



e-ISSN: 2148-4899

Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi
Pamukkale University Journal of Divinity Faculty

Güz/Autumn 2021, 8 (2), 1062-1106

SOSYAL MEDYANIN GENÇLERİN DİN ALGISINA ETKİLERİ
The Impacts of The Social Media on The Youth's Perceptions of Religion

Sümeýra ARICAN

Dr. Öğr. Üyesi, Yalova üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Din Eğitimi Bilim Dalı, Türkiye. e-Mail: sumeyratekin@gmail.com Orcid No: 0000-0003-3158-1840. (Sorumlu Yazar)

Handan YALVAÇ ARICI

Dr. e-Mail: handanyalvac@hotmail.com Orcid No: 0000- 0003-4179-391.

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Types:	Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received:	15/07/2021
Kabul Tarihi / Accepted:	08/12/2021
Yayın Tarihi / Published:	30/12/2021
Cilt / Volume:	8
Sayı / Issue:	2
Sayfa / Pages:	1062-1106

Atıf / Cite as: Arıcan. Sümeýra & Arıcı Yalvaç, Handan. "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri" [The Impacts of The Social Media on The Youth's Perceptions of Religion]. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi-Pamukkale University Journal of Divinity Faculty* 8/2 (Aralık 2021), 1062-1106

Doi No: <https://www.doi.org/10.17859/pauifd.1020477>

İntihal / Plagiarism: Bu makale, Ithenticate intihal tarama programı ile taranmıştır. Ayrıca iki hakem tarafından da incelenmiştir. / This article has been scanned with Ithenticate plagiarism screening program. Also this article has been reviewed by two referees.

Çıkar Çatışması / Conflict of Interest: Yazar/lar çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir. The Author/s declared that there is no conflict of interest.

Finansal Destek / Grant Support: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir. / The authors declared that this study has received no financial support.

www.dergipark.org.tr/pauifd



2148-4899

Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (PAUİFD), 8 (2) 2021: 1062-1106

SOSYAL MEDYANIN GENÇLERİN DİN ALGISINA ETKİLERİ*

Sümevra ARICAN**

Handan YALVAÇ ARICI***

Öz

Bireylerin yoğun bir arayış içinde oldukları ve kimliklerinin belirlendiği ergenlik dönemi din eğitimi açısından önem taşımaktadır. Sosyal medya dini ve ahlaki konuların da aktarıldığı/tartışıldığı bir ortam olarak gençleri etkilemektedir. Bu araştırma ergenlik ve genç yetişkinlik döneminde bulunan bireylerin dini ve ahlaki konulara dair yaklaşımlarında sosyal medyanın etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma, Fenomenolojik desende hazırlanmış, kartopu örnekleme yöntemiyle seçilen 15-21 yaş aralığındaki lise ve üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen mülakatlar sonunda 4 tema halinde ele alınmıştır. Katılımcıların sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları, ailelerin sosyal medya kullanımını anlayışla karşıladıkları, sosyal medyada insanlara güven duymadıkları, sosyal medyada tartışılan din dili, Kur'an ve günümüz insanı, dinin anlamı ve yaratıcı konusundaki söylemlere katılmadıkları, ahlaki değerlerin kaynağı olarak insanı merkeze aldıkları, vazgeçilemez görülen değerlerinin oldukça çeşitlilik gösterdiği, sosyal medyada yer alan dini bilgilere güvenmedikleri, ahlaki ilkelerine uymayan paylaşımları engelledikleri, sosyal medyadaki lüks hayatlara özendikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, Sosyal Medya, Genç, Din Algısı, Etki.

The Impacts of The Social Media on The Youth's Perceptions of Religion

Abstract

Social media affects young people as an environment where religious and moral issues are also conveyed/discussed. This research aims to reveal the effect of social media on the approaches of individuals in adolescence and young adulthood on religious and moral issues. The research was conducted with a phenomenological approach, the data was collected via semi-structured interviews with high school and university students between the ages of 15-21, who were selected by snowball sampling method. Four themes were determined after the data analysis, which are named as social media and

* Makale, Yalova Üniversitesi, İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'nun 13/10/2021 tarih ve 2021/97 sayılı yazısı ile Etik Kurul İzni alınmıştır. Yazarlar arasında çıkar çatışması olmadığına ve makalenin hazırlanmasında herhangi bir kurumdan maddi destek alınmadığına dair yazarların yazılı beyanı bulunmaktadır.

** Dr. Öğr. Üyesi, Yalova Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Din Eğitimi Bilim Dalı, Türkiye. e-Mail: sumeyratekin@gmail.com Orcid No: 0000-0003-3158-1840. (Sorumlu Yazar)

*** Dr. e-Mail: handanyalvac@hotmail.com Orcid No: 0000-0003-4179-3919

communication, religion in social media, morality and values in social media, and suggestions. It was determined that the participants don't agree with the discourses on the language of religion and they prevent the posts that do not comply with their moral principles, and they envy the luxurious lives in the social media.

Keywords: Religious Education, Social Media, Youth, Perception of Religion, Impact.

Structured Abstract : The aim of the research is to reveal the effects of social media on the approaches and mental constructions of adolescent and young adult individuals on religious and moral issues. In this phenomenological study, semi-structured interviews were conducted with high school and university students between the ages of 15-21 and studying in Istanbul. At the end of the research, 4 themes were determined, which are; social media and communication, religion in social media, morality and values in social media, and suggestions. The general perceptions of the participants about social media may briefly be summarised in the following sentence. Participants stated that social media makes life easier when used well, but if it is used badly, it will lead to bad results, and false information will spread rapidly on social media. The majority of the participants underlined that they do not care about the number of followers on their social media and that they need fake accounts to hide their identities while interacting on social media. Again, according to the majority, the families of the participants generally understand their use of social media, do not interfere in any ways and do not have any discussion on this issue. They do not trust the people they meet in the social media environment, do not share their private information and do not participate in chat rooms. Participants intensely mentioned that social media causes a waste of time. They stated that they usually use social media to fill their spare time, it takes time and sometimes they cannot control themselves. The participants' views on the language of religion, the Qur'an and today's people, the meaning of religion, the source of moral values, the Creator, indispensable values and Islam under the theme of religion and values are as follows: The participants made various statements about the Qur'an addressing today's world. They stated that when it comes to obeying orders, concepts such as fard and haram come to mind, and they accept and fulfil these responsibilities with their beliefs in Allah. The participants stated that there is no discrimination in the religion of Islam and that everyone and everything is equal. However, there were also those who stated that there was discrimination in the religion of Islam. There are also those who state that the idea that Islam is a discriminatory language is based on perspective. Participants positioned the sources that determine moral values in different ways. Half of the participants placed people as the source of values, while the others placed religion and culture, Allah, the Qur'an, society and family. Fifteen Indispensable values by the participants are expressed as; respect, justice, family, honesty, trust, love, decency, faith, human rights, compassion, open-mindedness, understanding, equality, tolerance and self-sacrifice.

When it comes to the theme of religion in social media; most of the participants stated that the religious information in the social media is contradictory, that they do not trust the information in the social media, therefore they do not prefer to obtain information from the social media. Most of the participants stated that they were uncomfortable with posts that did not comply with moral principles and beliefs, and that they blocked people who shared such posts. However, the participants have a positive view of gender neutrality and said that they respect it. In addition, although the participants found the solidarity activities in social media insufficient, they stated that they create social awareness regarding the solidarity activities. The participants emphasised that they sometimes envy the luxurious lives shown on social media, that they wish "I was rich too", that they could experience jealousy and that they felt bad. The suggestions of the participants were also included in the study. Participants stated that children should be under the supervision of their families when using social media and that social media use should be restricted. They also stated that it is necessary to provide training on the

correct use of social media and suggested children and young people to be directed to social activities.

Keywords: Religious Education, Social Media, Youth, Perception of Religion, Impact.

GİRİŞ

Sosyal medya, kullanıcıya özel profillerin oluşturulduğu, kullanıcı tarafından içerik oluşturulmasına izin verilen, bireylerin veya grupların çevrimiçi etkileşim ve iletişimine imkân tanıyan Web 2.0 internet tabanlı uygulamalar olarak tanımlanmaktadır.¹ Bireyler, sosyal medyada zaman ve mekân sınırlılığı olmadan etkileşim ve paylaşım temelli mobil tabanlı paylaşım platformlarında karşılıklı iletişim kurabilmekte, bilgi ve veri aktarımı yapabilmekte, içerik üretip paylaşabilmektedir.² Sosyal medya bünyesinde Facebook, Facebook Messenger, Twitter, YouTube, Instagram gibi platformları bulundurmaktadır. Bu platformları milyonlarca kişi takip etmekte, kullanıcıların en az dört ya da beş uygulamayı aktif şekilde kullandıkları bilinmektedir.³ 2021 yılında We Are Social tarafından yayınlanan “Digital in 2021 Global Overview” raporu 7,87 milyar dünya nüfusunun 4,80 milyarının global internet kullanıcısı, dünya nüfusunun %56’sının yani 4,48 milyar insanın aktif sosyal medya kullanıcısı olduğunu tespit etmektedir. Dünyadaki insanların yarısı sosyal medya kullanmakta, bu insanlar ortalama olarak günün 2 saat 24 dakikasını sosyal medyaya ayırmaktadır. En çok kullanılan sosyal medya platformları Facebook (2,7 milyar kişi), Youtube (2,2 milyar kişi) ve Whatsapp (2 milyar kişi)’tir. En çok kullanılan sosyal medya platformları Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram ve Messenger’dır. Türkiye’de nüfusun %70’i sosyal medya kullanıcısıdır ve günlük zamanının 2 saat 57 dakikasını sosyal medyaya ayırmaktadır.⁴ Facebook üzerine yapılan bir araştırma, gençlerin Facebook’u en çok bilgi edinme amacıyla kullandıklarını ve ihtiyaç duyulan bilgilere %90’ının internetten, %70’inin Facebook’tan ulaştıklarını tespit etmiştir.⁵

Sosyal medya kullanıcılarına eğitim, bilgiye erişim, bilgi alışverişi, iletişim, etkileşim, evden veya istenilen mekândan çalışma, grup çalışması, uzak çevreyle iletişime geçme⁶, ifade özgürlüğü, eğlence, dünyadaki gelişmeleri takip etme, ticari

¹ Jonathan A. Obar - Steven S. Wildman, “Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue.”, *Telecommunications policy*, 39/9 (2015), 745-746.

² Melike Aksoy - Emel Faiz, “Pazarlama Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımının Online Satışlar Üzerindeki Rolü: Muhafazakar Giyim Sektörü Örneği”, *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 3/5 (2018), 65.

³ Meral Çalış Duman - Mustafa Aksoğan, “Sosyal Medya ve Akademik Başarı: İnönü Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması”, *Social Sciences Studies Journal* 4/18 (2018), 1626.

⁴ We Are Social, “Digital 2021”, (Erişim 4 Ekim 2021).

⁵ Fatma Kamiloğlu - Özge Yurttaş, “Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* 0/21 (02 Aralık 2014), 147.

⁶ Martina Drahošová - Peter Balco, “The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union”, *Procedia Computer Science* 109 (2017), 1008.

avantaj, pazarlama, örgütlenme gibi birçok imkân sunmaktadır⁷. Ücretsiz olarak faydalanılan sosyal medya platformları tüketim endeksli bir platformdur. Her şeyin tüketim nesnesi olarak görüldüğü sanal dünyada ahlaki değerler de tüketilmektedir. Sosyal medyada ahlak anlayışı bireye indirgenmekte, bireylerin yaptığı -anlamli ya da anlamsız- her davranış normalleştirilmekte, mahremiyet olgusu pek çok açıdan ihlal edilmekte, inanç ve kültüre ait değerler değersizleştirilmekte, ahlak dışı unsurlar özendirilmektedir.

Sosyal medyanın iletişim ve etkileşim, eğitim, bilgiye erişim, bilgi alışverişi, kullanıcıyı küreselleştirme, etkileşimi artırma, pazarlama gibi birçok avantajı olduğu gibi bilgi kirliliği, güvensizlik, yüzeysellik, bağımlılık, zaman kaybı, sosyal ilişkilerin kaybı, yalnızlık hissi gibi dezavantajları bulunmaktadır. Bireyler sosyal medyayı kullanmaksızın bir gününü dahi geçirmemekte, bağımlı davranışları göstererek; psikolojik, fiziksel, duygusal ve sosyal problemler yaşayabilmektedirler.⁸ Sosyal medya son 20 yıldır hayatlarımıza girmiş olmakla birlikte en çok vakit geçirilen ortamlardan biri olmuştur. Akıllı cep telefonlarının sağladığı konforla birlikte her an her yerde ulaşılabilen sosyal medyaya aynı zamanda gençlerin yoğun ilgisi gözlenmektedir. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın yaptırdığı araştırma gençlerin %90'a yakınının günde en az 1 kere sosyal medya ortamına dahil olduğunu ve her 3 gençten 1'inin günde en az 3 saat vakit geçirdiğini ortaya koymaktadır.⁹

Ergenlik döneminin en belirgin özelliklerinden biri de birey kimliğinin şekillendiği dönem olmasıdır. Çocuklukla yetişkinlik arasında olan bu dönem ergenlik öncesi (9-11, 12 yaşlar), ergenliğin ilk dönemi (kızlarda 12-17, erkeklerde 13-17) ve ergenliğin son dönemi (17-21, 22 yaşlar) olarak tasnif edilmektedir.¹⁰ Ergenlik döneminde bireysel farklılıklar olmakla birlikte genel olarak ergenlerin "kimlik arayışı", "benlik oluşumu", "sosyalleşme", "cinsellik duygusu", "bağımsızlık duygusu", "dinî şüphe ve çatışmaları" ve dini şuurun uyanması" olmak üzere birçok ortak gelişim özelliklerinin olduğu kabul edilmektedir. Ergenlik döneminde soyut düşüncenin gelişmesiyle birlikte ergenlerin dinle ilgilenmeye başladıkları ve dinî konularla ilgili araştırmalar yaptıkları görülmektedir.¹¹ İlk ergenlik dönemi ergenlerin dine ilgilerinin yoğun olduğu, din konusunda soyut işlemler yapabildikleri, yetişkinler gibi Allah'ı hiçbir şeye benzetmeden Allah tasavvuru oluşturdukları bir dönemdir. Bu saadet devri, ergenlik dönemi bunalım ve problemlerinin ortaya

⁷ Bayram Kaan Kara, *Bireylerin Kendini Gerçekleştirmesinde Sosyal Medyanın Rolü: Bir Alan Araştırması* (İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020), 47.

⁸ Yubo Hou vd., "Social Media Addiction: Its Impact, Mediation, and Intervention", *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 13/1 (2019), 2.

⁹ Levent Eraslan Wordpress, "Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu Yönetici Özeti" (Erişim 02 Kasım 2021).

¹⁰ Neda Armaner, *Din Psikolojisine Giriş* (Ankara: Ayyıldız Matbaası, 1980), 92.

¹¹ Muhammed Muhdi Gündüz, "Gelişim Özellikleri Doğrultusunda Gençliğin Din Eğitimi", *e-Şarkiyat İlmî Araştırmaları Dergisi/Journal of Oriental Scientific Research (JOSR)* 12/4 (30 Aralık 2020), 1092-1103.

çıkışıyla bitmekte ve din konusunda şüphe ve kararsızlık yaşanmaya başlanmaktadır. Günahkârlık, suçluluk gibi duygular nedeniyle büyük fırtınalar yaşayan ergen bir müddet sonra durulmaya ve din ile olumlu bir ilişki kurma dönemine geçmektedir.¹² Son ergenlik dönemi ile birlikte ergenlerin din konusunda şüphe ve kararsızlık durumları yatışsa bile öğrendikleri yeni bilgilerle birlikte çelişkiler nüksedebilmekte ve bu süreç inkara kadar gidebilmektedir.¹³ Ergenlikte dini benliğin gelişiminde ergenin kişiliğinin, aileden alınan eğitimin ve çocukluk döneminde edinilen dinî tecrübelerin önemli olduğu bilinmektedir. Ergenlerin doğru din tasavvuru oluşturabilmeleri için inancının temellerini sağlam bir şekilde inşa etmeleri gerekmektedir.¹⁴

Sosyal medya eğlenen ve boş vakit geçirilen bir ortam olduğu kadar bilgilerin ve fikirlerin ortaya konulduğu bir ortamdır. Şüphesiz din ve ahlak alanına dahil olan pek çok konu ya da mesele sosyal medya ortamında dile getirilmekte, tartışılmakta ve dolayısıyla takipçilerini etkilemektedir. Bu paylaşımlardan etkilenme olasılığı en yüksek olan kitlenin gençler olduğu söylenebilir. Türkiye’de Dini Hayat Araştırması, katılımcıların %90’dan daha fazlasının dini bilgilerini 16 yaş ve öncesinde öğrendiğini belirlemiştir.¹⁵ Gürses ve İrk’in lise öğrencileriyle yaptığı araştırmada öğrencilerin yarısından fazlasının sosyal paylaşım sitelerinde yer alan içeriklerden etkilendiği¹⁶ tespit edilmiştir. Dolayısıyla dini bilgi edinme süreci gençlik dönemine girildiğinde neredeyse tamamlanmış olmaktadır ya da yoğun olarak bu dönemde edinilmeye çalışılmaktadır. Ancak internette karşılaşılan -dini- bilgilerin yanlış olabildiğine, bilgilerin dezenformasyona uğratıldığına ve bilgiye internet vasıtasıyla kolayca ulaşılmasının bilginin kıymeti sorununu ortaya çıkardığına¹⁷ dikkat çekilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya ortamında karşılaştıkları dini ve ahlaki konulara dair tartışmaların, genç bireylerin dini algılarının oluşmasındaki etkilerinin ortaya konulması önem taşımaktadır. Araştırmanın amacı ergenlik ve genç yetişkinlik döneminde bulunan bireylerin dini ve ahlaki konulara dair yaklaşımlarında ve zihinsel inşalarında sosyal medyanın etkisini ortaya koymaktır.

Yöntem

Araştırma nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik (olgubilimsel) bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Bu desenin seçilmesinde dış dünyada gözlemlenen ancak anlamı tam olarak kavranamayan deneyim, algı, yönelim ya da durumları ifade

¹² Hayati Hökelekli, *Din Psikolojisi*, (Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1993), 269-277.

¹³ Hökelekli, *Din Psikolojisi*, 280.

¹⁴ Bünyamin Solmaz - Adem Şahin, “Ergenlerde Dindarlık ve Sosyal Benlik”, *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 12/2 (2012), 148-149.

¹⁵ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), “Türkiye’de Dini Hayat Araştırması”, (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2014), 112.

¹⁶ İbrahim Gürses - Esra İrk, “İnternet Kullanımı ve Ergenlerin Dini Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 27/1 (2018), 120.

¹⁷ Muhammed Fatih Turanalp, “İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım”, *Marife* 16/1 (2016), 115-116.

eden olguların¹⁸ araştırılmak istenmesi etkili olmuştur. Böylece dünyayı anlamlandırmak için tecrübe edilen fenomenlerin nasıl bir araya getirildiği, yorumlandığına yoğunlaşmak¹⁹ istenmiştir. Çalışma grubunun yapılandırılmasında problem için zengin bilgi kaynağı olabilecek bireylerin saptanması²⁰ amacıyla amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Çalışma grubunu 15-21 yaş aralığında bulunan ve İstanbul'da okuyan lise ve üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Toplam 18 kız ve erkek öğrenciyle yapılan araştırmanın katılımcı sayısının belirlenmesinde doygunluk noktası kriteri dikkate alınmıştır.

Verilerin toplanması sürecinde nitel araştırma tekniklerinden derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle katılımcıların neyi, neden ve nasıl düşündüklerini aynı zamanda araştırılan konu ile ilgili olarak duygu, tutum, deneyimlerinin, anlamlandırmalarının, tanımlamalarının neler olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.²¹ Katılımcılar için kişisel bilgi formu ve katılımcıların cevaplarına göre soruların yeniden şekillendirilmesine imkân vermek için yapılandırılmış açık uçlu sorular hazırlanmıştır. Soruların hazırlanması sürecinde öncelikle konuyla ilgili alanyazın taraması yapılmış ve bir mülakat formu hazırlanmıştır. Soruların tamamlanması sürecinde pilot çalışma yapılarak soruların anlaşılabilirliği test edilmiş, anlaşılamayan sorular yeniden düzenlenmiş ve sorulara son şekli verilmiştir. Çalışmanın etik kurul onayı 13.10.2021 tarihinde Yalova Üniversitesi'nden (Protokol No: 2021/97) alınmış ve izin sonrasında katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin tamamı 14.10.2021- 26.10.2021 tarihleri arasında yüz yüze olarak katılımcılara uygun mekanlarda yapılmıştır. Etik ilkelere uygun şekilde katılımcıların bilgiler paylaşılmamış ve katılımcıların isimleri K1, K2... şeklinde kodlanmıştır. Katılımcılara fikirlerini rahatça ifade edebilecekleri 29 soru yöneltilmiş ve görüşmeler izinleri alınarak kayıt altına alınmıştır. Sonrasında mülakat sırasında alınan notlar ve ses kayıtları deşifre edilmiştir.

Verilerin analizi için içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Mülakatlardan elde edilen verilerin analizi ve görselleştirilmesi için MAXQDA 2020 Pro nitel analiz programına aktarılmıştır. Bu süreçte benzer ya da ortak nitelik taşıyan veriler için kod listeleri hazırlanmış, kategori ve temalar halinde yapılandırılmıştır. Çalışma için tablolar, kavram haritaları ve hiyerarşik ilişki görselleri hazırlanmıştır.

Çalışmanın geçerliği ve güvenilirliğini sağlamak için analizci üçgenlemesi²² yöntemi kullanılmış araştırma verilerinin toplanması ve değerlendirilmesi sürecinde iki araştırmacı aktif olarak rol almıştır. Böylece verileri değerlendirme sürecinde ortaya çıkabilecek olası önyargılar azaltılmaya ve verilerin tutarlılığı sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca görüşmelerden edinilen veriler yorumlanmaksızın doğrudan

¹⁸ Ali Yıldırım & Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2018), 69.

¹⁹ Michael Quinn Patton, *Nitel Araştırma Ve Değerlendirme Yöntemleri*, çev. Mesut Bütün - Selçuk Beşir Demir (Ankara: Pegem Akademi, 2018), 106.

²⁰ Yıldırım & Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 122.

²¹ Yıldırım & Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 130.

²² Patton, *Nitel Araştırma Ve Değerlendirme Yöntemleri*, 556.

alıntılarla sunularak çalışmanın iç güvenilirliği²³ sağlanmıştır. Araştırma süreci ayrıntılandırılarak çalışmanın dış güvenilirliğine,²⁴ bulgular tutarlı şekilde ortaya konarak araştırmanın iç geçerliliğine²⁵ katkı sağlanmıştır. Araştırmanın dış geçerliliği için araştırmanın benzer ortam ya da durumlara genellenebilmesi²⁶ gerekmektedir. Çalışmanın benzer gruplarla gerçekleştirilebilir olması bu geçerlilik türünü de sağlayabileceğini göstermektedir.

Bulgular

Araştırma problemine açıklık getirmesi adına yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular bu başlık altında sunulmuştur. Katılımcılara ilişkin demografik veriler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcı Profili

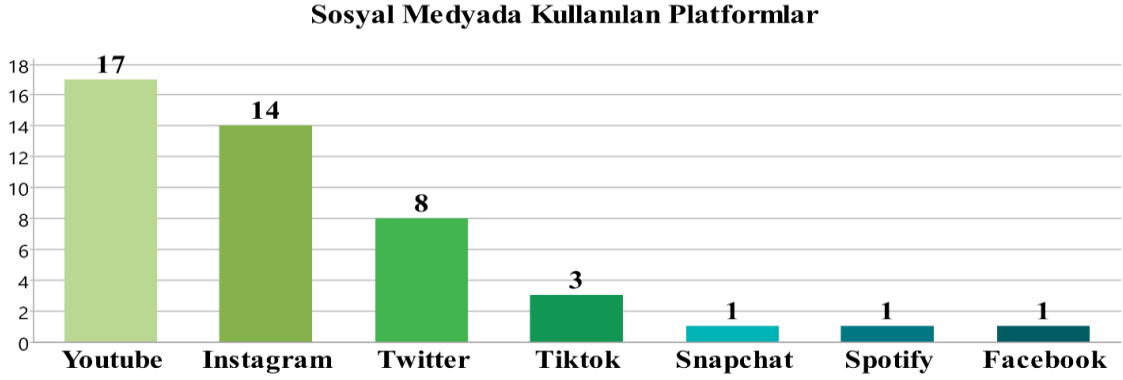
Katılımcı	Cinsiyet	Doğum Yılı	Eğitim Durumu
K1	Kadın	2005	Lise
K2	Kadın	2006	Lise
K3	Kadın	2004	Lise
K4	Erkek	2004	Lise
K5	Erkek	2001	Üniversite
K6	Kadın	2000	Üniversite
K7	Kadın	2002	Lise
K8	Erkek	2004	Lise
K9	Erkek	2000	Üniversite
K10	Kadın	2001	Üniversite
K11	Erkek	2001	Üniversite
K12	Erkek	2006	Lise
K13	Erkek	2003	Lise
K14	Kadın	2000	Üniversite
K15	Kadın	2000	Üniversite
K16	Erkek	2005	Lise
K17	Erkek	2006	Lise

²³ Yıldırım & Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 275.

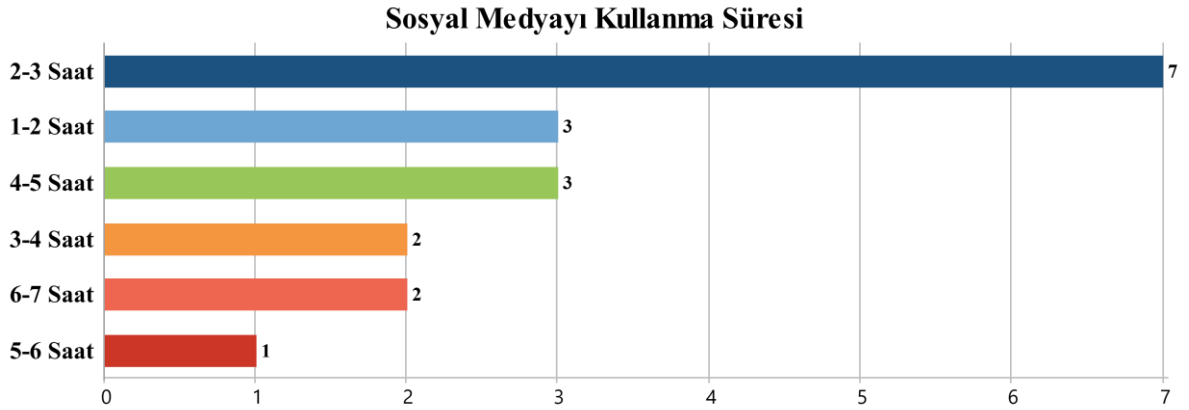
²⁴ Yıldırım & Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 274.

²⁵ Yıldırım & Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 271.

²⁶ Yıldırım & Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 271.

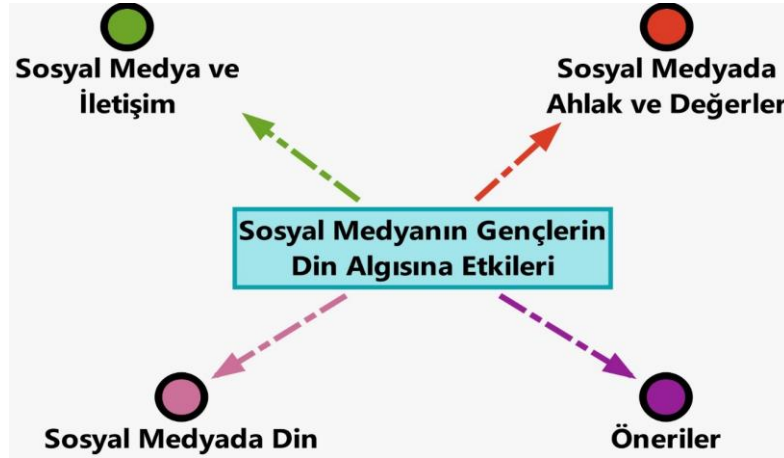
Tablo 2. Sosyal Medyada Kullanılan Platformlar

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcılar Youtube ve Instagram ağırlıklı olmak üzere farklı sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süreleri

Araştırmaya katılan gençler sosyal medyayı; eğlenme (10), boş vakit geçirme (7), gündemi takip (5), bilgilenme (4), arkadaşları takip (4), video izleme (3), müzik dinleme (5), fotoğraf ve edit paylaşma (4), arkadaş edinme (1), arkadaşlarla yazışma (1) amaçlarıyla kullanmaktadırlar.

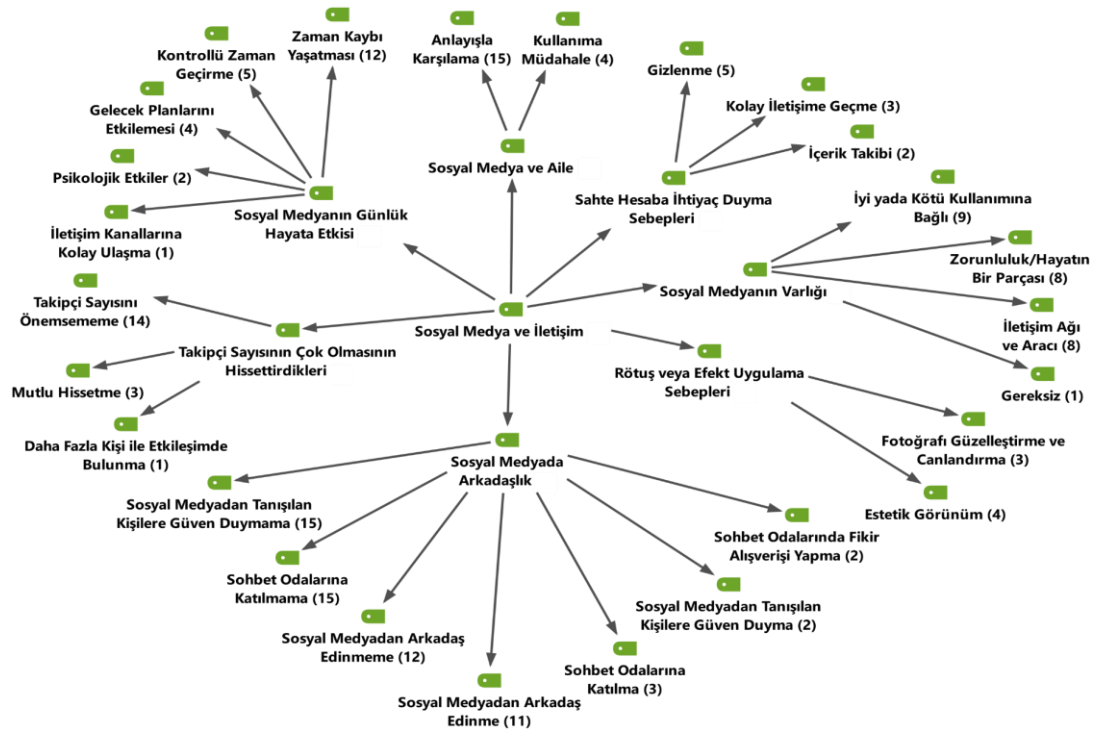
Çalışma bulguları, Şekil 1’de görüldüğü üzere 4 tema altında toplanmıştır.



Şekil 1. Kavram Haritası

1. Sosyal Medya ve İletişim

Araştırmanın ilk teması olan sosyal medya ve iletişim ait hiyerarşik kod alt kod bölümler modeli Şekil 2'de görülmektedir. Sosyal medya ve iletişim teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda 7 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; takipçi sayısının çok olmasının hissettirdikleri, sosyal medyanın varlığı, sahte hesaba ihtiyaç duyma sebepleri, rötuş veya efekt uygulama sebepleri, sosyal medya ve aile, sosyal medyada arkadaşlık ve sosyal medyanın günlük hayata etkisidir.



Şekil 2. Sosyal Medya ve İletişim Temasına Ait Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

1.1. Takipçi Sayısının Çok Olmasının Hissettirdikleri

Takipçi sayısının çok olması konusunda 3 farklı tutum gözlenmiştir; takipçi sayısını önemsememe, mutlu hissetme ve daha fazla kişi ile etkileşimde bulunma. Katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyalarındaki takipçi sayısına önem vermediklerini ifade etmişlerdir. Takipçi kitlesi tanıdıklarından oluşanlar da bulunmaktadır. Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kodlar mutlu hissetme ve daha fazla kişi ile etkileşimde bulunmadır. Bazı katılımcılar takipçi sayıları arttıkça mutlu olduklarını ifade ederken, K5 kodlu katılımcı daha fazla insana ulaşarak daha büyük bir kitleye hitap ettiğini belirtmiştir. K3 kodlu katılımcının bu konu hakkında dikkat çekici ifadesi şöyledir:

“Çok arkadaşım varmış gibi hissediyorum. Mutlu oluyorum.” (K3, Kadın, Lise)

1.2. Sosyal Medyanın Varlığı

Sosyal medyanın varlığı; iyi ya da kötü kullanımına bağlı, zorunluluk/hayatın bir parçası, iletişim ağı ve aracı ve gereksiz olmak üzere 4 şekilde yorumlanmıştır. Sosyal medyanın varlığının iyi ya da kötü kullanımına bağlı olması yoğun olarak ifade edilen görüştür. Katılımcılar sosyal medyanın iyi bir şekilde kullanıldığında hayatın vazgeçilmezlerinden ve hayatı kolaylaştırıcı olduğunu ancak kötü bir şekilde kullanılırsa kötü sonuçlar doğuracağını, sosyal medyada yanlış bilgilerin hızla yayılacağını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda bazı katılımcıların ifadeleri şöyledir:

“Sosyal medyanın gerçekten yararlı şeyler için kullanıldığında çok etkili, kullanışlı, hızlı bir yer olduğunu ama bir kötü amaçla kullanıldığında çok yanlış bilgiler de çok hızlı yayılıyor, bu açıdan da kötü etkiliyor.” (K17, Kadın, Üniversite)

“Sosyal medya bazı konularda mutlaka hayatımızı kurtaran bir şey bence. Görüntülü konuşmadan tutalım, dünyanın öbür ucundaki insanlarla tanışıp dil geliştirmeye kadar bir sürü faydası var. Youtube’da yeri geldiğinde ders çalışmak için tonlarca video bulabiliyorum, bunlardan yararlanıyorum, yeni hobiler öğreniyorum bu tarz durumlarda bence sosyal medya oldukça faydalı ancak benim sosyal medya adına olumsuz bulduğum durum şu; özellikle benim yaşlarımla, sosyal medyada gördüğüm çoğu şeyden kötü etkileniyor. Özellikle TikTok uygulamasının bu sene yaşlarımla üstünde yarattığı etki bence çok kötü. En basitinden sokakta gördüğüm herkes birbirine benzemeye başladı, bu sosyal medya trendleri yüzünden. Ya da bazı genç kızlar, fenomenlerin görünüşlerini beğendiği fakat kendisi öyle olmadığı için psikolojik sorunlar yaşıyor, bu durumun sonu ne yazık ki kötü yerlere gidiyor. Sosyal medyadaki bu sahte insanlar yüzünden gençler kötü etkileniyor, ben de bu jenerasyonunun bir parçası olarak çok üzülüyorum.” (K16, Erkek, Lise)

Katılımcılar sosyal medyanın günümüz dünyasında iletişim, etkileşim, sosyallik için gerekli bir araç olduğunu belirterek sosyal medyanın hayatın bir parçası haline geldiğini de ifade etmişlerdir.

“Sosyal medya iyisiyle kötüsüyle çoğu şeye kısıdan ulaşmamızı sağlıyor, hayatımızın önemli bir parçası olduğunu düşünüyorum. Sosyal medyadan bağımsız bir hayat artık yok.” (K4, Erkek, Lise)

Katılımcılardan bazılarına göre sosyal medyanın ekonomik alanda getirdiği kolaylıklar vazgeçilmez olarak algılanmasına katkı sağlamaktadır.

“Sosyal medya bence zorunluluk haline geldi. Artık telefon alıp indirdiğin ilk beş uygulamadan biri sosyal medya uygulaması. Atıyorum Instagram, Twitter veya Facebook. Muhakkak bir tanesini indiriyorsun. Artık herkesin yaşamına girdi. Dükkanlar, küçük esnaf bile sosyal medyada bir hesap açıp oradan satış yapma derdinde. Ticarete kadar hayatımıza girdi. Bütün boyutlarıyla hayatımıza girdiği gibi bundan sonra da daha da büyümeye devam edecek. O yüzden zorunluluk olarak görüyorum. Bir kişi bir işletme açıyorsa hemen Instagram hesabı açıyor. Bence bu bir zorunluluktur. Ticari bir hesap açıyorsa x firması Instagram’a girip orada ona göre tasarımcıyla anlaşıyor, gönderi paylaşıyor, hikâye paylaşıyor, tasarım yaptırıyor, reklam verdiriyor. Niye? Sen şimdi sokaktan geçen bütün insanlara nasıl hitap edebileceksin? Normal bir afiş dağıtarak hitap edemezsin. Sosyal medyayla direk kitleye ulaşıyorsun. Yani çok hızlı bir iletişim ağı.” (K5, Erkek, Üniversite)

Katılımcılar sosyal medyanın internet ile birlikte iletişim anlamında dünyada bir değişime yol açtığını belirtmişlerdir. Katılımcılar görüntülü konuşma, anında ulaşabilme, erişim kolaylığı gibi faktörlerin günümüz dünyasında iletişimde artık olmazsa olmaz olduğunu ifade etmişlerdir.

“Sosyal medyanın varlığı direkt dünyayı etkiliyor, herkes sosyal medya kullanıyor. Son derecede büyük bir teknolojinin içinde yaşıyoruz.” (K11, Erkek, Üniversite)

“Sosyal medyanın içinde bulunduğumuz yüzyılda vazgeçilmez olduğunu ve bir gereklilik olduğunu düşünüyorum. Pek çok açıdan hayatımıza kolaylık ve sosyallik kattığını düşünüyorum. En basitinden anılarımızı istediğimiz kişilerle paylaşıp arkadaşlarımızla iletişime geçebiliyoruz.” (K15, Kadın, Üniversite)

K10 kodlu katılımcı sosyal medyayı gereksiz bulunduğunu örnekleriyle açıklamış, sosyal medyanın olumsuz etkilerine değinmiştir.

“Sosyal medyanın olmasını istemiyorum aslında. Çünkü artık herkes herkesin ne yaptığını biliyor, ki bu da hoş değil. Önceden karşı komşunun en fazla ne yaptığını bilirdik, şimdi dünyanın öbür ucunda ki insanların o an neler yaptığını görebiliyoruz. Bakıldığında çok çılgınca ama bence gerekli bir şey değildi. Hep istemesek de birileri ile kendimizi kıyaslıyoruz. Eskisine göre daha çok depresif olunmasının sebebi de bence sosyal medya.” (K10, Kadın, Üniversite)

1.3. Sahte Hesaba İhtiyaç Duyma Sebepleri

Sosyal medyada sahte hesaba ihtiyaç duyma sebepleri; gizlenme, kolay iletişime geçme ve içerik takibidir. Katılımcıların çoğunluğu, 18 katılımcıdan 10'u, sosyal medyada etkileşimde bulunurken kimliklerini gizlemek ya da daha rahat iletişim için sahte hesaba ihtiyaç duyduklarını ifade etmişlerdir.

“Herkesin hesabına, her profile kendi hesabından girmek istemiyorsun. Atıyorum arkadaşının profiline bakmak istiyorsun. Bakmak istediğin kişinin profiline baktığın zaman hesap gizli değilse seni görebiliyor. Ama fake hesapta kimse kimsenin ne yaptığını bilemiyor.” (K10, Kadın, Üniversite)

Katılımcılar kolay iletişime geçme ve sosyalleşmek adına sahte hesaba ihtiyaç duyduğunu belirtenler de bulunmaktadır.

“Büyük hesaplar olunca her türlü konuya giremiyorsun. Fake hesaplarda kimse görmeden farklı konulara girebiliyorsun. İstediklerin gibi, rahat konuşabiliyorsun. Hem de bu hesap engellenmez.” (K3, Kadın, Lise)

Katılımcılar rahatlıkla diğer içeriklere bakmak için sahte hesap kullandıklarını da ifade etmişlerdir.

“Burada daha rahat içerik takip edebiliyor ve görmek istediğim içeriği daha iyi yönlendirebiliyorum.” (K15, Kadın, Üniversite)

“Kendime ait bir hesabım olmadığı için arkadaşlarıma, bakmak istediklerime bu hesaptan bakıyorum.” (K18, Kadın, Üniversite)

K1 kodlu katılımcı ise özel bir isimle arşiv olarak sahte hesap kullandığını ifade etmiştir:

“Kendimi takma adla tanıtıyorum. Kendi özel kişisel verilerimi saklamak için fake hesaba gerek duyuyorum. Kimseyi kandırmak için değil. İsmimin görünmesini istemiyorum, bazen girip çıkıyorum. Özel hesabı arşivlemek için kullanıyorum.” (K1, Kadın, Lise)

1.4. Rötüş veya Efekt Uygulama Sebepleri

Araştırma katılımcılarından 7'si filtre ve rötüşü; estetik görünüm, hoş görünüm, fotoğraf düzenleme, renklendirme, kusurları kapatmak, canlılık sağlamak gibi sebeplerle kullandıkları ifade etmişlerdir.

“Genelde çektiğim fotoğraflarda renk filtresi oluyor, çünkü fotoğrafın ve hesabımın daha estetik ve hoş görünmesini istiyorum ama photoshop vb. uygulamalar kullanmıyorum, çünkü insanlar gerçekte benim nasıl görüldüğümü zaten biliyor.” (K7, Kadın, Lise)

K6 kodlu katılımcının ise fotoğrafı güzelleştirme ve canlandırma ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Sosyal medyada kendi fotoğraflarımı oldukça nadir paylaşıyorum bu paylaşmış olduğum fotoğraflarda herhangi bir rötuş yapmıyorum fakat renklendirici efektler kullanıyorum. Bunun amacıysa fotoğrafa canlılık vermek.” (K6, Kadın, Üniversite)

1.5. Sosyal Medya ve Aile

Katılımcıların çoğunluğu ailelerinin sosyal medya kullanımlarını genel olarak anlayışla karşıladıklarını, bu konuda herhangi bir müdahalede bulunmadıklarını ve herhangi bir tartışma yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. 18 katılımcının 15'i sosyal medya kullanımları hususunda ailesiyle sorun yaşamamakta, anlayışla karşılanmaktadır.

“Hayır, ailemle tartışmam için ortada çok büyük sorunlar olması lazım. Sosyal medya kullanımına kimse lafetmiyor.” (K16, Erkek, Lise)

“Sosyal medyada bu kadar uzun süre kaldığımı biliyorlar ama henüz tartışma boyutuna gelmedi. Tabi arada laf ediyorlar ama tartışma boyutuna hiç gelmedi.” (K5, Erkek, Üniversite)

Katılımcıların çok azı ailelerinin sosyal medya kullanımlarına müdahalede bulduklarını belirtmişlerdir.

“Önceden bir hesabım vardı, ailem kapat deyince kapattım.” (K1, Kadın, Lise)

“Evet. Instagrama karşılar ama saygı duyuyorlar, beni korumak için dikkat etmeye çalışıyorlar. Telefonuma müdahale etmeleri hoşuma gitmiyor, çünkü kişisel bir eşya.” (K2, Kadın, Lise)

1.6. Sosyal Medyada Arkadaşlık

Katılımcılar genel olarak sosyal medyadan tanışılan kişilere güven duymadıklarından ve sohbet odalarına katılmadıklarından bahsetmişlerdir.

“Sosyal medyada tanımadığım kişilerle fazla iletişim kurmamaya dikkat ediyorum, dediğim gibi birkaç yabancı arkadaşım var fakat bu kişilere özel hayatımla ilgili bilgi vermiyorum. Mesafemi korumaya dikkat ediyorum.” (K7, Kadın, Lise)

“Tanımadığım insanlarla sosyal medya üzerinden etkileşimde bulunmak konusunda kendimi rahat hissetmiyorum, güvenmiyorum.” (K14, Kadın, Üniversite)

Katılımcılardan sosyal medyada tanıştıkları kişilere güvendiklerini ifade edenler de bulunmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyadaki güven seviyesinin gerçek hayatla aynı olamayacağı da vurgulanmaktadır (K16, Erkek, Lise).

“İnsan daha çok güvenebiliyor. Diğer insanlar da aynı şeyden korktuğu için sosyal medya daha güvenli olabiliyor.” (K3, Kadın, Lise)

Katılımcılar kimse ile sohbet etmediklerini, özel bilgilerini paylaşmadıklarını ifade etmişlerdir.

“Sosyal medyada tanımadığım kişilerle hiçbir şekilde iletişime girmiyorum. Herhangi bir sohbet grubu ya da sohbet odasına dâhil olmuyorum ve kişisel bilgilerimi tanımadığım kişilerle kesinlikle paylaşmıyorum.” (K15, Kadın, Üniversite)

“Tanımadığım insanlara ailemden veya herhangi bir şeyden kapsamlı bir şekilde bahsetmem.” (K16, Erkek, Lise)

Katılımcılardan 3’ü ise sosyal medyada tanıştıkları kişilere güvendiklerini sosyal medyada sohbet odalarına katıldıklarını ve kişisel bilgilerini paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Sohbet odalarında diğer kişiler ile fikir alışverişinde bulunanlar da vardır.

“Bir grubumuz olmuştu ama özel şeyleri pek konuşmadık. Ama bazı arkadaşlar aileleriyle problemler yaşıyorlar, bu gruplarda birbirlerine tavsiyelerde bulunuyorlar.” (K3, Kadın, Lise)

Katılımcıların bir kısmı sosyal medya üzerinden arkadaşlık edinmediklerini, sosyal medya arkadaşlıklarının gerçek arkadaşlıkların yerini tutmadığını ve sosyal medyadaki arkadaşlıkları çok tatmin edici bulmadıklarını belirtmişlerdir.

“Sosyal medyadaki ilişkileri çok da tatmin edici bulmuyorum. Sosyal medya gerçek arkadaşlığın yerini alamaz. Ben gerçek hayattaki sosyalleşmeyi tercih ederim.” (K4, Erkek, Lise)

Bununla birlikte bazı katılımcılar ise sosyal medyada yapılan arkadaşlıkların güvenilir ve sağlam olabileceğini, ilgi alanı ve fikirlere uygun arkadaşlıklar kurulabileceğini belirtmişlerdir.

“Beni sosyal medya arkadaşlarımdan mesaj almak bile mutlu ediyor. Etrafımdaki insanlarla zevklerim ve düşüncelerim uyuşmuyor. Ben Kpop’a bakarken onlar bundan nefret ediyor ve aşağılıyorlar. En azından ortak şeyler konuşabiliyoruz.” (K2, Kadın, Lise)

“Sosyal medyada kurulan arkadaşlık ilişkilerine sıcak bakıyorum. Çünkü sosyal medyanın özellikle kendi ilgi alanlarınıza ve fikirlerinize oldukça yakın kişilerle tanışma imkânı ve ortamı sağladığını düşünüyorum. Ancak bu arkadaşlıkların gerçek hayattaki kadar samimi ve tatmin edici olduğunu düşünmüyorum. Sanal arkadaşların gerçek arkadaşların yerini alacağını da düşünmüyorum.” (K15, Kadın, Üniversite)

1.7. Sosyal Medyanın Günlük Hayata Etkisi

Katılımcılar yoğun olarak sosyal medyanın zaman kaybı yaşattığından bahsetmişlerdir. Katılımcılar sosyal medyayı genellikle boş zamanlarını doldurmak için kullandıklarını, zaman aldığını ve bazen kendilerini kontrol edemediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların 12’si zamanını sosyal medyada değerlendirmeye daha

doğrusu “zaman geçirmeye” çalıştığını belirtmiştir. Çok değerli bir olgu olan ve öylece geçirilmemesi gereken, bir daha gelmeyecek olan zaman hakkındaki bu bulgular dikkatle değerlendirilmelidir.

“Geliyor bazen, pişman oluyorum. Daha az süre verebilirim. Sosyal medya hayatımızın içinde ama sınırlı olmalı. Ben de yapamıyorum” (K2, Kadın, Lise)

“Bazen sosyal medyada geçirdiğim vakitle ilgili sorgulama yapıyorum. Aklıma geldiğinde de küçük bir pişmanlık hissi geliyor.” (K4, Erkek, Lise)

“Bazen şöyle yapıyorum, telefonda ekran süresi var. Bakıyorum, 11 saat, 12 saat oluyor. Nereden baksan 5 ile 6 saat sosyal medyada geçiyor. Bazen sorguluyorum yani. Pişmanlık duymuyorum, çünkü çalıştığım saatlerde telefona bakamıyorum ama çok uzun süre ekran başında kaldığım zaman kendimi rahatsız hissediyorum.” (K5, Erkek, Üniversite)

Yeni medya ortamı bireylerin zaman algısını ters yüz etmiş görünmektedir. Asıl dikkat çekici olan ise bu durumun farkında olunması, bundan rahatsızlık duyulması ancak yapılacak bir şey olmaması şeklindeki kabuldür.

“Tabi ki sosyal medyada geçirdiğim boş zamanımda başka şeyler yapmak istiyorum fakat o esnada yapabileceğim aktivite vb. şeyler olmadığı için sosyal medyaya yönelmiş olduğum için böyle bir düşünce içinde olmuyorum.” (K7, Kadın, Lise)

“Evet, bu konuda sorgulama yapıyorum ve zamanımı boşuna geçirdiğimi düşünüyorum. Fakat bunun dışında yani sosyal medyada dolaşmak dışında yapacak bir şey de bulamıyorum.” (K11, Erkek, Üniversite)

Bazı katılımcılar ise sosyal medyada kontrollü bir zaman geçirdiklerini, biraz fazla zaman geçirdiklerini, kendilerini ve zamanı kontrol ettiklerini ve sosyal medyadan zaman zaman uzaklaştıklarını ifade etmişlerdir.

“İşlerimi bitirip, ne istiyorsam yapıp öyle sosyal medyaya girerim. Zaten yapmak istediğim bir şey varsa sosyal medyadan direk çıkıp işimi yaparım.” (K1, Kadın, Lise)

“O zamanın öyle geçmesini istediğim için sosyal medya kullanıyorum. Yapmam gerekenleri engellemeye başladığı zaman sosyal medya detoksunu yapıyorum.” (K10, Kadın, Üniversite)

Bazı katılımcılar sosyal medya kullanımının satın alma davranışlarına, dijital davranışlarına ve gelecek planlarına olan etkisinden bahsetmişlerdir. Sosyal medyanın gençleri tüketime yönelttiği, karar alma mekanizmalarını etkilediği ifade edilmektedir.

“Örneğin yeni çıkan bir trend oluyor ve bu da planlarımı etkiliyor. Sosyal medya geniş bir platform olduğu için tek bir şeyden örnek veremem fakat yani her konuda düşünce ve plan oluşturulacak bir yer.” (K11, Erkek, Üniversite)

“Gördüğümüz şeylerden etkilenme eğilimimizin fazla olduğunu düşünüyorum. Ayrıca sosyal medya olmadan haberimizin olmayacağı bazı bilgiler var, bunlarla karşılaşmak hayatımız hakkında yeni kararlar almamıza sebep olabiliyor. Bu biraz takip ettiğimiz sayfalar/profillerle de ilgili olabilir bir bakıma.” (K14, Kadın, Üniversite)

Gündemdeki olaylar sebebiyle sosyal medyanın kendilerini psikolojik olarak etkilediğini ifade edenler de bulunmaktadır. Gençler ekonomik ve siyasi olaylardan ya da şiddet içeren olumsuz davranışların yansımından etkilenmektedirler.

“Bazen etki ediyor. Mesela gündemde bir olay var, ekonomi, siyaset olabilir. Bunlar etkilemiyor ama bir zulüm olduğu zaman, Kudüs’te bir saldırı olduğu zaman etkileniyorum. Müslümanlık adına daha fazla çalışma isteği duyuyorum.” (K4, Erkek, Lise)

“Sosyal medyanın negatif etkisi kimi zaman sosyal medyada görmüş olduğum hayvanlara yönelik kötü davranışlar beni ruhsal anlamda o kadar yıpratıyor ki bütün günümü hatta günlerimi bunu düşünerek geçirebiliyorum. Aynı negatif etki çevre kirliliği konusu için de geçerli elbette. Günümüzde eğitim seviyesinin yükseliyor olması maalesef çevre konusundaki bilinci arttırmıyor. İnsanların doğru bilinçlendirilmemesinin yarınki nesillere haksızlık olduğunu düşünüyorum ve bu da yine negatif bir etki oluşturuyor.” (K6, Kadın, Üniversite)

Sosyal medyanın normalde ulaşmakta zorlanabileceği iletişim kanallarına kolay ulaşma yönündeki etkilerine değinen bir katılımcı ise şunları söylemiştir:

“Sosyal medyanın pozitif ve negatif etkileri olduğunu düşünüyorum. Pozitif etkisine örnek ben yaşantım boyunca hayvanlarla güçlü bir bağ kurduğumu hissetmişimdir. Şu an sosyal medyadaki çeşitli güvenilir hesaplardan sokak hayvanlarına ve çeşitli sağlık problemleri yaşayan hayvanlara elimden geldiğince yardımcı oluyorum.” (K6, Kadın, Üniversite)

Tablo 4. Katılımcı Profiline Göre Sosyal Medya ve İletişim

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18
Sosyal Medya ve İletişim																		
Sosyal Medya ve Aile																		
Anlayışla Karşılaşma																		
Kullanıma Müdahale																		
Sosyal Medyada Arkadaşlık																		
Sosyal Medyadan Tanışılan Kişilere Güven Duymama																		
Sosyal Medyadan Tanışılan Kişilere Güven Duyma																		
Sosyal Medyadan Arkadaş Edinme																		
Sosyal Medyadan Arkadaş Edinme																		
Sohbet Odalarına Katılmama																		
Sohbet Odalarına Katılma																		
Sohbet Odalarında Fikir Alışverişi Yapma																		
Sosyal Medyanın Günlük Hayata Etkisi																		
Zaman Kaybı Yaşatması																		
Kontrollü Zaman Geçirme																		
Gelecek Planlarını Etkilemesi																		
Psikolojik Etkiler																		
İletişim Kanallarına Kolay Ulaşma																		

Sosyal medya ve iletişim ile ilgili olarak katılımcılar farklı açılardan yorumlarda bulunmuşlardır. Ancak tabloda birkaç nokta göze çarpmaktadır. Tablo 4’e göre K2 kodlu katılımcı sosyal medyadan arkadaş edinme ve zaman kaybı

Bazı katılımcılar ise Kur'an'ın günümüz insanına hitap etmediğini, değerlerin dinle ilgili olmadıklarını ifade etmişlerdir.

"Bence Kuran günümüz insanına kesinlikle hitap etmiyor. Kul hakkı ya da insanlara sevgi ve merhamet yani empati dediğimiz şeyler bence dinle alakalı değil. Bu insanların beraber yaşamak için yapması gerekenler." (K10, Kadın, Üniversite)

Cennet ve cehennem vaatlerini doğru bulmayan ve bu konuda sorgulamalar yapan bir katılımcı görüşlerini söyle dile getirmiştir.

"Allah'ın cennet ve cehennem vaatlerini çok doğru bulmuyorum. Dünyada iyi insanlar bu kadar acı çekerken akıllarındaki düşüncenin öldüğüm zaman mutlu olacağım, bana bunu yapanlar zaten cehenneme gidecek diye düşünmesi bence sağlıklı. Adaletin bu dünyada şu an yaşıyorsak yine bu dünyada olmasını isterdim." (K10, Kadın, Üniversite)

Katılımcılar tarafından ifade edilen bir diğer husus bazı kuralların (yasaklar-emirler) çok keskin olmasıdır. Katılımcılar Kur'an ve din ile ilgili bazı konuların abartıldığını ve tesettür gibi konularda kısıtlayıcı sınırlar konulduğunu belirtmişlerdir.

"Ben İslam dininin ayrımcı bir din olduğunu düşünmüyorum, ama bu gibi konular benim de kafamı karıştırıyor. Örneğin tesettür konusunda insanların biraz daha özgür olması gerektiği düşüncesindeyim, elbette giyimimize dikkat etmeliyiz ancak fazla açık giyinmeyip, oldukça düzgün ve kapalı giyinen bir insanın tesettürlü bir kişiden farklı olmaması gerektiği düşüncesindeyim." (K7, Kadın, Lise)

Kur'an'ın bilimsel gerçekliğinin olmadığını ifade eden katılımcı, kurallara uymanın insanın inisiyatifinde olması dolayısıyla Kuran'ın emir ve kurallarının anlamsız olduğunu düşünmektedir (K13, Erkek, Lise).

2.2. Dinin Anlamı

Katılımcılar dini nasıl anlamlandırdıkları konusu çalışma açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda katılımcılar emirlere uyma denildiğinde farz ve haram gibi kavramların akıllarına geldiğini, Allah inancı ile birlikte bu sorumlulukları kabul edip, yerine getirdiklerini ifade etmişlerdir.

"Emir ve yasak denildiğinde farzlar ve haramlar geliyor aklıma yani Allah'a olan ibadetimizi ya da kulluğumuzu yaparken herhangi bir günah işlemeden yapmak gibi düşünüyorum." (K11, Erkek, Üniversite)

"Dinimin ve Allah'ın emir ve yasaklarının benim hayatımda normal bir boyutta yer aldığını düşünüyorum. Din, emir ve yasaklar hayatımda bir amaç ya da odak değildir ancak bunlara dikkat etmeye ve olabildiğince uygun davranmaya özen gösteririm." (K15, Kadın, Üniversite)

Katılımcılar dini, ahlaki davranışların yerine getirilmesi ve kendilerine yapılmasını istemedikleri davranışları başkalarına yapmamaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

“Allah’ın emir ve yasakları benim için, bir insanın ahlaki olarak yapması gerekenler, etik davranışlar, bir başkasının kendisine yapmasını istemediği şeyleri yapmaması anlamına gelir. Bir insan bana göre, ahlaklı ve etik davranışlar sergilerse dine daha uygun yaşamış olur.” (K7, Kadın, Lise)

“Doğru-güvenilir insan olma, ihtiyaç sahiplerine yardım etme, insanlara güzel sözler söyleme, iftiradan-dedikodudan kaçınma gibi büyük çoğunluğu iyi-ahlaklı bir insan ve en nihayetinde iyi bir toplum olabilmemiz için gerekli emir ve yasaklardır.” (K14, Kadın, Üniversite)

2.3. Yaratıcı

Son dönemlerde bir yaratıcıya ihtiyaç olmadığı söylemlerinin gündemde olduğu görülmektedir. Sekülerizm, deizm, agnostisizm, ateizm gibi düşünce ve inanç biçimlerinin etkisiyle yaratıcı konusundaki sorgulamalar artmıştır. Bu sebeple katılımcıların bu söylemlerden etkilenip etkilenmediğini ölçmek için bu yönde sorular yöneltilmiştir. Katılımcılar yoğun olarak yaratıcının varlığını kabul ettiklerini belirtmektedirler. Katılımcıların hepsi dünyada bir yaratıcıya ihtiyaç olduğunu ifade etmişlerdir.

“Dünyanın bir yaratıcının varlığıyla var olduğunu düşündüğümde elbette bir yaratıcıya ihtiyaç vardır diyorum. İnsan nefsinin kötüyü de arzuladığına, her gün tanıklık ettiğimiz bu dünyada elbette Allah’ın cenneti vaat etmesinin bizler için büyük bir yardım olduğunu düşünüyorum. Yarattığı varlığın (insanın) kendini törpülemesinde bir uyarı olarak cehennemi göstermesiyse bence diğer bir yardımdır.” (K6, Kadın, Üniversite)

“İnsanların yaratıcı ve yaratmak olgusunu anlamasına ihtiyacı olduğunu ancak yaratıcı ihtiyacının yaratıcı olgusuna ters düştüğü için olmadığını düşünüyorum. Yani tüm bu olan şeylerin bir yaratıcıyı işaret etmesi durumunun mantıksal olarak varılması gereken sonucu çarptırdığını ve yaratılmış-yaratıcı ilişkisine yanlış bir bakış açısı olduğunu düşünüyorum. Aynı şekilde manevi ihtiyaç bakımından yaratıcının varlığının ihtiyaçsal görülmesinin yalnızca yaratmak eyleminden ibaret olması gerektiğini bundan sonrası yaratıcının ‘yaratıcı’ sıfatına değil diğer sıfatlarına işaret edileceğinden yaratıcıya ihtiyaç durumunun manevi yönden olmadığını düşünüyorum. Şöyle ki hali hazırda yaratılmış bir varlığın ‘yaratıcı’ya ihtiyacı sonlanmıştır ancak ‘öğretici’ye hala ihtiyaç duymaktadır.” (K9, Erkek, Üniversite)

Katılımcılar yaratıcının düzeni korumak için kurallar olması gerektiğini ifade etmişlerdir.

“Bir yaratıcı yarattığı varlıklar için kurallar koyup düzeni sağlamaktadır. Allah’ın insanları yaptıkları eylemlerle sınaması da benim mantık çerçeveme sığmaktadır.”

Tıpkı her yerde olduğu gibi yaptığımız eylemlerin daima bir sonucu vardır olumlu ya da olumsuz biz bunlardan etkilenebiliriz. Ayrıca kişinin cennet-cehennem anlayışıyla eylemlerinin daha kontrol altında tutulabilir olduğunu düşünüyorum.” (K15, Kadın, Üniversite)

2.4. Katılımcılara Göre İslam

Katılımcılara göre İslam; eşitlik, ayrımcılık, Allah ile insan arasındaki özel ilişki, kuralcı, yönlendirici, göreceli ve sevgi dolu olarak değerlendirilmiştir. Katılımcılar yoğun olarak İslam’da eşitlik anlayışı olduğundan bahsetmişlerdir.

“İslam dininde her şey ve herkes eşittir. Müslüman olmayan cehenneme gidecek demek yanlış yolda olan birinin hayatı boyunca yaptığı yanlış şeylerin cezası demektir. Bu nedenle bu bir ayırım değil cennete gidecekleri seçme yoludur.” (K12, Erkek, Lise)

“Sosyal medyada İslam’ı ve dini karalamak için birçok paylaşım yapıyor ama gerçekte İslam dininde bir ayrımcılık olduğunu düşünmüyorum. Ameller niyetlere göredir ve sen nasıl yaşarsan o şekilde değerlendirilirsin.” (K18, Kadın, Üniversite)

Bazı katılımcılar ise İslam dininde ayrımcılık olduğunu belirterek şu ifadelerde bulunmuşlardır.

“Bence İslam’da ayrımcılık var. Kadın erkek ayrımcılığı zaten en başta gelen. Kadınların bu kadar kendilerini sakınmak zorunda hissetmesi hep erkekler tarafından aşağılanması gibi. Tesettür olayına gelirsek bence herkes istediğini yapmakta özgür olmalı ancak din adı altında yapılan sömürüler yüzünden birçok ayrımcılıklar söz konusu ki bu da bence Müslümanlık olarak anlatılan dinin bir parçası olmamalı.” (K10, Kadın, Üniversite)

“Bu soruyu cevaplayabilecek kadar bilgi sahibi olduğumdan emin değilim. Yine de düşüncelerimi paylaşmam gerekirse, “Müslüman olmayan cehenneme gidecek” keskinliğinde bir cümleye bakınca ayrımcı bir dil olarak görüldüğünü kabul etmek gerekiyor. Çünkü Müslüman olmayan fakat bir yaratıcının varlığına inanan, doğru yoldan ayrılmayan, çevresine pek çok faydası dokunan insanların cehenneme gidecek olduğunu düşünmek onlara haksızlık gibi geliyor. Bizim ailemiz Müslüman olduğu için, İslam dininin yaygın olduğu bir ülkede olduğumuz için bu dini yaşama fırsatımız oldu fakat herkes bu şekilde İslam dininin içine doğmuyor. Tabii ki bu insanların da aklını kullanarak, araştırmalar yaparak bir sonuca ulaşması gerektiğini biliyorum ama yine de eşit şartlarda değilmiş gibi hissedirdim.” (K14, Kadın, Üniversite)

Katılımcılar İslam’ın Allah ile insan arasında özel bir ilişki olduğundan bahsetmişlerdir.

“Bu insan ile Allah arasındaki bir ilişki. Buna kimsenin karışmaması gerekli. Yanlış da doğruyu da kişi kendisi yaşayacak ve kendisi görecektir, kimsenin buna

konuşmaya yetkisi yok. Tabi uyarırsın ama kimse uyarmadan ötesine gidemez. Dinde tebliğ var ama zorlama yoktur. Hiçbir zaman Peygamberin kimseyi zorladığını görmedik.” (K2, Kadın, Lise)

Katılımcılar İslam dininde kuralların belli olduğunu ve buna uyulması gerektiğini ifade etmişlerdir.

“Bu ayrımcılık değildir. Allaha iman edip emirleri yerine getirmeye gayret edersen cennete gidersin. Örnek vermek gerekirse, sınava çalışıp giren bir öğrenci barajı geçer, istediği güzel bir okula yerleşir, sınava çalışmayan öğrenci barajı geçemez belki bir okula bile giremez.” (K16, Erkek, Lise)

Katılımcılar arasında İslam’da ayrımcı bir dilin olduğu düşüncesinin bakış açısına göre şekillendiğini belirtenler de bulunmaktadır.

“İslam dini hakkında olan bilgilerin yorumlanmasından doğan bu tarz şeylerin bakış açısıyla alakalı olduğunu ve benim bakış açımdan dinin tebliğiyle ters düştüğü için sosyal ayrımcılık durumunun kesinlikle olmadığını düşünüyorum.” (K9, Erkek, Üniversite)

İslam’ın insanları doğru olana yönlendirici niteliğine de dikkat çekilmiştir (K17, Erkek, Lise). Katılımcılardan bazıları İslam dinini herkese sevgiyi öğreten bir din olarak tanımlamaktadırlar (K1, Kadın, Lise).

“Annem bana anlatmıştı. Bir tane adam köpeğe su verdiği için cennetlik, Müslüman bir kadın kediyi odaya kapattığı ve yemek vermediği için cehennemlik oluyor. Allah cömert. Kimin cennete kimin cehenneme gideceğine kimse karar veremez. Mesela tesettürlü var namaz kılmıyor, açık var namaz kılıyor, yanında eşarbını taşıyor. İnsanların dış görünüşüne göre karar veremeyiz. Sonuç olarak kimse Allah yerine karar veremez.” (K3, Kadın, Lise)

2.5. Sosyal Medyadan Dini Bilgi Edinme

Sosyal medyadan dini bilgi edinme kategorisi; sosyal medyada yer alan bilgilere güvensizlik ve çelişki, sosyal medyadan dini bilgi edinmeme, sosyal medyadan dini bilgi edinme, sosyal medyadaki bilgilerin din üzerinde etkisi olmaması ve dini bilgileri internette araştırma olmak üzere 5 şekilde ifade edilmiştir. Katılımcılar bu kategoride yoğun olarak sosyal medyada yer alan bilgilere duydukları güvensizlik ve çelişki ile ilgili ifadelerde bulunmuşlardır ve sosyal medyadan bilgi edinmeyi tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

“Sosyal medyada herhangi bir konuda araştırma yapmıyorum bu sadece din için geçerli değil. Çünkü sosyal medyada yanlış araştırmalar yapma, yanlış sonuçları bulma olasılığı daha fazla.” (K12, Erkek, Lise)

“Hayır, sosyal medyada dinî konular hakkında araştırma yapmıyorum. Ayrıca sosyal medyadaki bilgilerin güvenilir olduğunu düşünmüyorum.” (K13, Erkek, Lise)

Katılımcılar sosyal medyaya güven duymadıkları için sosyal medyadan ziyade başka kaynaklardan araştırma yaptıklarını sosyal medyadan dini konularda bilgi edinmediklerini ifade etmişlerdir.

“Bir araştırma yapmak istediğimde daha güvenilir kaynaklara sormayı tercih ederim. Sosyal medyada gördüğüm bilgileri de başkalarına, büyüklerime ya da uzmanlara sorarım.” (K16, Erkek, Lise)

Bazı katılımcılar (K4 ve K15) ise sosyal medyadan bilgi edindiklerini ve ona güvendiklerini ifade etmişlerdir. Öte yandan katılımcılardan bazıları (K1 ve K7) dini konularda sosyal medyadan ziyade internetten araştırma yaptıklarını belirtmektedir. Araştırma yaparken güven duydukları ortamları tercih ettiğini ifade edenler de bulunmaktadır.

“Sözler köşkü gibi sayfaları takip ediyorum. Kaliteli bir sayfaysa yani güvenilir bir sayfaysa mavi tik diye bir şey var ona göre araştırma yapıyorum. Bu sayfalar çok fazla insana hitap ettiği için daha fazla güvenirim. Her gördüğüme inanmam ama belli bir araştırmayı sosyal medyada yaparım.” (K4, Erkek, Lise)

“Başka inançlara karşı olabildiğince bilgili ve açık olmaya gayret ediyorum. Bu nedenle sosyal medyada kendi inancım olan İslam dışında farklı inançlarla ilgili yapılan paylaşımlar ve bu inançlara sahip insanların düşünceleri benim ilgimi çekiyor. Agnostisizme sıcak bakıyorum çünkü benim inancım doğrultusunda da olduğu gibi evrenin bir yaratıcısı olduğu gerçeğini yok saymıyor. Bu kadar büyük bir evren ve her şeyin belli bir düzende işlemesi ancak bir yaratıcının varlığıyla açıklanabilir.” (K15, Kadın, Üniversite)

Katılımcılardan bazıları (K6 ve K18) sosyal medyada karşılaştıkları bilgilerin kendi dine bakış açıları üzerinde etkili olmadığını, herhangi bir çatışma yaşatmadığını ifade etmişlerdir.

2.6. Sosyal Medyada Dini Sorgulama

Sosyal medyada dinin sorgulanması konusunda; sorgulamadan rahatsız olunmadığı, mantıksal ve dikkatli sorgulama yapılması gerektiği ve sorgulamadan rahatsızlık duyulduğu görüşleri ortaya çıkmıştır. Katılımcılar bu kategoride yoğun olarak sorgulamadan rahatsız olmadıklarına dair ifadelerde bulunmuşlardır.

“Bu tarz paylaşımlarla çok fazla karşılaşmadım. İfade şekline göre değişiklik gösterebilir tabi ama rahatsız edeceğini pek düşünmüyorum. Bu tarz şeylerin sorgulanıyor olması normal ve hatta gerekli geliyor. İnsan sorular sora sora gelişir; sorduğu sorular üzerine düşünür, araştırır, cevaplar bulur.” (K14, Kadın, Üniversite)

“Hayır rahatsız olmuyorum. Bence yapmasalar sıkıntı. İnsanların hiç sorgulamaması demek her şeye körü körüne inanması demek. Mantık çok önemli, mantığın olmasa herkese inanırsın.” (K2, Kadın, Lise)

Katılımcılar dinin hassas bir konu olduğunu, sorgulamaların saygı ve hassasiyet çerçevesinde yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

“Bence insanların bazı durumları düşünmesi sorgulaması çok normal ve zararsız bir durum ancak bazı insanların bunu aşırıya kaçırması doğru değil. Sorgulama belirli bir noktaya kadar yapılması yanlış olmayan bir şey bence.” (K7, Kadın, Lise)

Bazı katılımcılar ise sosyal medyadaki dini sorgulama söylemlerinden rahatsızlık duyduklarını ifade etmişlerdir.

“Evet, rahatsız oluyorum ve toplumun bu durumuna acıyorum. Çünkü sadece kendi mantıklarınca olan şeyleri kabul etmeye çalışıyorlar. İnsanın aklı her şeye yetmez.” (K16, Erkek, Lise)

2.7. Sosyal Medyada Din Üzerine İletişim

Sosyal medyada din üzerine iletişim kategorisi kapsamında; ahlaki ilkelere uymayan paylaşımlara tepki gösterildiği, alınan din eğitiminin yeterli görüldüğü ve din hakkında konuşulduğunda tepki ile karşılaşıldığına dair değerlendirmeler yapılmıştır. Katılımcıların çoğu ahlaki ilkelere ve inanca uymayan paylaşımlardan rahatsızlık duyduklarını ve bu tarz paylaşım yapan kişileri engellediklerini ifade etmişlerdir.

“Evet, uygun değilse engel atarım. Mesela benden farklı bir dine sahip olabilir. Ama belli bir çerçeve içinde değilse, hareketlerini onaylamıyorsam takip etmem.” (K1, Kadın, Lise)

Bazı katılımcılar ise bu durumu önemsemediklerini belirtmişlerdir. *“İnancıma ve ahlaki değerlerime çok aykırı değilse problem görmüyorum.”* (K17, Erkek, Lise)

Katılımcılar aldıkları dini eğitimin yeterli olduğunu ve kendilerini dini konularda yeterli gördüklerini belirtmişlerdir. *“Ben geliştikçe din konularıyla ilgili sorulara daha rahat cevap verebiliyorum.”* (K1, Kadın, Lise)

“Ben okulda ve ailemde aldığım dini eğitimin bu konuda yeterli olduğunu düşünüyorum. Tabi ki insanların yanlış düşüncelerine karşı tamamen doğru ve kesin bilgiler söyleyebilecek kadar bilgili olduğumu düşünüyorum ancak İslam dini açısından neyin doğru neyin yanlış olduğunu anlayabildiğimi düşünüyorum.” (K7, Kadın, Lise)

Katılımcıların bir kısmı aldıkları din eğitiminin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir.

“Okullarda verilen dini eğitimler kesinlikle yetersiz bence. Aile konusunda her aile farklıdır benim ailem benim her sorumu cevaplayabilecek nitelikte olduğu için şanslıyım. Ama diğer insanlar için bu şans olmayabilir.” (K16, Erkek, Lise)

Bazı katılımcılar sosyal medyada din ile ilgili konularda fikirlerini belirttiklerinde tepkiyle karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

"Bir kere olumsuz tepki aldım. Bir defa LGBT'nin yanlış olduğunu savunuyordum, bilimsel ve mantıklı şekilde açıkladım, o kişi yorumumu sildi, bana mantıklı bir açıklama yapamadı." (K2, Kadın, Lise)

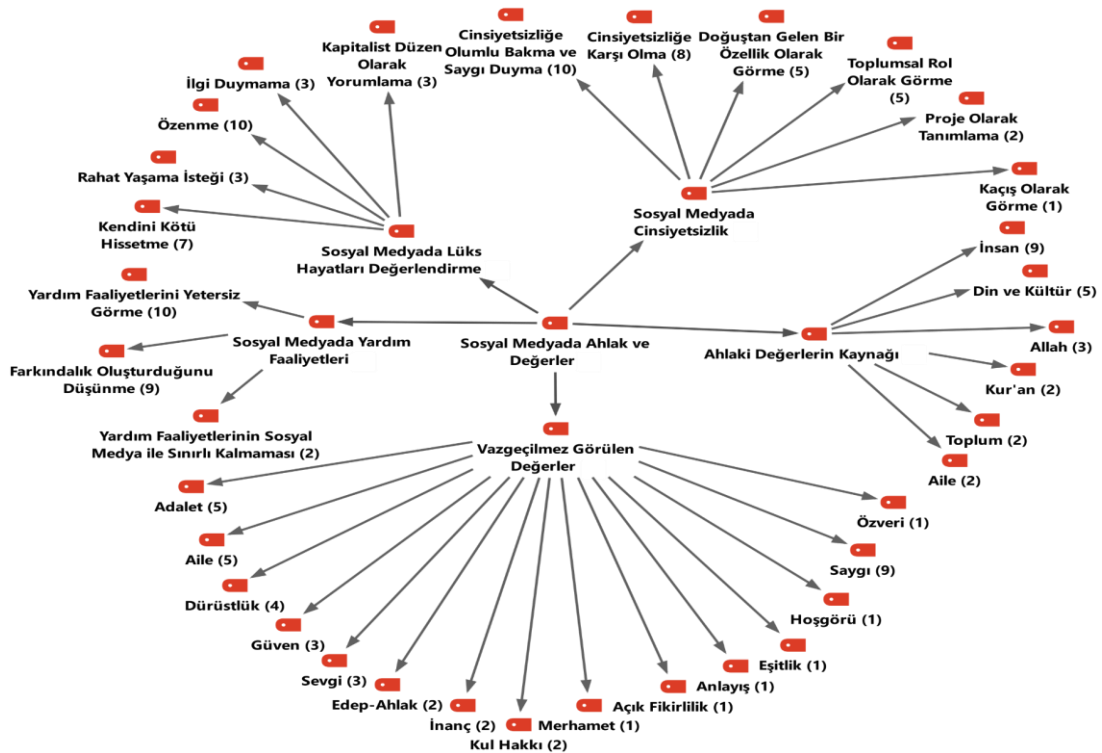
"Birkaç defa fikirlerimi ifade ettiğimde kabullenmeyen insanlar "Çomar" olarak adlandırdılar. Sosyal medyada dini savunan insanlara, küçümseyerek "Çomar" diyorlar. Ben de artık dini konularda kendimi ifade etmiyorum. Zaten yazarak insanları etkileyeceğimi düşünmüyorum." (K4, Erkek, Lise)

Bazı katılımcılar ise sosyal medyada din konusunda tepkiyle karşılaşmadıklarından ve tartışmaya girmediklerinden bahsetmişlerdir.

"Çok olumsuz tepki almadım. Zaten yorumları çok önemsemiyorum. Kimseyle büyük tartışmalara girmiyorum. Herkesin fikirlerine saygı göstermeye çalışıyorum." (K5, Erkek, Üniversite)

3. Sosyal Medyada Ahlak ve Değerler

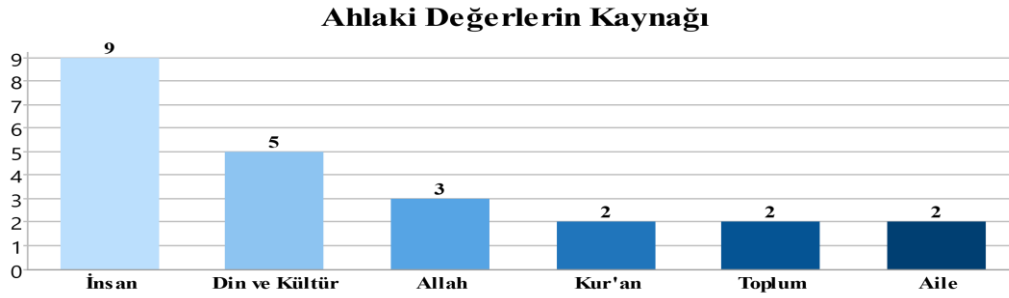
Araştırmanın üçüncü teması olan sosyal medyada ahlak ve değerler teması, katılımcı ifadeleri doğrultusunda 5 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; ahlaki değerlerin kaynağı, vazgeçilmez görülen değerler, sosyal medyada cinsiyetsizlik, sosyal medyada yardım faaliyetleri ve sosyal medyada lüks hayatları değerlendirmedir.



Şekil 5. Sosyal Medyada Ahlak ve Değerler Temasına Ait Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

3.1. Ahlaki Değerlerin Kaynağı

Ahlaki değerlerin kaynağı; insan, din ve kültür, Allah, Kur'an, toplum ve aile olmak üzere 6 şekilde ifade edilmiştir. Katılımcılar bu kategoride yoğun olarak ahlaki değerlerin kaynağı olarak insana vurgu yapmışlardır. Ahlaki değerlerin kaynağına dair görüşler Tablo 5'de açık olarak görülmektedir.



Tablo 5. Ahlaki Değerlerin Kaynağı

Ahlaki değerlerin kaynağını insan olarak tanımlayan bir katılımcı şu ifadeleri kullanmıştır:

“Ahlaki değerleri herkes kendi belirler. Benim ahlaki değerlerim saygı, sevgi, güzel konuşma yer alıyor ama bu bir başkasında yer almayabiliyor.” (K12, Erkek, Lise)

Bir katılımcı (K13, Erkek, Lise) ise bu görüşleri paylaşmamakta, kültür ve dinden kaynaklanan ahlaki değerleri kimsenin belirlememesi gerektiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte ahlakın kaynağı olarak sadece Allah'ı gören katılımcılar da bulunmaktadır:

“Ahlaki değerleri Allah dışında kimsenin belirleyemeyeceğini düşünüyorum. İnsan aklının buna yeterli olmayacağını düşünüyorum. Evrensel ahlak kurallarını da Allah belirler.” (K2, Kadın, Lise)

Benzer şekilde Kuran'ı ahlakın kaynağı olarak tanımlayanlar da bulunmaktadır.

“Ahlaki değerlerin kaynağı Kur'an ve insanın doğru ve yanlış ayırt edebilmesi olmalıdır. Benim için vazgeçilmez değerlerim insanın kendisine yapılmasını istemeyeceği şeyleri başkasına yapmaması, her zaman karşısındaki insanın duygularını düşünerek konuşması, hakaret etmemesi; sadece kendini düşünmeden, çevresindeki kişileri, varlıkları dikkate alarak yaşaması gibi şeyler.” (K7, Kadın, Lise)

Ahlaki değerlerin kaynağına toplumu (K14) ya da aileyi (K5) yerleştirenler de bulunmaktadır. Bununla birlikte bu katılımcılar görüşlerini açıklarken dine de değinmişlerdir.

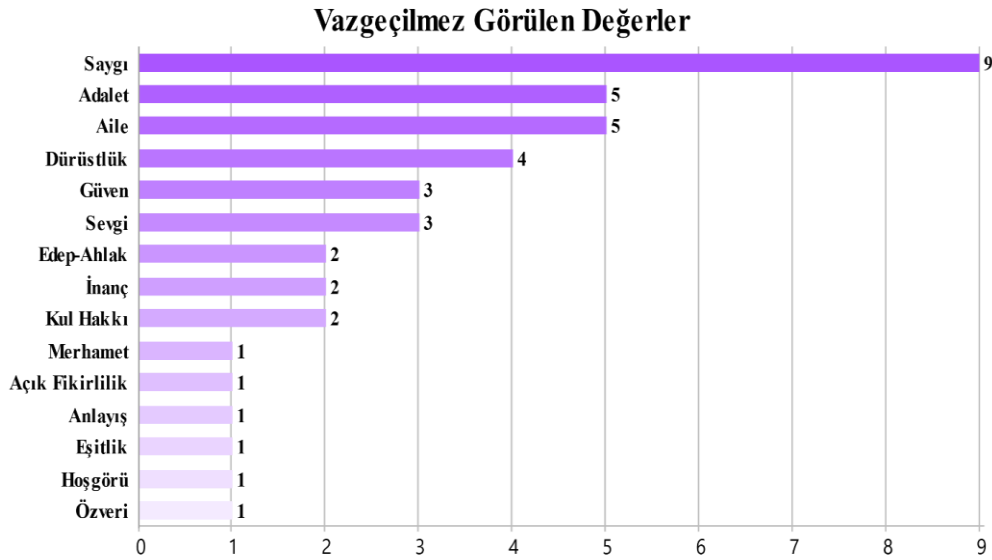
“Ahlaki değerlerin kaynağının toplum olduğunu düşünüyorum. Zaman zaman yanlış yöne doğru olan sapmalar ise dinî emirlerle düzeltilmiş.” (K14, Kadın, Üniversite)

“Ahlaki değerler aileden gelmeli. İnsanlar ahlaki değerleri önce inancından, sonra ailesinden alır. Aslında ilk önce kendinden alır. Kişinin kendisinde yoksa istediğin kadar ders ver.” (K5, Erkek, Üniversite)

3.2. Vazgeçilmez Görülen Değerler

Katılımcılar vazgeçilmez gördükleri değerleri farklı yorumlamışlardır. Katılımcılar bu kategoride yoğun olarak saygı değerinden bahsetmişlerdir. Ayrıca saygının yanı sıra adalet, aile, dürüstlük, güven, sevgi, edep-ahlak, kul hakkı, inanç, merhamet, açık fikirlilik, anlayış, eşitlik, hoşgörü, özveri vazgeçemeyecekleri değerler olarak ifade edilmiştir.

Tablo 6. Vazgeçilmez Görülen Değerler



“Benim vazgeçilmez olarak gördüğüm değerler "saygı" (fakat bu yalnızca insana yönelik değil içinde can taşıyan her varlığa yönelik olarak), "özveri" toplumu daha iyiye ulaştırmak ve kalkınmak için kişinin kendinden taviz verebilmesi, "adalet" saygı ve özveriyle sağlanacak iyileşmenin insan ve tüm canlılar için bir adalet düzeni içerisinde olması.” (K6, Kadın, Üniversite)

“Benim için vazgeçilmez olan değerler; ailem, saygı, sevgi, güven.” (K7, Kadın, Lise)

“Sözüne güvenilir olmak, kötü söz söylememek-iftirada bulunmamak, çevredekilere zarar vermemek, çalmamak, hakkına sahip çıkmak gibi. Vazgeçilemeyecek çok fazla değerimiz var.” (K14, Kadın, Üniversite)

“Vazgeçilmez gördüğüm değerler saygı, adalet, inanç ve merhamet.” (K17, Erkek, Lise)

“Benim için değişmez değerlerim saygı ve anlayış. Aynı zamanda dar görüşlü olmama durumu, her fikre açık olmak.” (K1, Kadın, Lise)

“Benim en vazgeçilemez ahlaki değerim hoşgörü ve saygı. Kişi başkalarına ve kendinden farklı olan insanlara karşı daima saygılı ve hoşgörülü olmalıdır.” (K15, Kadın, Üniversite)

3.3. Sosyal Medyada Cinsiyetsizlik

Sosyal medyada cinsiyetsizlik konusunu katılımcılar; cinsiyetsizliğe olumlu bakma ve saygı duyma, cinsiyetsizliğe karşı olma, toplumsal rol olarak görme, doğuştan gelen bir özellik olarak görme, proje olarak tanımlama ve bir kaçış olmak üzere 6 şekilde yorumlamışlardır. Katılımcılar bu kategoride yoğun olarak cinsiyetsizliğe olumlu baktıkları ve saygı duyduklarından bahsetmişlerdir.

“Bana bir zararı yoksa bana ve benim dinime saygılılarsa her türlü cinsiyete açığım. Bana zararı yoksa ben de zarar vermem. Saygılılarsa istediklerini yapabilirler. Onlar da insan istediklerini yapabilirler. Eşcinsel arkadaşım var. Gey arkadaşlarla daha rahat ve güvende hissediyorum. Gey oldukları için kızlarla ilgileri yok, abi gibi ilgileniyorlar.” (K3, Kadın, Lise)

“Biyolojik olarak kadın olarak doğup kendini erkek gibi hissedenleri (ya da tam tersi), toplumun etkisiyle ortaya çıkan bir durum olarak göremiyorum. Bu konular bizim için doğduğu cinsiyetle bağdaşan kişiler için kavraması güç gelebiliyor; hormonal/biyolojik farklılıklar olduğu için mi cinsiyetlerini farklı görüyorlar yoksa gözlemleyemediğimiz başka etkenler mi var tam olarak bilmiyorum. Fakat bu şekilde doğdukları cinsiyetten “farklı” hissediyorlarsa, bunun kendi tercihleri olmadığını, doğuştan geldiğini ve bu yüzden suçlanmamaları gerektiğini düşünüyorum.” (K14, Kadın, Üniversite)

Katılımcılardan cinsiyetin Allah tarafından insanlara fitri olarak verildiğini ifade edenler de bulunmaktadır. Ayrıca bu katılımcılar cinsiyetsizliğe karşı bir duruş sergilemektedirler.

“Toplum kadın ve erkekten oluşur, bu fitridir diye düşünüyorum. Cinsiyetsizliğe karşıyım.” (K5, Erkek, Üniversite)

“Biyolojik cinsiyetin varlığını inkâr edemeyiz. Biyolojik cinsiyet Allah tarafından bize fitri olarak verilen bir kimliktir.” (K15, Kadın, Üniversite)

“Allah vergisi olduğunu düşünüyorum. LGBT’yi desteklemiyorum, yanlış geliyor. Şahsen saygı da duymuyorum.” (K8, Erkek, Lise)

Bazı katılımcılar ise cinsiyetsizliği, Allah’ın değil insanların belirlediğini ve *“insanlığın kendi kendini soktuğu bir durum”* olduğunu ifade etmişlerdir. (K12, Erkek, Lise)

Katılımcılar insanın cinsel kimliğinin doğduğu andan itibaren belli olduğunu ancak toplumun bu kimliğe yön verdiğini ifade etmişlerdir. (K11, Erkek, Üniversite)

“İnsan doğası gereği kadın ve erkek olarak birbirinden farklıdır fakat toplum cinsiyetler üzerine farklı misyonlar yüklemiştir ve elbette bu adil bir durum oluşturmamıştır. Kadının doğası gereği maneviyatının güçlü olması acizlik gibi algılanırken erkeğin fiziksel gücü kadının muhtaç olduğu bir şeymiş gibi kabul edilmiştir. Halbuki toplum yapısını incelediğimizde anne sevgisiyle yetişen erkeklerin anne sevgisinden mahrum yetişenlerden çok daha konforlu ve iyi (ruhsal sağlık yönünden) bir hayat yaşadığını görmekteyiz. Öyleyse yalnızca kadınlar mı erkeklere ihtiyaç duyar yoksa bu durum her iki cinsiyet için de geçerli midir? Bence her iki cinsiyet içinde kesinlikle geçerlidir.” (K6, Kadın, Üniversite)

Katılımcılardan bazıları cinsiyetsizliği proje olarak tanımlamamış (K4, Erkek, Lise) ve kaçış olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

“Tam olarak kesin bir fikrim yok ancak çoğu insanın farklı problemlerinden kaçıp da bu tarz kendini kabul ettirme odaklı farklılaşma algısı yaratma uğraşında olduğunu ve sağlıklı şeyler olmadığını düşünüyorum.” (K9, Erkek, Üniversite)

3.4. Sosyal Medyada Yardım Faaliyetleri

Sosyal medyada yardım faaliyetleri kategorisi; yardım faaliyetlerini yetersiz görme, farkındalık oluşturduğunu düşünme ve yardım faaliyetlerinin sosyal medya ile sınırlı kalmaması olmak üzere 3 şekilde ifade edilmiştir.

Katılımcılar sosyal medyada gerçekleştirilen yardımlaşma faaliyetlerini yetersiz bulduklarını ve yardımlaşma faaliyetleri ile ilgili toplumsal farkındalık oluşturulması gerektiğini ifade etmişlerdir.

“Benim vicdanımı rahatlatmasa da paylaşan kişilerin vicdanlarını rahatlatmalarını anlayabiliyorum. Sosyal medyanın tepkisini süreklilik bakımından yeterli görmüyorum.” (K13, Erkek, Lise)

Bazı katılımcılar ise sosyal medyada gerçekleştirilen yardım faaliyetlerinin farkındalık oluşturduğunu ve daha farklı insanlara ulaşmasına yardımcı olduğunu ifade etmişlerdir.

“Tam emin olmamakla birlikte sanırım biraz vicdanımı rahatlatıyor. Her zaman yeterli olmasa da sosyal medya tepkisi çok fazla iş başarabiliyor, ihtiyaç sahiplerine yardım edebilecek kişilere ulaşabiliyor.” (K14, Kadın, Üniversite)

“Bu tarz mağduriyet durumlarında insanların umursamadan hayatlarına devam etmemeleri ve sosyal medyada paylaşım yapmaları beni daha iyi hissettiriyor. Ve yüksek takipçisi olan hesapların bir yardım toplama durumunda destek olmaları da iyi bir durum.” (K18, Kadın, Üniversite)

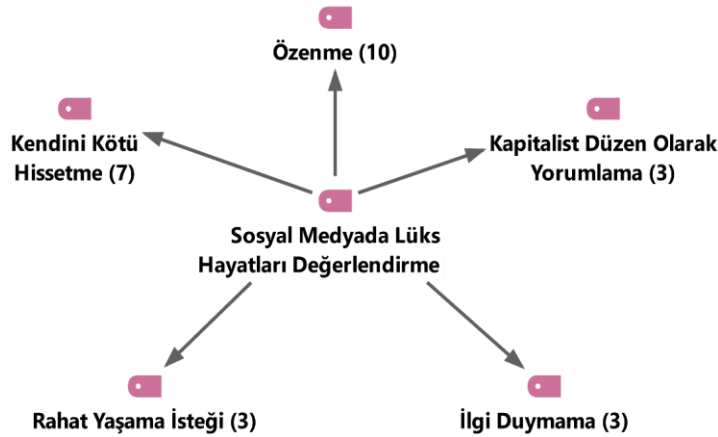
Katılımcılar sosyal medyada gerçekleşen yardım faaliyetlerini yetersiz bulmakla birlikte, çalışmaların bir yere varmadığını ifade etmişlerdir.

“Sosyal medyada tepki paylaşımları tamamen gereksiz bence. Tamam haberdar olmamızda işe yarıyor ama birçok insan çok umursuyormuş gibi görünmek için paylaşıyor ve normal yaşantısına devam ediyor. Gerçekten yardım etmek isteyen insanlar yardım yapar ve bunu söylemez bile bence.” (K16, Erkek, Lise)

Sosyal medyada yardım faaliyetlerini duyurmakla yetinmenin vicdani açıdan yeterli olmadığını da vurgulamışlardır.

“Hayır, yeterli görmüyorum. Sosyal medyada yardım faaliyetleri çok da fark yaratamaz. Paylaşımları beğenmekle vicdanım rahatlamaz.” (K17, Erkek, Lise)

3.5. Sosyal Medyada Lüks Hayatları Değerlendirme



Şekil 7. Sosyal Medyada Lüks Hayatları Değerlendirme Kategorisi Kod Alt Kod Modeli

Sosyal medyada lüks hayatları değerlendirme kategorisinde katılımcılar yoğun olarak özentili duyduklarından bahsetmişlerdir. Katılımcılar sosyal medyada gösterilen lüks yaşamlara bazen özendiklerini, “ben de zengin olsam” diye içlerinden geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

“Zaman zaman insan özeniyor, “keşke ben de böyle bir hayat yaşayabilseydim” noktasına gelebiliyor. Tabi böyle bir hayata sahip olmadığını fark etmek insanı kötü hissettiriyor.” (K14, Kadın, Üniversite)

“Bazen “Of arabaya bak, bende de olsa!” diyorum. Lüks hayat tarzlarından bana uygun, ilgimi çeken bir şeyler olduğunda ben de içimden zengin olsaydım diye geçiriyorum.” (K17, Erkek, Lise)

Sosyal medya gençlerin duygu durumlarına etkilerde bulunmaktadır. Katılımcılar sahip olmadıkları bir hayatı sosyal medyada gördüklerinde kıskançlık yaşayabildiklerini ancak bu durumla mücadele ettiklerini ve kendilerini kötü hissettiklerini ifade etmişlerdir.

“İster istemez sahip olmak istediğim bir hayata sahip olan insanları görünce kıskanabiliyor ve kendimi kötü hissedebiliyorum. Ama bu hissimle kendi içimde başa çıkmaya gayret ediyorum.” (K15, Kadın, Üniversite)

“Bazı insanlar çok çalışıp yapınca o hak ediyor. Bazı insanlar lay lay lom yaparak bir şeyler paylaşıyor, birden fenomen oluyorlar. İnsan gerçekten bir kırgınlık hissediyor. İyi ben de okumayıp bunu yapayım, para kazanayım diye düşünebiliyorsun. İnsan o fenomenlere bakınca bende de olsa ben de istediklerimi yapardım, daha güzel olurdu diye düşünüyorum. İnsan böyle düşününce üzülüyor.” (K3, Kadın, Lise)

Katılımcılar sosyal medyada lüks yaşamları gördükçe rahat yaşama isteklerinin arttığını ve kendi durumlarıyla kıyasladıklarını ifade etmişlerdir.

“Tabi ki etkiliyor. Çok para harcıyorlar. Onların yaşıyla aramızda bir iki yaş var ve benim hayatım boyunca harcamayacağım kadar parayı birkaç günde harcıyorlar. Öyle harcasam mutlu olmam ama en azından elimde o kadar para olduğunu bilmek isterdim yani. Arkamda bir dayanağın olması gibi bir şey ya da daha rahat yaşamak.” (K2, Kadın, Lise)

Katılımcılardan sosyal medyada yapılan lüks paylaşımlardan etkilense de bu durumu anlamlandırmaya çalışanlar ve kapitalist düzenin bir parçası olduğunu ifade edenler de olmuştur.

“Etkileniyorum, bir haftada harcadıkları para benim bir ömürde harcamayacağım para olabiliyor ve bu insana çok sinir bozucu geliyor. Öyle yaşamayı neden istemeyeyim ki? Sonra kendime bakıp ben neden öyle olamıyorum diye düşünüp bu konuda isyan bile çıkarabilirim bence. Çünkü öbür insanların böyle yaşayıp bizim böyle yaşamamız zalimce. Kapitalizmin zalimliği.” (K1, Kadın, Lise)

Tablo 7. Katılımcı Profiline Göre Sosyal Medyada Lüks Hayatları Değerlendirme

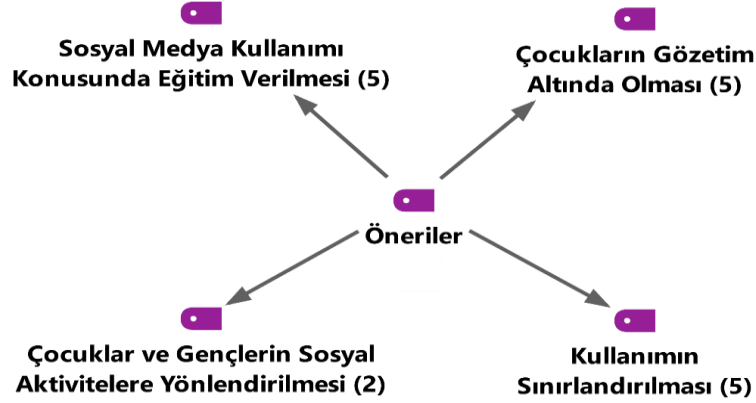
Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18
Sosyal Medyada Lüks Hayatları Değerlendirme																		
Özenme																		
Kendini Kötü Hissetme																		
Rahat Yaşama İsteği																		
İlgi Duymama																		
Kapitalist Düzen Olarak Yorumlama																		

Sosyal medyada lüks hayatları değerlendirme ile ilgili katılımcı görüşlerini incelediğimizde Tablo 7’de görüldüğü üzere katılımcılar benzer yoğunlukta yorumlarda bulunmuşlardır. Tabloyu incelediğimizde K14 (Kadın, Üniversite) kodlu katılımcının özenme ve kendini kötü hissetme kodları ile ilgili yoğun ifadelerde bulunduğu görülmektedir.

4. Öneriler

Araştırmanın son teması olan öneriler temasına ait kod alt kod bölümler modeli Şekil 8’de görülmektedir. Öneriler teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; çocukların gözetim altında olması, kullanımın sınırlandırılması, sosyal medya

kullanımı konusunda eğitim verilmesi ve çocuklar ve gençlerin sosyal aktivitelere yönlendirilmesi olmak üzere 4 kod ile ifade edilmiştir. Öneriler temasında katılımcılar çoğunlukla benzer önerilerde bulunmuşlardır.



Şekil 8. Öneriler Temasına Ait Kod Alt Kod Modeli

Katılımcılar çocuklar sosyal medya kullanırken mutlaka ailelerinin gözetimi altında olması ve çocukların sosyal medya kullanımına kısıtlama getirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

“Çocukların kesinlikle ebeveyn kontrolü altında sosyal medyada zaman geçirmelerini öneriyorum.” (K13, Erkek, Lise)

“Yaşa göre sosyal medyada bakılan şeylerin kısıtlanması gerektiğini düşünüyorum. Çocukların ellerinden telefonu alarak değil birkaç yazılım kullanılarak kötü içerikli, yaşa uygun olmayan şeyler kısıtlanmalıdır.” (K2, Kadın, Lise)

Ailenin çocuklarıyla kurması gereken iletişimin özelliklerine de değinilmiştir. Ailenin çocuklarıyla kuracağı sağlıklı ilişkinin sosyal medya konusundan atılacak en önemli adım olduğuna dikkat çekilmektedir.

“Sosyal medya ile ilgili yapılacak bir şey yokmuş gibi geliyor. Bence biraz ailenin tutumuyla alakalı. Çocuklar ve gençler çekinmeden ailelerine her şeyi sorabilmeli. Ki merak ettiği anda ilk gideceği yer ailesi olsun. Sosyal medyadan uzak dursunlar diye ailelerin kızmaları veya ceza vermeleri tamamen yanlış bence.” (K16, Erkek, Lise)

Katılımcılar sosyal medya konusunda çocuklara sosyal medyayı doğru şekilde kullanma eğitimi verilmesi gerekliliğini ifade etmişlerdir.

“Şayet küçük yaşta çocuklar sosyal medya kullanacaksa ona göre bir eğitim verilmeli. Bence devlet bu konuda eğitim verebilir. Ticari faaliyetler sosyal medyaya giriyorsa eğitimimiz neden girmesin? Ailelerin çoğunluğu, %90’ı sosyal medyada, neyin ne olduğunu görüyorlar. Ona göre uyarılarını yapabilir.” (K5, Erkek, Üniversite)

“Sosyal medyanın yaşamın önemli bir parçası olduğunu ve teknolojinin ilerlemesiyle bunun daha da önemli hale geleceğini düşünüyorum. Ben ve benim gibi gençlerin minimum zarar ve maksimum fayda ile sosyal medyayı kullanmasının gerektiğini düşünüyorum. Dolayısıyla bu konuda eğitimler verilmesi gerekmektedir.” (K6, Kadın, Üniversite)

Katılımcılar son olarak çocukların ve gençlerin sosyal aktivitelere yönlendirilmesini öneri olarak sunmuşlardır.

“Gençleri sosyal aktivitelere yönlendirilmeliler Spor, sanatla uğraşan kişilerin sosyal medyada fazla vakit geçirmeyeceklerini düşünüyorum.” (K4, Erkek, Lise)

“Sosyal medyanın zararlarından korumak için çocuklar sosyal aktivitelere, hobilere yönlendirilebilir.” (K7, Kadın, Lise)

DEĞERLENDİRME

Bu araştırma gençlerin sosyal medyaya günlük hayatlarının ciddi bir bölümünü ayırdıklarını ortaya koymuştur. Günde 2 ile 6 saat arasında değişen zaman dilimlerinde sosyal medya aktif olarak kullanılmaktadır. Araştırma gençlerin sosyal medya kullanımı zaman kontrolünde sıkıntı yaşadıklarını ortaya koymuştur. Hem kullanım yoğunluğu hem de amaçlar açısından lise ve üniversite öğrencileriyle yapılan diğer çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Yapılan araştırmalarda öğrencilerin tamamına yakınının ya da tamamının sosyal medya kullandıkları ve çoğunun 4 saat üzerinde vakit ayırdıkları, araştırma katılımcılarının yarısından fazlasının bağımlı oldukları²⁷, sosyal medyada günde ortalama 1-3 saati²⁸, 2-4 saati²⁹, 2-4 saati (katılımcıların %53,8'i), 5-8 saati (katılımcıların %25'i)³⁰, 4 saati³¹, 6 saatten fazlasını³², ortalama 4 saat 15 dakika en fazla 15 saati³³ “zaman geçirmek” amacıyla sosyal medyada geçirdikleri belirlenmiştir. Lise öğrencileri için de benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Lise öğrencilerinin % 40'ının sosyal medyaya günde 2 saatten fazla³⁴

²⁷ Ferya Karadayı, *Yeni Medya Bağlamında İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı* (İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 106.

²⁸ Z. Beril Akıncı Vural - Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yaşar University* 20/5 (2010), 3361.

²⁹ Murat Hazar, “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 32 (2011), 164.

³⁰ MAK Danışmanlık, “Türkiye Geneli Gençlik Araştırması” (Erişim 24 Kasım 2021).

³¹ Mehmet Fatih Çömlekçi - Oğuz Başol, “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30 Aralık 2019), 179.

³² Ömer İçirgin, *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları* (Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018), 80.

³³ Mehmet Tahir Karaboğa, “Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 14/3 (25 Aralık 2018), 923.

³⁴ Ayşe İnan Kılıç, “Lise Öğrencilerinin Manevi- İnsani Değerler Eğilimi”, *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 24/2 (12 Aralık 2020), 818.

ortalama 3 saatini³⁵ ayırdığı ve araştırma katılımcılarının % 51,2'sinin yani yarıdan fazlasının eğlence/vakit geçirme amacıyla sosyal medyada yer aldığı³⁶, 14-17 yaşları arasındaki gençlerin en çok "instagram" kullandığı ve çoğunluğunun ortalama 4 yıldır sosyal medya kullandığı belirlenmiştir.³⁷ Lise düzeyinde akademik başarının etkilenmemesi için sosyal medya kullanımının 4,33 saati geçmemesi gerektiği vurgulanmaktadır.³⁸ Kullanım süresinin 5 saati geçmesi durumunda daha çok eğlence amaçlı kullanıma yöneldiği³⁹ belirlenmiştir. Ayrıca kullanım süresindeki artış arttıkça sosyal medyaya güven ve bağımlılık düzeyinde de artış görülmektedir.⁴⁰ Öte yandan yaş, eğitim ve kültür düzeyi ile sosyoekonomik durumun yükselmesiyle medyaya karşı olan güven azalmaktadır.⁴¹

Bu araştırma, sosyal medyada geçirilen zamanın çok da önemsenmediğini, gençlerin sosyal medyayı zaman kaybı yaşadığının bilincinde olarak kullandıklarını ortaya koymaktadır. Daha önce yapılan bazı araştırmalarda sosyal medyanın vakit aldığını ve bundan rahatsızlık duyduğunu ifade edenlerin oranı oldukça yüksek olarak (%47) ortaya konmuştur.⁴² Bu anlamda ortaya çıkan sonuçlara göre gençlerde bir dönüşümün gerçekleştiği ifade edilebilir. Bu araştırmada en çok Youtube ve Instagram'ın tercih edilmesi de⁴³ bu dönüşümün göstergelerinden biri olarak yorumlanabilir. Biçer ve Şener'in çalışmasında da aynı platformların tercih edildiği görülmektedir.⁴⁴ Bu platformlardan Instagram görsel odaklı tasarımıyla eğlenme ve vakit geçirmeyi ifade ederken, Twitter gündem takibini, Facebook sosyalleşmeyi ifade etmektedir.⁴⁵ Youtube ise bireylerin; sosyal etkileşim, ürün ve içerik tanıma/tanıtma,

-
- 35 Ceyda Ilgaz Büyükbaykal - Gülden Temel, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı ve Gençlik", *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)* 5/2 (2019), 445.
- 36 İnan Kılıç, "Lise Öğrencilerinin Manevi- İnsani Değerler Eğilimi", 818.
- 37 Büyükbaykal - Temel, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı ve Gençlik", 445.
- 38 Muhammet Yorulmaz & Seher Yorulmaz, "Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Sitelerini Kullanma Sürelerinin Akademik Başarılarına Etkisi", *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi* 6/3 (2020), 35.
- 39 Somayyeh Radmard vd., "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi", *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi* 3/2 (2020), 190.
- 40 Mustafa İnce & Mevlut Can Koçak, "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği", *Journal of Humanities and Tourism Research* 7/2 (01 Ocak 2017), 748.
- 41 Ali Arslan, "Medyanın Gücünün Sosyolojik Temelleri", *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi* 6/2 (2014).
- 42 Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", 169.
- 43 Bkz. Tablo 2.
- 44 Serkan Biçer & Yeşim Şener, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Youtube Kullanım Alışkanlıkları", *Selçuk İletişim* 13/2 (2020), 619.
- 45 Neda Üçer, "Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Media Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma", *Global Media Journal: Turkish Edition* 6/12 (Spring 2016), 13.

bilgilenme/eğitim, eğlence ve kaçış motivasyonlarıyla kullanılmaktadır.⁴⁶ Bununla birlikte bilgilenmekle amaçlı kullanılsa da gençlerin bu platforma pasif izleyici olarak katıldıkları⁴⁷ ve serbest zamanların en yoğun değerlendirildiği etkinlik biçimi olarak sosyal medyanın pasif bir etkinlik kapsamında olduğu⁴⁸ vurgulanmalıdır.

Araştırmaya katılan gençlerin sosyal medyayı çoğunlukla eğlenme, boş vakit geçirme, gündemi takip amaçlarıyla kullandıkları belirlenmiştir ve bu durum literatürdeki araştırmalarla da uyum göstermektedir. İncelenen tüm araştırmalarda üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı bilgi edinmek, eğlenmek ve “boş zaman değerlendirme” amaçlarıyla kullandıkları vurgulanmaktadır. Gençlerin %40,1'i okul ve iş dışında internette takılarak vakit harcamaktadır.⁴⁹ Gençler sosyal medyayı; iletişim, gündemi takip etme⁵⁰, haberleşme⁵¹, sosyal iletişim ve problem çözme⁵², rahatlama, iletişim ve boş zamanlarını değerlendirme⁵³ zaman geçirme ve sohbet etme⁵⁴, kültürlenme ve saygınlık ihtiyacını karşılama⁵⁵, özellikle ergenlik döneminde ergen güvensizliklerini hafifletmek için kendisi gibi olanlarla iletişim kurma⁵⁶ amaçlarıyla da kullanılmaktadırlar. We are Social 2021 araştırması da bu kullanım amaçlarına dikkat çekmektedir. İnternet kullanımının en temel sebepleri bilgi edinmek, arkadaş/aileyle iletişimde kalmak, gündemdeki olaylardan haberdar olmak, bir şeylerin nasıl yapıldığını araştırmak, video/film izlemek iken; sosyal medya en çok arkadaş/aileyle iletişimde kalmak, boş zaman doldurmak, haber okumak, komik ve eğlenceli içerik, ne konuşulduğunu görmek amacıyla ziyaret edilmektedir.⁵⁷ Gençlerle yapılan bir araştırma gençlerin haberleri en çok sosyal medyadan ve internet haber

⁴⁶ Biçer & Şener, “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Youtube Kullanım Alışkanlıkları”, 618.

⁴⁷ Erol İlhan & Adalet Görgülü Aydoğdu, “Youtube Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonlarının İncelenmesi”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 7/2 (21 Ekim 2019), 1150.

⁴⁸ Aslıhan Kocaman-Karoğlu & Bilal Atasoy, “Sosyal Medya Kullanımı ile Serbest Zaman Tatmini Arasındaki İlişki”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (31 Ağustos 2018), 836.

⁴⁹ MAK, “Türkiye Geneli Gençlik Araştırması”.

⁵⁰ Çömlekçi & Başol, “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi”, 180.

⁵¹ Hazar, “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, 165.

⁵² Radmard vd., “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”, 190.

⁵³ İnce - Koçak, “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”, 748.

⁵⁴ Ali Yıldız - Fatih 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 (28 Temmuz 2016), 27.

⁵⁵ Turan Şimşek, “Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası ‘Instagram Örneği’”, *Sosyolojik Düşün* 4/1 (2019), 21.

⁵⁶ Georgios Floros - Konstantinos Siomos, “The Relationship Between Optimal Parenting, Internet Addiction and Motives for Social Networking in Adolescence”, *Psychiatry Research* 209/3 (Ekim 2013), 531.

⁵⁷ We Are Social, “Digital 2021”.

portallerinden takip ettiğini göstermektedir. Öte yandan gençlerin yarısı telefonunu olmazsa olmaz bir ihtiyaç olarak görmektedir.⁵⁸

Bu araştırmada sosyal medya ortamındaki kişilere ve arkadaşlıklara güven duymama oranı oldukça yüksek çıkmıştır. Karaboğa'nın yaptığı bir araştırmada da benzer bulgulara ulaşılmıştır.⁵⁹ Araştırma katılımcıları sosyal medyadan arkadaş edinmemekte, sosyal çevrelerindeki arkadaşları ya da tanıdık/akrabalarıyla iletişim kurmak için sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Bu durum bir araştırmada da ortaya koyulduğu gibi sosyal ağlarda en çok arkadaşlık kurulanların okul arkadaşları, arkadaşlar, aile ve iş arkadaşlarından oluştuğu⁶⁰ verisiyle uyum göstermektedir. Araştırmada fake hesap kullanımı oldukça yüksek çıkmıştır. Bu sonuç daha önce öğrencilerin %97'sinin⁶¹ sosyal ağları kendi ismi ile kullanmayı tercih ettikleri bulgusuyla karşılaştırıldığında oldukça manidar bulunmuştur.

Bu araştırma gençlerin sosyal medyada sunulan bilgilere ve dini bilgilere güven duymadığını ortaya koymuştur. Medyada din ile ilgili yanlış bilgilerin yer alması, medya mensuplarının dini bilgi yetersizliklerinden kaynaklandığı gibi, dini duygu ve düşüncelerin kasıtlı olarak çarpıtıldığı da görülmektedir. Bu tarz yayınlar medyaya karşı olan güveni sarsmaktadır.⁶² Bir araştırmada katılımcıların %62,7'sinin internetteki dini bilgilerin güvenilirliği hakkında olumsuz düşüncelere sahip olduğu ortaya konulmuştur.⁶³ We Are Social 2021 araştırmasına göre sosyal medyadaki bilgilere güven duymama yönündeki yaklaşımın dünya ortalaması %44'tür.⁶⁴ Üniversite öğrencileriyle yapılan bir araştırma da sosyal medya hem kişilere hem de bilgilere güven duyulmadığını⁶⁵ ortaya koymuştur. Bununla birlikte yapılan bazı araştırmalar gençlerin sosyal paylaşım ağlarında kolayca erişilebilen bilgilere daha fazla güvenmeye başladıklarını, bu durumun öğrenme ve araştırma yeteneklerini azalttığını, istenilen bilgi ve yazma becerilerinden yoksun oldukları için okulda düşük notlar aldıklarını göstermektedir.⁶⁶ Öğrencilerle yapılan bir araştırma katılımcıların

⁵⁸ MAK, "Türkiye Geneli Gençlik Araştırması".

⁵⁹ Karaboğa, "Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri", 928.

⁶⁰ Hatice Budak, "Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 7/1 (2018), 156.

⁶¹ Necla Tektaş, "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma", *Journal Of History School* 7/XVII (01 Ocak 2014), 862.

⁶² Abdurrahman Güneş, "Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 28/1 (31 Ocak 2018), 210-213.

⁶³ Recep Vardi, "İnternette Yer Alan Dini İçerikli Bilginin Güvenilirliği", *Bozok Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi* 3/3 (2013), 84.

⁶⁴ We Are Social, "Digital 2021".

⁶⁵ Karaboğa, "Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri", 931.

⁶⁶ PL Rani - Metilda Buvanewari, "Social Networking Addiction among Adolescents", *Research on Humanities and Social Sciences* 7/17 (2017), 215-216.

yarısının önemli işlerini aksattığını ortaya koymuştur.⁶⁷ Bu araştırmanın bulguları bu açıdan farklılık göstermektedir. Nitel çalışma olması sebebiyle bu durumun genellenemeyeceği ancak bazı ipuçları sunduğu ifade edilmelidir.

Araştırmada sosyal medyadan bilgi edinme yönelimi de oldukça düşük bulunmuştur. Nitekim 2014 tarihli Türkiye’de Dini Hayat Araştırması’nda da internetten dini bilgi edinme oranı %4,8 gibi oldukça düşük bir yüzdeye sahiptir. Ancak 18-24 yaş dönemi için bu oran %9,4’e çıkmaktadır. O dönemde daha aktif olarak kullanılan televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi geleneksel medya araçlarından yararlanma oranı ise %24 civarında bir yüzdeye sahiptir.⁶⁸ Bir başka araştırmaya göre dini konulardaki araştırmalarda internete ilk kaynak olarak müracaat edenler %16 oranındadır.⁶⁹ Günümüzde geleneksel medya araçlarından yararlanan kişilerin yeni medya araçlarını yani internet ve sosyal medyayı kullanmaya başladıklarına dikkat çekilmelidir. Dolayısıyla %4 olarak belirlenen düşük yüzdenin günümüzde daha yüksek bir orana tekabül edebileceği de göz ardı edilmemelidir. Nitekim Oyman’ın 30 yaş altındaki bireylerle yaptığı araştırma da sosyal medyadaki dini bilgilere güven duyulmadığı, dini konularda öncelikle kitaplara başvurulduğu tespit edilse de⁷⁰ başka bir araştırmada dini bilgi edinme kaynaklarının kitaplar, aile ve akraba çevresi ve internet olduğu, internetin geleneksel bilgi edinme kaynaklarıyla birlikte en çok başvurulan kaynaklar arasında yer aldığı⁷¹ belirlenmiştir. Kılıç ve Acar’ın üniversite öğrencilerinin içinde yer alan bilgilere güven duymamakla birlikte interneti en çok dini bilgi araştırmak için kullandıkları⁷² tespiti de oldukça dikkat çekicidir.

Sosyal medyada gündeme gelen pek çok dini konunun araştırmada yer alan katılımcıların gündemine girmediği tespit edilmiştir. İslam dininde ayrımcılık olduğu, Kur’an’ın günümüz dünyasına hitap etmediği, Allah’ın emir ve yasaklarla insanları sınırlandırdığı şeklindeki söylemlere katılımcıların büyük çoğunluğu katılmamışlardır. Bununla birlikte araştırmada yer alan gençler sosyal medyada dinin tartışılmasından da rahatsızlık duymamaktadır. Bu anlamda kendileriyle görüşülen gençlerin demokratik bir tavrı ve hoşgörü değerini benimsedikleri ifade edilebilir. Ayrıca en çok benimsenen değer “saygı” olması da bu bakış açısıyla oldukça

⁶⁷ Ömer Şükrü Yusufoglu, “Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches* 6/5 (Eylül 2017), 2424.

⁶⁸ DİB, *Türkiye’de Dini Hayat Araştırması*, 115.

⁶⁹ Gürses - İrk, “İnternet Kullanımı ve Ergenlerin Dini Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma”, 125.

⁷⁰ Nihat Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (15 Aralık 2016), 161.

⁷¹ Mustafa Temel vd., “İnternet Üzerinden Dini Bilgi Edinme Süreci ve Eleştirel Yeterlilikler: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/59 (2018), 1126.

⁷² Ünal Kılıç & Nihal Acar, “Sanal Dini İletişim Motivasyonları Üzerine Bir Alan Araştırması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Öğrencileri”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)* 3/1 (2020), 13.

tutarlıdır. Ayrıca katılımcılar arasında cinsiyetsizliğe saygı duyma yönündeki yoğun kabul de bu tutumun bir yansıması olarak görülebilir. Cinsiyetsizlik konusunda görüşlerin alınması sosyal medyada ötekileştirmenin ardından en çok karşılaşılan durumlardan biri olması dolayısıyla idi.⁷³ Bu bağlamda cinsiyetsizliğe yönelik tutumun yorumlanmasında çok karşılaşılan bir olgu olmasının da etkisi olabileceği dikkate alınabilir. Gençlerle gerçekleştirilen bir araştırma gençlerin bu konuda kişisel bir tercih olduğu ve kimseyi ilgilendirmeyeceği şeklindeki görüşleri⁷⁴ bu araştırma ile benzer sonuçlara ulaşıldığını göstermektedir.

Araştırma katılımcılarının dini konular hakkında çoğunlukla sosyal medyada tartışmaya girmemesinin de oldukça dikkat çekici olduğu düşünülmektedir. Sodev'in yapmış olduğu araştırma sosyal medyada düşüncelerin ifade edilme oranının çok da yüksek olmadığını ortaya koymaktadır. Düşüncelerini tam olarak ifade edebildiğini belirtenler %23 civarındadır.⁷⁵ Gençlerle yapılan başka bir araştırma gençlerin yarısından fazlasının (%53,2) sosyal medyada düşüncelerini özgürce ifade edemediğini, üçte birinin ise (%31,5) kısmen ifade edebildiğini ortaya koymaktadır.⁷⁶ Çetin, gençlerin dini kimliklerini yeni medya ortamlarında yansıtmada çekingen davrandıkları sonucuna ulaşmıştır.⁷⁷ Bu araştırma da katılımcı gençlerin sosyal medyada dinle ilgili konularda çok fazla fikir beyan etmediklerini göstermiştir.

Katılımcıların çoğunluğunun değerlerin kaynağına insanı yerleştirmiş olması oldukça dikkat çekici bir bulgudur. Bu anlamda kaynağını dinden alan değer kaynağı yaklaşımının talep görmediği ifade edilebilir. Bu çalışmada değerlerle ilgili olarak yardımseverlik vurgusu ve hayvanlara duyarlılık hissi dikkat çekmektedir. Değerler konusunda ortaokul öğrencileriyle Ayaydın ve Yıldız Ayaydın tarafından yapılan bir çalışmada da sosyal medyada özgürlük, mutluluk, sevgi, vatanseverlik, kültürel duyarlılık, hayvanlar konusunda duyarlılığın arttığı⁷⁸ tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada saygı, adalet ve aile en çok vurgulanan değerler olmuştur. Karaduman'ın çalışmasında sosyal medyada yansıtıldığı düşünülen değerler "dayanışma", "yardımseverlik" ve "duyarlılık" olarak ifade edilmiştir. En çok ihmal edildiği düşünülen değerler ise "saygı", "özel yaşamın gizliliği", "tarafsızlık", "sabırlı olma" ve

⁷³ Mevlüt Can Koçak vd., "Toplumsal Yaşamda ve Sosyal Medyada Kötülüğün Konumlandırılması: Konya Örneği", *Journal of Humanities and Tourism Research* 10/4 (01 Ocak 2020), 771.

⁷⁴ Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi (SEKAM), *Türkiye'de Gençlik Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri Ve Beklentileri* (İstanbul: SEKAM Yayınları, 2016), 61.

⁷⁵ Sosyal Demokrasi Vakfı (Sodev), "Türkiye'nin Gençliği Araştırması Raporu", (Erişim 25 Kasım 2021).

⁷⁶ MAK, "Türkiye Geneli Gençlik Araştırması".

⁷⁷ Nida Sümeyya Çetin, "Gençlerin Dini Kimliğinde Medya Etkisi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)* 4/1 (03 Haziran 2021), 149.

⁷⁸ Yakup Ayaydın & Hatice YILDIZ Ayaydın, "Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi", *Değerler Eğitimi Dergisi* 16/35 (2018), 58.

“etik değerler” dir.⁷⁹ Bu araştırmada bireyler tarafından benimsenen değerler, başta saygı olmak üzere adalet, aile, dürüstlük, güven, sevgi, edep-ahlak, kul hakkı, inanç, merhamet, açık fikirlilik, anlayış, eşitlik, hoşgörü, özveri olarak aktarılmıştır.

Gençlerle yapılan bir araştırmada gençlerin %86 gibi yüksek bir kısmının iyi para kazanabilecekleri bir işte çalışmayı önemsedikleri görülmüştür.⁸⁰ Lise öğrencileriyle yapılan bir araştırma öğrenciler sanal ortamda yaşanan hayatlara özindiklerini⁸¹ ortaya koymaktadır. Ayrıca gençlik, din ve değer konularını ele alan makalelerin incelendiği bir çalışmada gençlerin dijital ortamda karşılaştıkları yaşam tarzlarını kendi yaşamlarıyla kıyasladıkları ve ikilemler yaşadıkları değerlendirilmiştir.⁸² Bu sonuçlara benzer şekilde bu araştırmada da gençlerin neredeyse tamamının lüks yaşamların sosyal medyada sunulmasından etkilendiği bulgulanmıştır. Ayrıca araştırmada ortaya çıkan bu durum, Sayar ve Yalaz’ın tespitleriyle uyum göstermektedir. Hayat tarzlarını kıyaslayan gençlerde kıskançlık, kin, nefret gibi duygular oluşabilmektedir. Araştırmaya katılan gençler için bu yönde bir tespit bulgulanmasa da bu doğrultuda ortaya çıkabilecek muhtemel sonuçları zaman gösterecektir. Bu bağlamda sosyal medyada geçirilen süre önem kazanmaktadır. Çalışma kapsamında ele alınan ahlak teması bağlamında sosyal medyanın/bağımlılığının gençleri ahlaki kayıtsızlığa⁸³ yöneltip yöneltmediğine yönelik veri alınmamıştır. Ayrıca gençlerle yapılan araştırmalar gençlerin yarısından fazlasının mutsuz olduğunu ve mutlu olmak için öncelikle sahip olunması gerekenler sıralamasının en üstünde paranın yer aldığını ortaya koymaktadır. Para, Statü-Kariyer ve Saygınlık gençlerin en az yarısının sahip olmayı istedikleri niteliklerdir.⁸⁴ Bu durumun ortaya çıkmasında sosyal medyanın ve bu ortamda sunulan lüks yaşamların olası etkileri dikkate alınmalıdır. Ancak bu durum genellenebilir bir sonuç değildir, gençlerle yapılan başka bir araştırmada yüksek çoğunluğun (%82,2) mutlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.⁸⁵

Ailelerin çocuklarının sosyal medya kullanımına müdahalede bulunmadıkları bulgusu oldukça dikkat çekicidir. Bu çalışmanın sonucuyla uyumlu olmasa da gençlerin aileleriyle en çok çatışma yaşadıkları konunun bilgisayar/telefon/internet kullanımı olduğuna⁸⁶ da dikkat çekilmelidir. Yapılan araştırmalara göre sorunlu anne-geç ilişkileri, gençlerin daha sonra çevrimiçi iletişimi tercih etmeleri ve çevrimiçi

⁷⁹ Hıdır Karaduman vd., “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarına Göre Sosyal Medyada Değerler”, *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry* 8/2 (23 Nisan 2017), 258.

⁸⁰ Habitat Derneği, *Türkiye’de Gençlerin İyi Olma Hali Araştırması Özet Bulgular*, 21.

⁸¹ Gürses & İrk, “İnternet Kullanımı ve Ergenlerin Dini Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma”, 120.

⁸² Fatma Kurttekin, “Bilişim Çağında ‘Gençlik, Din ve Değer’ Konularını Ele Alan Makaleler Üzerine Bir İnceleme”, *Eskişeni* 45 (20 Eylül 2021), 791.

⁸³ Hızır Hacikeleşoğlu, “Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlaki Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 21/2 (2021), 901.

⁸⁴ MAK, “Türkiye Geneli Gençlik Araştırması”.

⁸⁵ SEKAM, *Türkiye’de Gençlik Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri Ve Beklentileri*, 165.

⁸⁶ MAK, “Türkiye Geneli Gençlik Araştırması”.

tanıştığı biriyle arkadaşlık kurma olasılığını yükseltmektedir.⁸⁷ Ergenlerin çevrimiçi bağlılığı, çevrimdışı iletişim ve sosyalleşmenin bir uzantısıdır.⁸⁸ Ebeveynlerin çocuklarına rehberlik etme konusundaki bilgi eksikliği ve başarısızlığı, sosyal medya bağımlılığına yönelten başlıca nedenlerdendir, ayrıca sosyal medyada geçirilen süre arttıkça bağımlılık düzeyi artmaktadır.⁸⁹ Çalışmada sunulan öneriler genç-sosyal medya ilişkisi konusunda ailenin önemine dikkat çekmektedir. Ayrıca sosyal medyanın doğru ve etkili kullanımı konusunda verilecek bir eğitim de önerilmektedir.

ÖNERİLER

Bu çalışma verileri doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Gençlere sosyal medya okuryazarlığı yetisi kazandırılmalıdır.
- Gençlere sosyal medya konusunda öz düzenleme ve zaman yönetimine yönelik eğitimler verilmelidir.
- Ailelere çocuklarının sosyal medyayı bilinçli kullanmalarına yardımcı olmalarını sağlayacak rehberlik eğitimleri düzenlenmelidir.
- Gençlerin sosyal medyada takip ettikleri uygulamalar gözlenmeli ve karşılaştıkları olumlu ya da olumsuz durumlar hakkında bilgilendirmeler yapılmalıdır.
- Okullarda DKAB derslerinde sosyal medyanın doğru kullanımı ile ilgili bilgilendirmeler yapılmalıdır.
- Gençlere DKAB derslerinde kaynağı belli olmayan veya konunun uzmanı olmayan kişilerin dinî konulardaki söylemlerine itibar edilmemesi gerektiği anlatılmalıdır.
- Benzer çalışmalar farklı yaş gruplarıyla, farklı dünya görüşlerinden bireylerle ve farklı kültürel çevrelerdeki kişilerle gerçekleştirilebilir.
- Bu araştırma konusu için yöntem çeşitlemesi yapılabilir.
- Sosyal medyada ahlak konusu özelinde çalışma yapılabilir.
- Sosyal medyada değerler konusu özelinde çalışma yapılabilir.
- Sosyal medyada din okuryazarlığı konusunda çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Aksoy, Melike & Faiz, Emel. "Pazarlama Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımının Online Satışlar Üzerindeki Rolü: Muhafazakar Giyim Sektörü Örneği". *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 3/5 (2018), 62-81.

⁸⁷ David E. Szweido vd., "Qualities of Peer Relations on Social Networking Websites: Predictions From Negative Mother-Teen Interactions", *Journal of Research on Adolescence* 21/3 (2011), 595.

⁸⁸ Floros - Siomos, "The Relationship Between Optimal Parenting, Internet Addiction and Motives for Social Networking in Adolescence", 529.

⁸⁹ Ali Murat Kırık vd., "A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey", *International Journal of Science Culture and Sport* 3/13 (01 Ocak 2015), 108.

- Ali Murat Kırık vd. "A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey". *International Journal of Science Culture and Sport* 3/13 (01 Ocak 2015), 108-122. <https://doi.org/10.14486/IntJSCS444>
- Armaner, Neda. *Din Psikolojisine Giriş*. Ankara: Ayyıldız Matbaası, 1980.
- Arslan, Ali. "Medyanın Gücünün Sosyolojik Temelleri". *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi* 6/2 (2014). <http://www.isguc.org/?p=article&id=214&cilt=6&sayi=2&yil=2004>
- Ayaydın, Yakup & Ayaydın, Hatice YILDIZ. "Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi". *Değerler Eğitimi Dergisi* 16/35 (2018), 57-89.
- Bıçer, Serkan & Şener, Yeşim. "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Youtube Kullanım Alışkanlıkları". *Selçuk İletişim* 13/2 (2020), 589-627.
- Budak, Hatice. "Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni". *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 7/1 (2018), 146-170.
- Büyükbaykal, Ceyda Ilgaz & Temel, Gülden. "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı ve Gençlik". *International Journal of Cultural and Social Studies* (IntJCSS) 5/2 (2019), 434-447.
- Can Koçak, Mevlüt vd. "Toplumsal Yaşamda ve Sosyal Medyada Kötülüğün Konumlandırılması: Konya Örneği". *Journal of Humanities and Tourism Research* 10/4 (01 Ocak 2020), 762-774. <https://doi.org/10.14230/johut887>
- Çalış Duman, Meral & Aksoğan, Mustafa. "Sosyal Medya ve Akademik Başarı: İnönü Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması". *Social Sciences Studies Journal* 4/18 (2018), 1624-1638.
- Çetin, Nida Sümeyya. "Gençlerin Dini Kimliğinde Medya Etkisi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* (MEDİAD) 4/1 (03 Haziran 2021), 137-152. <https://doi.org/10.47951/mediad.922886>
- Çömlekçi, Mehmet Fatih & Başol, Oğuz. "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkinin İncelenmesi". *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. Türkiye'de Dini Hayat Araştırması. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2014. http://www.ceidizleme.org/ekutuphaneresim/dosya/914_1.pdf
- Drahošová, Martina & Balco, Peter. "The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union". *Procedia Computer Science* 109 (2017).
- Floros, Georgios & Siomos, Konstantinos. "The Relationship Between Optimal Parenting, Internet Addiction and Motives for Social Networking in

- Adolescence". *Psychiatry Research* 209/3 (Ekim 2013), 529-534. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2013.01.010>
- Levent Eraslan Wordpress. "Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu Yönetici Özeti". Erişim 02 Kasım 2021. <https://leventeraslan.files.wordpress.com/2015/09/genclik-sosyalmedyayonetici-ozeti.pdf>
- Gündüz, Muhammed Muhdi. "Gelişim Özellikleri Doğrultusunda Gençliğin Din Eğitimi". *e-Şarkiyat İlmî Araştırmaları Dergisi/Journal of Oriental Scientific Research (JOSR)* 12/4 (30 Aralık 2020), 1092-1117. <https://doi.org/10.26791/sarkiat.737971>
- Güneş, Abdurrahman. "Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 28/1 (31 Ocak 2018), 203-216. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.387896>
- Gürses, İbrahim & İrk, Esra. "İnternet Kullanımı ve Ergenlerin Dini Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma". *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 27/1 (2018), 109-135.
- Habitat Derneği. Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Araştırması Özet Bulgular. Erişim 24 Kasım 2020. <https://habitatdernegi.org/wp-content/uploads/genclerin-iyi-olma-hali-arastirmasi-3-rapor-ozeti.pdf>
- Hacıkeleşoğlu, Hızır. "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlaki Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma". *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 21/2 (2021), 877-907.
- Hazar, Murat. "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 32 (2011), 151-175.
- Hou, Yubo vd. "Social Media Addiction: Its İmpact, Mediation, and İntervention". *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 13/1 (2019), 1-17.
- Hökelekli, Hayati. *Din Psikolojisi*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1993.
- İçirgin, Ömer. *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018. <https://toad.halileksi.net/sites/default/files/pdf/universite-ogrencilerinin-sosyal-medya-kullanim-aliskanliklari-ve-motivasyon-olcegi-toad.pdf>
- İlhan, Erol & Aydoğdu, Adalet Görgülü. "Youtube Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonlarının İncelenmesi". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 7/2 (21 Ekim 2019), 1130-1153. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.570677>

- İnan Kılıç, Ayşe. "Lise Öğrencilerinin Manevi- İnsani Değerler Eğilimi". *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 24/2 (12 Aralık 2020), 807-831. <https://doi.org/10.18505/cuid.765415>
- İnce, Mustafa & Koçak, Mevlut Can. "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği". *Journal of Humanities and Tourism Research* 7/2 (01 Ocak 2017), 736-749. <https://doi.org/10.14230/joiss430>
- Kamiloğlu, Fatma & Yurttaş, Özge. "Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* 0/21 (02 Aralık 2014), 129-150. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.96678>
- Kara, Bayram Kaan. *Bireylerin Kendini Gerçekleştirmesinde Sosyal Medyanın Rolü: Bir Alan Araştırması*. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Karaboğa, Mehmet Tahir. "Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri". *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 14/3 (25 Aralık 2018), 912-936. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.475515>
- Karadayı, Ferya. *Yeni Medya Bağlamında İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı*. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Karaduman, Hıdır vd. "Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarına Göre Sosyal Medyada Değerler". *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry* 8/2 (23 Nisan 2017), 250-271. <https://doi.org/10.17569/tojq.266028>
- Kılıç, Ünal & Acar, Nihal. "Sanal Dini İletişim Motivasyonları Üzerine Bir Alan Araştırması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Öğrencileri". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)* 3/1 (2020), 5-22.
- Kocaman-Karoğlu, Ashıhan & Atasoy, Bilal. "Sosyal Medya Kullanımı ile Serbest Zaman Tatmini Arasındaki İlişki". *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 826-839. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.330525>
- Kurttekin, Fatma. "Bilişim Çağında 'Gençlik, Din ve Değer' Konularını Ele Alan Makaleler Üzerine Bir İnceleme". *Eskiyeni* 45 (20 Eylül 2021), 781-795. <https://doi.org/10.37697/eskiyeni.937521>
- MAK, MAK Danışmanlık ve Yeditepe Üniversitesi. *Türkiye Geneli Gençlik Araştırması*. Erişim 24 Kasım 2021. <https://www.makdanismanlik.org/mak-danismanlik-genclik-arastirmasi/>
- Obar, Jonathan A. & Wildman, Steven S. "Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue." *Telecommunications policy*, 39/9 (2015), 745-750.

- Oyman, Nihat. "Sosyal Medya Dindarlığı". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (15 Aralık 2016), 125-167.
- Patton, Michael Quinn. *Nitel Araştırma Ve Değerlendirme Yöntemleri*. çev. Mesut Bütün - Selçuk Beşir Demir. Ankara: Pegem Akademi, 2. Baskı., 2018.
- Radmard, Somayyeh vd. "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi". *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi* 3/2 (2020), 171-198.
- Rani, PL - Buvaneswari, Mettilda. "Social Networking Addiction among Adolescents". *Research on Humanities and Social Sciences* 7/17 (2017), 214-218.
- SEKAM, Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi. Türkiye'de Gençlik Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri Ve Beklentileri. Ankara: SEKAM Yayınları, 2016. <http://sekam.com.tr/images/resimler/turkiyedegeclik2016.pdf>
- Sodev, Sosyal Demokrasi Vakfı. Türkiye'nin Gençliği Araştırması Raporu. Erişim 25 Kasım 2021. http://sodev.org.tr/wp-content/uploads/2020/05/detayli_rapor.pdf
- Solmaz, Bünyamin - Şahin, Adem. "Ergenlerde Dindarlık ve Sosyal Benlik". *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 12/2 (2012), 145-158.
- Szwedo, David E. vd. "Qualities of Peer Relations on Social Networking Websites: Predictions From Negative Mother-Teen Interactions". *Journal of Research on Adolescence* 21/3 (2011), 595-607. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2010.00692.x>
- Şimşek, Turan. "Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası 'Instagram Örneği'". *Sosyolojik Düşün* 4/1 (2019), 10-24.
- Tektaş, Necla. "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma". *Journal Of History School* 7/XVII (01 Ocak 2014), 851-870. <https://doi.org/10.14225/Joh474>
- Temel, Mustafa vd. "İnternet Üzerinden Dini Bilgi Edinme Süreci ve Eleştirel Yeterlilikler: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/59 (2018), 1121-1130.
- Turanalp, Muhammed Fatih. "İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım". *Marife* 16/1 (2016), 111-131.
- Üçer, Neda. "Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Media Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma". *Global Media Journal: Turkish Edition* 6/12 (Spring 2016), 1-26.
- Vardi, Recep. "İnternette Yer Alan Dini İçerikli Bilginin Güvenilirliği". *Bozok Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi* 3/3 (2013), 79-87.

