadi bir içeriği bulunmaktadır.

"Helal ürün" pazarı, son yıllarda dijital ortamlara aktarılmaktadır. Çevrim içi/online alışveriş siteleri ile başlayan bu süreç, aktüel zamanda, mobil uygulamalar ile devam etmektedir. Böylelikle "helal" ve "steril" ürünlere ulaşmak, alternatifler arasında seçim yapabilmek, sınıfsal ve/veya statü konumuna istinaden marka tercihinde bulunabilmek vb. dindar bireyler için de kolaylaşmaktadır. Söz konusu uygulamaların kişiselleştirilebilir yönü, bu sürecin daha pratik bir şekilde üretilebilmesini de sağlamaktadır.

Çalışma kapsamında helal ürün tanıma ve tarama programları arasında en çok tercih edilen/kullanılan kategori olan "helal alışveriş" ile ilgili 90 uygulama tespit edilmiştir. Uygulamalar kendi içerisinde ağırlıklı olarak gıda ve kişisel bakım ürünleri şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Gıdaya yönelik uygulamalar, yiyecek ve içeceklerde dinen yasak olmayan ürünlerin satışını kapsamaktadır. İslam dini açısından yasak kabul edilen (alkol ve domuz eti gibi) ya da İslami esaslara uygun olmayan içerikler ile ilgili bilgiler sunan uygulamalar da bulunmaktadır. Bunun yanı sıra helal ürün üreten/satan firma ve markalar ile bunların sahip olduğu/olmadığı sertifikalar hakkındaki bilgilere de yer verilmektedir. Et ürünlerine yönelik tasarlanan alışveriş uygulamaları ise eti yenen ve yenmeyen hayvanlar hakkında bilgi vermekte, İslami esaslara uygun olarak kesilen hayvanların diğer bir deyişle "helal kesim" etlerin satışını gerçekleştirmektedir.

Kişisel bakım ürünlerine yönelik geliştirilmiş, "helal alışveriş" kategorisinde yer alan çeşitli uygulamalar da bulunmaktadır. Bu uygulamalarda, ürünlerin içeriğinde bulunan, İslami açıdan yasak olan bileşenler, kimyasal maddeler ve gıdada olduğu gibi alkol olup olmadığı ya da

domuz yağı içerip içermediği hakkındaki bilgilere yer verilmektedir. Kozmetik, saç ve cilt bakımı, makyaj ve temizlik malzemeleri gibi birçok ürün yelpazesi ile özellikle dindar kadın bireylerin ilgisini çeken bu uygulamalar, "helal kozmetik" endüstrisinin dijital ortamda da genişlemesine imkân tanımaktadır. Tüketim kültürünün kadın bedeni üzerindeki tasarrufu, ortaya koyulan standart güzellik algısı, moda ve trend eşyalara sahip olma dürtüsü, sınıfsal ve/veya statü konumuna uygun markaları taşıma arzusu gibi birçok şey ister istemez dindar kadınların da ilgisini her geçen gün bu sektöre yönlendirmektedir. Dolayısıyla "helal" endüstrinin taşıyıcı kolonlarından birini de dindar kadınlar oluşturmaktadır.

Alışveriş uygulamaları içerisinde Kur'an-ı Kerim, Yasin-i Şerif, ilmihal ve dinî hikâye gibi kategoriler çerçevesinde çeşitli kitaplar satılmakta ayrıca kişilerin dinî pratiklerini yerine getirmesinde yardımcı olan araçlar (zikirmatik, seccade, tespih vb.) son kullanıcıların beğenisine/tüketimine sunulmaktadır. Dolayısıyla helal alışveriş uygulamaları sadece "helal" ürünlere erişim imkânı sağlamamakta aynı zamanda kişilere dinî içerikli ürünler arasında seçim yapma olanağı da tanımaktadır.

Tüketim Mekânı Çerçevesinde Helal Ürün Uygulamaları

Dünyayı avuç içine almayı sağlayan mobil cihazlar aynı zamanda parmak hareketleriyle birçok ürün ve hizmete kolay bir erişim imkânı vermektedir. Benzer bir şekilde, bir tüketim yeri/mekânı hakkında ön bilgi almak, bu yer hakkındaki yorumları değerlendirerek bir tercihte bulunmak ve böylelikle zamandan tasarruf edebilmek de söz konusu teknolojiler vasıtasıyla kolaylaşmış durumdadır.

Dini hassasiyetlerin dikkate alındığı "steril" mekânlar hakkında, dindar tüketiciye bilgi vermek amacıyla tasarlanan, 54 adet "helal ürün" uygulaması tespit edilmiştir. Otel, lokanta, market, kafe ve eğlence merkezleri gibi birçok mekân hakkında bilgiler veren, İslam dinine uygun ürün ve hizmetlere ulaşmayı kolaylaştıran bu uygulamalar aynı zamanda birbirinden farklı konsept ve içeriklere sahip mekânların reklamını da yapmaktadır. Böylelikle farklı sosyal kategoriler, sınıfsal ve/veya statü konumlarına bağlı olarak beğenileri ve dinî hassasiyetleri ölçüsünde tercihte bulunabilmektedir.

Helal sertifikaya sahip olan tüketim mekânları (otel, lokanta, market, kafe ve eğlence merkezleri gibi) hakkında bilgi almak (firma ismi, iletişim bilgileri, çalışma saatleri vb.), ilgili mekânlar hakkındaki yorumları okumak, rezervasyon yaptırmak ve bu yerlerin listesine ulaşmak gibi farklı içerik ve işlevlere sahip olan çeşitli mobil uygulamalar bulunmaktadır. İslami oteller kapsamında geliştirilen uygulamalar, bu bağlamda ön plana çıkmaktadır. İslami konsepte sahip oteller, içinde beş vakit ezan okunan, İslam'ın haram kıldığı yiyecek ve içecekleri içermeyen, mescidi bulunan, kadınlar ve erkekler için ayrı plajları olan özelliklere sahiptir. Böylelikle kişilere, "dinî değerlere uygun bir şekilde dünya nimetlerinden faydalanma" (Demirezen, 2015: 17) imkânı verilmektedir.

Müslüman bireylere yönelik olarak tasarlanmış, "turizm" ve "inanç turizmi" çerçevesinde değerlendirilebilecek olan aile gezileri, balayı tatilleri, İslami kültürel miras turları, bireysel seyahatler için de geliştirilmiş mobil uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulamalar, "helal seyahat rehberi" olarak işlev görmekte, birey ve gruplara hem konaklanacak mekân hem de gidilen yerde/bölgede bulunan "helal sertifikaya" sahip işletmeler hakkında bilgiler vermekte, GPS teknolojisi vasıtasıyla söz konusu konumlara kolay ulaşım imkânı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra seyahat duaları, ezan vakti, en yakın camiyi veya mescidi ve kıble yönünü bulma gibi özellikler de bu uygulamaların ara yüzünde yer almakta, yardımcı araçlar olarak işlev görmektedir.

Tanıma ve Tarama İşlevli Helal Ürün Uygulamaları

Barkod okuyucu araçların yarım yüzyıllık bir geçmişe sahip olduğu bilinmektedir. Ürün üzerinde yer alan siyah ve beyaz çizgileri elektrik sinyallerine dönüştüren bu araçlar zamanla, farklı arabirimler üzerinden de barkod kodunun bilgisayar ekranlarına aktarılabilmesini mümkün kılmıştır. Barkod okuyucuların başlıca kullanım amacı, ürünün fiyat bilgisinin alınabilmesidir. Bunun yanı sıra ürün kimliğini veya kitap etiketini tanıma gibi amaçlar çerçevesinde de kullanılmaktadır. Akıllı telefon teknolojileri ile birlikte barkod okuma araçlarının işleyiş mantığı, mobil uygulama içeriklerine entegre edilmiş ve çeşitli amaçlar çerçevesinde kullanılmaya başlanmıştır.

"Helal ürün" uygulamalarındaki bazı programlar da bu kapsamda bir işleve sahiptir. Müslüman bireyler için gıda ürünlerinin ve gıda ile teması olan diğer materyallerin içerisinde/içeriğinde ne olduğunun (kimyasalların, bileşenlerin, katkı maddelerinin vb.) bilinmesi önem arz etmektedir. Bu konuyla ilgili olarak faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası helal sertifikalandırma programları bulunmaktadır. İşletmelerin "helal sertifikalara" sahip olması gibi üretilen/kullanılan/satılan ürünler üzerinde de "helal" etiketi/logosu yer almaktadır. Avrupa Birliği tarafından gıda katkı maddelerini (renklendiriciler, koruyucu maddeler, antioksidanlar ve asitliği düzenleyiciler vb.) tanımlamak için belirlenen referans numaraları (E-kodlar/E-numaralar) da bu manada yönlendirici olabilmektedir. Ancak E-kodların çeşitliliği ve sayısı nedeniyle tüketicinin bu kodları aklında tutabilmesi zorlaşmaktadır.

"Helal ürünlerin" tespitine yönelik olarak geliştirilen İslami mobil uygulamalar, ürün üzerinde yer alan barkodun veya E-kodun tanınmasını ya da taranmasını sağlayarak, bu hususta kullanıcılarına pratiklik ve güvenirlilik sağlamaktadır. Özellikle farklı bir ülkede ikamet eden ya da seyahat hâlinde olan bir Müslüman birey için bu programlar oldukça işlevseldir.

"Helal ürünleri" barkod/E-kod tanıma ve tarama yoluyla tespit etme/sorgulama imkânı tanıyan 48 adet uygulama tespit edilmiştir. Bu uygulamalar aynı zamanda tıbbi ürünlerin, kozmetiklerin ve kişisel bakım ürünlerinin de "helal" olup olmadığını sorgulama imkânı vermektedir. Helal ürün barkod, E-kod tanıma ve tarama uygulamaları, akıllı telefonlar üzerinde bulunan kameraları kullanmaktadır. Kişi, ürünün barkodunu/içindekiler kısmını kameraya göstererek tarama yapabilmekte veya ekran üzerinde barkod kodlarını, E-kodları girerek sorgulama yapabilmektedir. Bir ürün araması yapıldığında, aranan ürün kullanılan uygulamanın veri tabanında tanımlı ise kullanıcıya ürün içerisinde yer alan E-kodlar ve anlamları, helal/haram sorgulama sonuçları gösterilmektedir. Uygulamalar arasında sadece E-kodları tanıtan ve bu kodların helal/şüpheli/haram durumunu sorgulayan/gösteren programlar da bulunmaktadır. Çoğu uygulama E-kodların gösteriminde ayırt etmeyi ve okumayı kolaylaştırıcı bir unsur olarak renkleri kullanmaktadır: Yeşil renk o ürünün helal, turuncu, gri veya

mavi renk o ürünün şüpheli ve kırmızı renk o ürünün haram olduğunu göstermektedir.

Helal ürün barkod/E-kod tanıma ve tarama uygulamaları, Müslüman kullanıcılara helal ürün tüketiminde güven sağlamanın yanı sıra alışveriş pratiklerinde zaman da kazandırabilmektedir. Ek olarak birçok uygulama, barkod, E-kod taraması yapmak için çevrim dışı tarama ve dil seçme imkânı vermekte, bu durum uygulamaların işlevselliğini artırmaktadır. Bu uygulamaların, Müslümanlar için "helal ürün rehberi" gibi bir işlev gördüğü de söylenebilir.

Ürün ve Hizmetlere Dair Bilgi Edinme Pratiği Olarak Helal Ürün Uygulamaları

İslami esasları göz önünde bulundurarak bir yaşam tarzı oluşturmayı amaçlayan Müslüman bireyler, "helal" üretim ve satış yapan firmaları tercih etme eğilimindedirler. Tüketime sunulan ürünlerin İslami esaslara uygun bir şekilde üretilmiş olması, Müslüman bireyler için önem arz etmektedir. Dolayısıyla dindar/inanan tüketiciler bu konuda güvenebilecekleri ve referans alabilecekleri kurum ve kuruluşların onayına ihtiyaç duyabilmektedir. Helal ürün belgeleri veya sertifikaları, İslami esasları/kaideleri/şartları karşılayacak şekilde üretilen ürünlere, üretim ve satış yapan firmalara verilmekte olan bir hizmet belgesidir. Diğer bir deyişle, gıda üretimi yapan ya da yemek servisi (catering) hizmeti veren işletmelerden, gıda ürünü depolayan, taşıyan, dağıtan firmalara, gıda ile temas eden her türlü materyalden, mezbahanelere kadar birçok alana hitap eden bir belgelendirmedir. Diğer türden sertifikalarda olduğu gibi birtakım standartlara dayanmaktadır. Söz konusu standartlar kümesi, bir bakıma kalite ve güvence anlamına da gelmekte böylelikle tüketicilerin sorgusuz sualsiz söz konusu ürün ve hizmetleri alabilmesini sağlamaktadır.

İslam ülkeleri içerisinde Malezya, helal belgesi veren, helal gıda belgesine dair standartları belirleyen ve helal akreditasyon yapısı geliştiren ilk ülkedir (Kurt, 2010: 136). Malezya Helal Belgelendirme Kuruluşu (JAKIM), bu hususta güvenilir bir otorite olarak kabul edilmektedir (Şimşek, 2013: 29; Fındık, 2019: 87). Türkiye'de de JAKIM tarafından onaylanan "GİMDES: Helâl Gıda Sertifikaları" ve "KAS Sertifikasyon"

gibi "helal" belgelendirme işi yapan işletmeler bulunmaktadır (Fındık, 2019: 89). Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından da Diyanet Din İşleri Yüksek Kurulunca Onaylı, helal gıda belgesi verilmektedir (Uyanık, 2020: 669).

Bir firmanın helal sertifikaya sahip olması ya da bir üründe helal etiketinin/logosunun bulunması, her zaman yeterli bir ölçüt değildir. Bu durum oldukça istismar edilen bir konu olduğu için bu alanda otorite olarak kabul edilen, güvenilir kurum ve kuruluşlar tarafından belgelenmiş/onaylanmış olması da önem arz etmektedir. Söz konusu hassasiyeti dikkate alan bazı mobil uygulamalar, sadece belirli belge/sertifika sağlayan kurumlar tarafından alınan verilere dayanarak bir veri tabanı oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle bu amaç çerçevesinde geliştirilen mobil uygulamalar, son kullanıcılar tarafından "güvenli helal veri tabanı" olarak tercih edilmektedir.

Çalışma kapsamında, bu amaç doğrultusunda tasarlanmış olan 26 adet helal ürün/bilgi/logo sorgulama uygulaması tespit edilmiştir. Söz konusu uygulamaların daha çok gıda ürünleri üzerine oluşturulduğu görülmektedir. Uygulama içeriklerinde helal ve haram ürünler hakkında, Kur'an-ı Kerim'den ayetlerle desteklenerek bilgiler verilmekte, hangi ürünlerin helallik açısından sakıncalı olduğu açıklanmaya çalışılmaktadır. Bireyler, uygulamada bulunan markalara ait akıllı ürün listelerini görüntüleyebilmektedir. Bu listelenmiş ürünler çeşitli kategoriler hâlinde sunulmakta, ürünlere ait helal/şüpheli/haram gibi belirteçler bulunmakta, ürünlerin hangi firmaya ait olduğu ve hangi helal sertifikaya sahip olduğu gibi bilgilere yer verilmektedir. Kullanıcılar ürün adı, sertifika numarası veya üretici adı gibi çeşitli şekillerde arama yaparak istedikleri ürünün helalliğini kontrol etme imkânına sahip olmaktadır. Helal ürün belgelerinin/sertifikalarının belirli bir süreyi kapsayan ve sürekli denetim/kontrol/takip içeren bir işleyişi olduğundan, süresi geçmiş sertifikalı ürünleri, sertifikası iptal edilmiş ürünleri, sertifikası yenilenmeyen veya askıya alınan ürünleri görüntüleme imkânı veren uygulamalar da mevcuttur. Bu tür İslami mobil uygulamalar, göstermiş oldukları ürün ve firmalara yönelik herhangi bir helal belgesi vermemekte, yalnızca ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından değerlendirilen ürünleri, Müslüman tüketicilere aktarma/sunma işlevi üstlenmektedir.

Sonuç

Küreselleşme, ulus-ötesi göç hareketliliği, ulaşım teknolojilerinin gelişmesi ve turizm faaliyetlerinin yaygınlaşması gibi süreçlere bağlı olarak iç içe geçen toplumların varlığı, farklı inançlara, kültürlere ve kimliklere sahip birey ve grupların aynı toplumsal düzlemde birlikte yer almalarına imkân tanımaktadır. Söz konusu kültürel çoğulculuk ortamında, kendi ülkesinde ya da başka bir coğrafyada, yaşam tarzını ve tüketim pratiklerini sürdürmek isteyen ve bu hususta birtakım (dinî) hassasiyetlere sahip olan kişiler için yardımcı olacak farklı uygulamaların üretilmesi, bu çerçevede anlamlıdır. Helal ürün uygulamaları da dindar bireylerin İslami esaslara uygun olan mal ve hizmetlere, zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın ulaşabilmesini sağlamak amacıyla tasarlanmaktadır.

"İslami mobil uygulamalar" adı altında ele alınan "helal ürün" tanıma ve tarama programlarının farklı içeriklere (helal alışveriş, helal mekân konum/yer bulma, helal ürün barkod/E-kod tanıma ve tarama, helal ürün/bilgi/logo sorgulama) sahip oldukları tespit edilmiştir. Uygulamaların; ürün ve hizmetler hakkında bilgi almak, sorgulamak, yorumları okumak, değerlendirmelerde bulunmak, rezervasyon yapmak, konum bilgisine ulaşmak, alışveriş yapmak ve zaman tasarrufunda bulunmak gibi işlevlere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Söz konusu uygulamaların, özellikle Müslüman ya da Müslüman nüfusun yoğun olduğu ülkelerdeki geliştiriciler tarafından tasarlanmış ve üretilmiş oldukları görülmektedir. Buna karşın dili ve içeriği İngilizce olan uygulamaların ağırlıklı olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışma kapsamında, helal ürün tanıma ve tarama uygulamaları ile ilgili belirlenen "helal gıda", "helal kozmetik", "helal kesim", "helal sertifika", "helal turizm", "helal seyahat rehberi", "helal ürün rehberi" ve "helal ürün veri tabanı" gibi içerikler, helal ekonominin dijital platformlarda da büyümekte olduğunu teyit etmektedir. Dijital helal ürün pazarına yönelik geliştirilen uygulamaların hemen hemen bütün yaş kategorilerine hitap edebilecek ölçüde açık bir erişime sahip olduğu, en çok indirilen ve yorum alan uygulamaların "Helal Ürün Barkod/E-Kod Tanıma ve Tarama" kategorisinde olduğu tespit edilmiştir. Küresel bir rekabetin bir sonucu olarak zamanla, farklı içerik ve işlevlere sahip uygulamaların da üretilebileceği öngörülebilir.

Tecrübe edilmekte olan dijital çağın bir getirisi olarak değişen ilgiler ve istekler ister istemez dinî inanç, bilgi ve pratiklere de sirayet etmekte, bu durum birey ve grupların dinî yaşayışlarını etkileyebilmektedir. Dijital ortamlara aktarılan dinî bilgi ve pratikler ayrıca sanal uzamda gerçekleşen dinî içerikli iletişim ve etkileşimler, bu minvalde birtakım imkân ve fırsatların sunulmasını sağlamakla beraber aynı zamanda birtakım risklerin ve tehditlerin de oluşmasına sebebiyet vermektedir. Diğer bir ifadeyle dijitalleşmenin doğasında var olan "akışkanlık", "hareketlilik", "kesin olmama durumu", "belirsizlik", "sınırsızlık" ve "öngörülemezlik" gibi hususlara istinaden dinî konularla ilgili üretilen içeriklerin doğruluğu/güvenirliliği problemli hâle gelebilmektedir. Din gibi hassasiyet düzeyi yüksek bir konu özelinde üretilen bilginin/içeriğin, bu çerçevede kontrol edilmesi, sorgulanması, araştırılması, doğruluğunun teyit edilmesi önem kazanmaktadır.

Dijitalleşme ile kişilerin bilgiye erişimi, şüphesiz kolaylaşmıştır. Ancak bu durum aynı zamanda kişilerin sorgusuz sualsiz bilgiyi almasına ve bu bilgiyi "reçete bilgi" gibi kullanmasına da sebebiyet vermektedir. Araştırma kapsamında ele alınan helal ürün tanıma ve tarama ile ilgili İslami mobil uygulamalar, bu yönüyle de ele alınması gereken bir konudur. Çünkü bu tür uygulamaların kolay ulaşılabilirliği, pratikliği ve işlevleri kişiler tarafından kolaylıkla benimsenmesine ve sorgulanmadan kullanılmasına neden olmaktadır. Öte yandan bu tür uygulamalarda üretilen içerikler herhangi bir dinî otorite tarafından ya da uzman kişiler tarafından kontrol edilmemekte, bilgi güvenliği sorgulanmamakta ya da bilginin üretildiği kaynak verilmemektedir. Dolayısıyla üretilen içeriklerle ilgili olası bir doğru ve yanlış bilginin eklektik bir biçimde kitlelere sunulması, bu uygulamaları kullanan ve buradaki içeriği gündelik hayatına taşıyan bireylerin olumsuz bir şekilde etkilenmesine neden olabilmektedir. Bütün bu gerekçelere istinaden dijital platformlarda üretilen içeriklerin dinî otorite olarak kabul edilen kurum ve kuruluşlar tarafından izlenmesi ve kontrol edilmesi önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra gerek kullanıcıların beğenilerini gerekse de onların doğru ve güvenilir bilgiye erişimini sağlamak için içerik/hizmet sağlayıcılar/üreticiler/tasarımcılar ile çeşitli iş birliklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Özellikle bu tür uygulamaların neredeyse tamamının her yaş grubuna

hitap ediyor olmasından dolayı çocuk ve genç bireyler açısından sakıncalı veya zararlı içeriklerin kaldırılması yönünde baskı da oluşturulması, bu hususta da politikalar üretilmesi önem arz etmektedir. Böylelikle dijital dünyanın imkân ve fırsatlarından yararlanmak kadar risk ve tehditlerden sakınmak veya engellemekte mümkün hâle gelecektir.

Son olarak "alan yazınla ilgili çalışmalar" başlığında belirtildiği üzere ele alınan konuyla ilgili karşılaştırma yapmayı mümkün kılabilecek başka bir çalışma bulunmamaktadır. Dijitalleşme ve din kapsamında, mobil uygulamaları konu edinen yeterli düzeyde çalışmanın olmadığı görülmektedir. Buna karşın özellikle İslami mobil uygulamalar çerçevesinde ele alınabilecek birçok konunun olduğu tespit edilmiştir. Buna göre mobil öğrenme, tesettür giyim, seyahat rehberi ve İslami finans uygulamaları gibi birçok alanda geliştirilmiş İslami mobil uygulamalar, "dijitalleşen dinin" anlaşılması açısından önem taşımaktadır. İlerleyen süreçlerde, bu alandaki çalışmaların da artacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Abd Razak, M. N. F. & Katuk, N. (2017). A barcode scanning mobile application for searching halal information of food products. *Proceedings of the 6th International Conference on Computing and Informatics*, 418-425. http://icoci.cms.net.my/PROCEEDINGS/2017/Pdf_Version_Chap08e/PID100-418-425e.pdf

Abd Wahab, A. A., Kamaruddin, A., Hassan, S. & Pa, N. C. (2017). Addressing usability quality attributes in techo-spritual application. *Proceedings of the 6th International Conference on Computing and Informatics,* 443-451. http://icoci.cms.net.my/PROCEEDINGS/2017/Pdf_Version_Chap08e/PID205-443-451e.pdf

Ahmad, F., Yahya, S. Z., Saad, Z. & Ahmad, A. R. (2018). Tajweed classification using artificial neural network. In *2018 International Conference on Smart Communications and Networking (SmartNets)*. DOI:10.1109/SMARTNETS.2018.8707394.

Ahmad, N. A. N., Akhbariee, N. I. & Hafizuddeen, M. (2013). Requirements analysis of android application using activity theory: A case study. In *2013 International Conference of Information and Communication Technology (ICoICT),* 145-149. DOI:10.1109/ICoICT.2013.6574563.

Ahmad, N. A., Zainal, A., Kahar, S., Hassan, M. A. A. & Setik, R. (2016). Exploring the needs of older adult users for spiritual mobile applications. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 88*(1), 154-160. https://www.researchgate.net/publication/303919536

Allaymoun, M. H. & Hamid, O. A. H. (2020). Proposed mobile trade application: A new approach for sharia compliant credit card. *International Journal of Electronic Banking, 2*(2), 138-153. DOI:10.1504/IJEBANK.2020.109657.

Alqahtani, M. & Fayyoumi, A. (2015). Mobile application development for Quran verse recognition and interpretations. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM), 9*(1), 19-22. DOI:10.3991/ijim.v9i1.4171.

Business of Apps. (2021). App Revenue Data (2021). Erişim adresi: https://www.businessofapps.com/data/app-revenues/#1 Erişim tarihi: (27.04.2021).

Campbell, H. A. (2013). Introduction: The rise of the study of digital religion. H. A. Campbell (Ed.) *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds* (1-21). London: Routledge.

Campbell, H. A., Altenhofen, B., Bellar, W. & Cho, K. J. (2014). There's a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications. *Mobile Media & Communication, 2*(2), 154-172. DOI:10.1177/2050157914520846.

Creswell, J. W. & Plano Clark V. L. (2018). *Desining and conducting mixed method research.* Los Angeles: SAGE Publications.

Demirezen, İ. (2015). *Tüketim toplumu ve din*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.

Dollah, H., Ghalib, M. F. M., Sahrir, M. S., Hassan, R., Zakaria, A. W. & Omar, Z. (2017). Prototype development of mobile app for trilingual Islamic banking and finance glossary of terms via iOS and Android based devices. *International Journal of Interactive Mobile Technologies, 11*(3), 145-161. DOI:10.3991/ijim.v11i3.6620.

Fenty, E. M. A., Hulliyah, K. & Ekafitri, M. (2014). Applying mobile application development life cycle in the development of Zakat maal mobile web application using JQuery mobile framework. In *2014 Inter-*

national Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM), 89-92. DOI:10.1109/CITSM.2014.7042182.

Fındık, M. A. (2019). Malezya'nın helal gıda sertifikasyonundaki rolü. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, *1*(2), 82-104. https://hdl.handle.net/20.500.12436/1635

Hameed, A., Ahmed, H. A. & Bawany, N. Z. (2019). Survey, analysis and issues of Islamic Android apps. *Elkawnie: Journal of Islamic Science and Technology*, *5*(1), 1-15. DOI:10.22373/ekw.v5i1.4541.

Ibrahim, M. A. (2020). Android tahfiz management application (ATMA): An innovation for higher education level. In *14th International Technology, Education and Development Conference (Inted2020),* 1458-1462. DOI:10.21125/inted.2020.0486.

Islam, R., Islam, R. & Mazumder, T. (2010). Mobile application and its global impact. *International Journal of Engineering & Technology (IJEST), 10*(6), 104-111. https://www.researchgate.net/publication/308022297

Junaini, S. N. & Abdullah, J. (2008). MyMobiHalal 2.0: Malaysian mobile halal product verification using camera phone barcode scanning and MMS. In *2008 International Conference on Computer and Communication Engineering,* 528-532. DOI:10.1109/ICCCE.2008.4580659.

Kamarudin, N. & Salam, S. (2012). Tajweed understanding among Malaysian muslim (a preliminary findings). *1st International Conference on Mobile Learning, Applications and Services,* 1-4. https://www.researchgate.net/publication/231006371

Kanakri, W. & Tawalbeh, L. A. (2019). WSN-based interactive dynamic maps for guidance in Al-Masjid Al-Haram. In *2019 Sixth International Conference on Internet of Things: Systems, Management and Security (IOTSMS),* 326-330. DOI:10.1109/IOTSMS48152.2019.8939245.

Kartiwi, M., Gunawan, T. S., Anwar, A. & Fathurohmah, S. S. (2018). Mobile application for halal food ingredients identification using optical character recognition. In *2018 5th International Conference on Smart Instrumentation, Measurement and Application (ICSIMA).* DOI:10.1109/ICSIMA.2018.8688756.

Khan, E. A. & Shambour, M. K. Y. (2018). An analytical study of mobile applications for Hajj and Umrah services. *Applied Computing and Informatics, 14*(1), 37-47. DOI:10.1016/j.aci.2017.05.004.

Khosravi, M., Ali, N. I., Karbasi, M., Brohi, I. A., Shaikh, I. A. & Shah, A. (2018). Comparison between NFC/RFID and bar code systems for halal tags identification: Paired Sample T-Test evaluation. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, *9*(4), 221-229. DOI:10.14569/IJACSA.2018.090435.

Kurniawan, F., Khalil, M. S., Khan, M. K. & Alginahi, Y. M. (2014). DWT+ LSB-based fragile watermarking method for digital Quran images. In *2014 International Symposium on Biometrics and Security Technologies (ISBAST)*, 290-297. DOI:10.1109/ISBAST.2014.7013137.

Kurt, A. O. (2010). Yahudilik'te koşer ve koşer ekonomisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14(2), 103-149. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/221345

Menekşe, Ö. (2015). Dinin dijitalleşmesi ve mobil uygulamalar. M. Çamdereli, B.Ö. Doğan ve N. Kocabay Şener (Ed.) *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]* (151-168). İstanbul: Köprü Kitapları.

Mustaffa, N. A., Yusoff, M. F., Rofie, M. K., Bakar, J. A. A., Mat, R. C. & Abidin, N. A. Z. (2020). Modeling the structural of intention and attitude of Muslim software developer to use Islamic work ethic in developing Islamic content mobile apps. In *2020 6th International Conference on Interactive Digital Media (ICIDM)*. DOI:10.1109/ICIDM51048.2020.9339606.

Norwahidayah, S., Aqil, M. & Aziz, N. (2020). Development of mobile application to recognition muslim products. *International Journal of Synergy in Engineering and Technology*, 1(2), 54-61. https://tatiuc.edu.my/ijset/index.php/ijset/article/view/78

Ramli, R. & Yusoff, Y. (2018). E-Iqra': Mobile application for learning Al-Quran using voice recognition. *Advanced Science Letters*, *24*(3), 1666-1669. DOI:10.1166/asl.2018.11133

Rosli, H. & Abd Rahim, R. (2016). A study of the Malaysian youth perception toward 'Muslim Pro'apps through smart phone in Malaysia using technology acceptance model (TAM), In *ISME Colloquium 2016: Pengukuhan Budi Dan Jati Diri*, 36-41. http://ir.uitm.edu.my/id/eprint/20045/1/PRO_HAFIZAH%20ROSLI%20M%2016.pdf

Rosmani, A. F., Ahmad, H., Mazlan, U. H., Zainuddin, N. A. & Ibrahim, A. (2014). I-Wirid: Construction of digital wirid via mobile plat-

form. In *2014 International Conference on Computer, Communications, and Control Technology (I4CT)*, 348-352. DOI:10.1109/I4CT.2014.6914203.

Sabilarrusyda, N. A., Basuki, A. & Fathoni, K. (2017). Game mobile application history of Uthman Ibn Affan based on monotone chain convex hull algorithm. In *2017 International Electronics Symposium on Knowledge Creation and Intelligent Computing (IES-KCIC),* 200-205. DOI:10.1109/KCIC.2017.8228587.

Sahrir, M. S., Yahaya, M. F., Ismail, T., Zubir, M. A. & Ahmad, W. R. W. (2018). Development and evaluation of i-Mutawwif: A mobile language traveller guide in Arabic for Mutawwif (Umrah tour guide). *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, *12*(2), 54-68. DOI:10.3991/ijim.v12i2.7708.

Saidin, A. Z., Mohamed, K. S., Adzmi, Z. H. & Azhar, N. W. (2015). Q-ibadah mobile application: A usability pilot testing. *Journal Teknologi*, 77(29), 49-54. DOI:10.11113/jt.v77.6812.

Sarlan, A., Hashim, A. S., Ahmad, R., Ahmad, W. F. W., Mahamad, S., Basri, S. & Astrini, S. (2016). An interactive Islamic mobile application for children-"Hidup Cara Rasullullah". In *2016 3rd International Conference on Computer and Information Sciences (ICCOINS),* 579-584. DOI:10.1109/ICCOINS.2016.7783280.

Senan, N., Ab Aziz, W. A. W., Othman, M. F. & Suparjoh, S. (2017). Embedding repetition (takrir) technique in developing Al-Quran memorizing mobile application for autism children. In *MATEC Web of Conferences*, (Vol. 135, p. 00076). DOI:10.1051/matecconf/201713500076.

Shabrina, G., Lestari, L. A., Iqbal, B. M. & Syaifullah, D. H. (2019). Redesign of user interface zakat mobile smartphone application with user experience approach. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, (Vol. 505, No. 1, p. 012088). DOI:10.1088/1757-899X/505/1/012088.

Shaout, A. & Khan, S. (2016). ALHAJJ-HAJJ app for IOS. *IIUM Engineering Journal*, *17*(1), 1-27. DOI:10.31436/iiumej.v17i1.528.

Şimşek, M. (2013). Helal belgelendirme ve SMIIC standardı. *Journal of Islamic Law Studies*, (22), 19-44. http://isamveri.org/pdfdrg/D02533/2013_22/2013_22_SIMSEKM.pdf

Statista (2021). Number of mobile app downloads worldwide from 2016 to 2020 (in billions). Erişim adresi: https://www.statista.com/sta-

tistics/271644/worldwide-free-and-paid-mobile-app-store-downloads/ Erişim tarihi: (27.04.2021).

Teddlie, C. & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. California: SAGE Publications.

Uyanık, M. Z. (2020). Helal gıda sertifikalarının fıkıh ve mevzuat açısından problemleri. *Journal of Islamic Law Studies*, (35), 665-678. http://isamveri.org/pdfdrg/D02533/2020_35/2020_35_UYANIKMZ.pdf

Wagner, R. (2013). You are what you install: Religious authenticity and identity in mobile apps. H. A. Campbell (Ed.) *Digital religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (199-206). London: Routledge.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zain, N. Z. M., Mahmud, M. & Hassan, A. (2013). Utilization of mobile apps among student with learning disability from Islamic perspective. In *2013 5th International Conference on Information and Communication Technology for the Muslim World (ICT4M)*. DOI:10.1109/ICT4M.2013.6518889.

Zainal, A., Samsudin, N. A., Azman, M. A. & Mustapha, A. (2017). Natural language processing approach for searching the Quran: Quick and intuitive. In *MATEC Web of Conferences*, (Vol. 135, p. 00068). DOI:10.1051/matecconf/201713500068.

Zeki, A. M., Alsafi, H., Nassr, R. M. & Mantoro, T. (2012). A mobile dictionary for pilgrims. In *2012 International Conference on Information Technology and e-Services*. DOI:10.1109/ICITeS.2012.6216620.