

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMINDA HELAL-HARAM ALGISI: BARTIN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

 Nihal İŞBİLEN^a

 Ümmühan ARK^b

Öz

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının helal ve haram anlayışlarıyla nasıl şekillendiği incelenmiş; bu doğrultuda, söz konusu alışkanlıkları helal ve haram kavramları çerçevesinde ele almak amaçlanmıştır. Çalışmada, bireylerin dijital dünyadaki mahremiyet anlayışlarının, dini değerlerle nasıl şekillendiği ve bu anlayışın sosyal medya platformlarındaki içerik üretimi, paylaşımı ve etkileşim süreçlerine nasıl yansıdığı ele alınmıştır. Ayrıca, öğrencilerin sosyal medyada maruz kaldıkları içerikleri helal-haram çerçevesinde nasıl değerlendirdikleri ve bu değerlendirmelerin kullanım alışkanlıklarını nasıl etkilediği analiz edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi benimsenerek, fenomenolojik desen çerçevesinde yürütülen bu çalışmada, farklı fakültelerde öğrenim gören 6 kadın ve 5 erkek üniversite öğrencisiyle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama sürecinde kullanılan görüşme formu, katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin dinî perspektiflerini derinlemesine anlamayı hedefleyen açık uçlu sorulardan oluşturulmuştur. Elde edilen veriler, nitel içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş; analiz sürecinde temalar, alt temalar ve kodlar belirlenerek detaylı bir değerlendirme yapılmıştır. Bulgular, katılımcıların sosyal medya kullanımında dinî inançları doğrultusunda bilinçli tercihler yapmaya özen gösterdiklerini ve karşılaştıkları içerikleri helal ve haram bağlamında değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca, bireylerin helal ve haram algılarının, izledikleri ve etkileşimde bulundukları içerik türlerini belirgin bir şekilde etkilediği görülmektedir. Çalışmanın sonuçlarının, bireylerin sosyal medya kullanımına dair farkındalık geliştirmelerine katkı sunması ve bu alandaki toplumsal bilincin artırılmasına yönelik öneriler sunması beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: Din Psikolojisi, Sosyal Medya, Mahremiyet, Helal-Haram

^a Sorumlu Yazar, Dr. Öğr. Üyesi, Bartın Üniversitesi, nisbilen@bartin.edu.tr

^b Doç. Dr., Bartın Üniversitesi, uark@bartin.edu.tr

Algısı, Üniversite Öğrencileri.



HALAL-HARAM PERCEPTION OF UNIVERSITY STUDENTS IN SOCIAL MEDIA USE: THE CASE OF BARTIN UNIVERSITY

Abstract

In this study, it is examined how the social media usage habits of university students are shaped by their understanding of halal and haram; in this direction, it is aimed to address these habits within the framework of halal and haram concepts. The study examines how individuals' understanding of privacy in the digital world is shaped by religious values and how this understanding is reflected in content production, sharing and interaction processes on social media platforms. In addition, it was analyzed how students evaluate the content they are exposed to on social media within the framework of halal-haram and how these evaluations affect their usage habits. In this study, which was conducted within the framework of phenomenological design by adopting qualitative research method, semi-structured in-depth interviews were conducted with 6 female and 5 male university students studying in different faculties. The interview form used in the data collection process was composed of open-ended questions aiming to understand the participants' religious perspectives on social media use in depth. The data obtained were analyzed by qualitative content analysis method; themes, sub-themes and codes were determined in the analysis process and a detailed evaluation was made. The findings reveal that the participants pay attention to make conscious choices in line with their religious beliefs in the use of social media and evaluate the content they encounter in the context of halal and haram. In addition, it is seen that individuals' perceptions of halal and haram significantly affect the types of content they watch and interact with. The results of the study are expected to contribute to the development of individuals' awareness about the use of social media and provide suggestions for increasing social awareness in this field.

[The Extended Abstract is at the end of the article.]

Keywords: Psychology of Religion, Social Media, Privacy, Halal-Haram Perception, University Students.



Giriş

Günümüzde sosyal medya araçları, bireylerin günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyaya olan ilginin artması, bireylerin birçok alandaki davranışlarını değiştirdiği gibi, dinî tutum, tavır ve

davranışlarını da etkileyebilir. Kullanıcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve dinî yönelimleri gibi faktörler, bu etkileşimi belirleyen temel değişkenler arasında yer almaktadır. Özellikle gençlerin sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanması, bu platformların onların dinî algı ve hassasiyetleri üzerindeki etkisini daha belirgin hale getirmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyanın dinî sınırları belirleyen helal-haram duyarlılığına etkisi kadar, bireylerin helal-haram bilincinin de sosyal medya kullanımındaki sınırları belirleyip belirlemediği önemli bir tartışma konusudur. Zira gelişim döneminin getirdiği dinamikler, gençlerin bu tür konulara olan duyarlılıklarını şekillendirmekte ve sosyal medya ile dinî bilinç arasındaki etkileşimi daha karmaşık hale getirmektedir. Bu noktada, bireyin sosyal medya kullanımı, sadece dijital bir alışkanlık olarak değil; aynı zamanda helal ve haram duyarlılığını yansıtan, ilahi iradeyle olan bağını ortaya koyan bir davranış biçimi olarak da değerlendirilebilir.

Sosyal medya ile dinî bilinç arasındaki çok yönlü ilişkiyi sağlıklı bir biçimde kavrayabilmek için, İslam'ın helal ve haram kavramlarıyla birey yaşamına nasıl yön verdiğinin anlaşılması gerekmektedir. Zira İslam dini, insan hayatının tüm boyutlarını kuşatan kapsamlı bir sistem olarak, bireyin selim fitratına uygun şekilde huzurlu, dengeli ve anlamlı bir hayat sürebilmesi adına makul ve evrensel ilkeler ortaya koyar. İnsanın yaratılış amacını, onur ve değerini korumayı hedefleyen bu esaslar, İslam'ın temel ahlaki düzenlemeleri arasında yer almakta ve genellikle 'helal' ve 'haram' kavramları çerçevesinde ifade edilmektedir.¹ Fıkıh ilminin ana başlıklarından birisi olan helaller, ilahi iradenin yapılması konusunda kişiyi serbest bıraktığı ve herhangi bir cezai müeyyidesi bulunmayan hususları, haramlar ise bunun tam zıddını ifade eder.² İnsanı nihai anlamda zarar ve pişmanlığa sürükleyen, insanın beden ve ruh sağlığı ile toplumun huzurunu bozan haramlar, bu sebeple Kur'an ve sünnette zikredilerek kaçınılması istenen hususlardır.³ Ayrıca helal ve haramlara riayet etmek kişinin ilahi iradeye bağlılığının da bir göstergesi olarak kabul edildiğinden helalleri gözetmek dünya ve ahiret mutluluğunu sağlarken, haramları işlemek kişinin heva ve arzularına uymasına ve Allah'tan uzaklaşmasına yol açar.⁴

¹ Yusuf el-Karadâvî, *İslam'da Helal ve Haram*, (İstanbul: Nida Yayınları,1999), 202.

² Ferhat Koca, "Helal", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1998), 17/175.

³ Ferhat Koca, "Haram", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1997), 16/102.

⁴ Abdullah Kahraman, "İslam'da Helal ve Haramın Yeri ve Fıkıh Usulü Açısından Temellendirilmesi", *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 2012, 20/43-45.

Günümüzde kitle iletişim araçları ve sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte zaman zaman helal-haram kavramlarının kapsamlarına dair zihinsel karmaşaya düşülmektedir. Nitekim bugün sosyal medya sadece boş vakit geçirilen bir mecra olmaktan öte, yeme-içme, giyim-kuşam, eğlenme, sosyalleşme, alışveriş ve kazanç elde etme, bilgi edinme ve tartışma gibi birçok ihtiyaç ve alışkanlığın da karşılandığı çok yönlü bir alanı kapsamaktadır. Bu sebeple sosyal medyayı kullanırken dinen iyi, faydalı, güzel olanı yapma ve kötü, zararlı, çirkin olanlardan sakınma şeklinde kısaca ifade edilebilecek helal-haram duyarlılığı, insanın kişiliğini ve dinini yüceltmesi demektir. Zira helal-haram bilinci insanın kişilik ve karakterini şekillendiren önemli bir unsurdur. Bu bağlamda dinin koyduğu helal ve haram sınırları ile insanın kendi arzu ve isteklerini kontrol ederek sağlıklı bir ruh yapısına sahip olmadaki rolünü de unutmamak gerekir.⁵

Dinde helal ve haramların taabbüdi denilen yönü ağır basmış olsa da dinin gerçekleştirmeyi istediği temel gayeler ile bunları kuşatan maslahatlarla da önemli bir irtibatının olduğu bilinmektedir.⁶ Nitekim fıkhıta, kısaca “zarurat-ı hamse” olarak adlandırılan bu amaçlar; dinin, canın, aklın, neslin ve malın korunması şeklinde sıralanır. Helallerin bu gayelere uygun olarak serbest hareket imkânı bırakılan geniş bir alanı oluşturduğu, haramların da bu gayeleri ihlal etmesi sebebiyle ilahi iradeye uymayan yasaklar olduğu söylenebilir.⁷ Dolayısıyla helal-haram bilinci, bireyin kişilik ve karakter gelişimine katkı sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda hukuki ve ahlaki açıdan toplumun huzurunun korunmasında da önemli bir rol oynar. Bu bilinç, bireylerin yalnızca fiziksel dünyadaki seçimlerini değil, dijital ortamda sergiledikleri tutum ve etkileşimleri de şekillendirmektedir. Özellikle sosyal medya ve çevrimiçi platformlarda karşılaşılan içerikler, yapılan paylaşımlar ve dijital etkileşimler, bireyin helal-haram anlayışı doğrultusunda bir değerlendirmeye tabi tutulmakta mıdır? Helal-haram hassasiyeti taşıyan bireyler için sosyal medya, etik sınırların yeniden ele alındığı ve dijital ahlakın sorgulandığı bir alan haline gelmiş midir?

⁵ İslâm Demirci, “Helâl-Haram Bilinci ve Karakter Oluşumunda Psiko-Sosyal Etkileri”, *Uluslararası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri Sempozyumu* (10-12 Haziran 2016, Ordu), ed. Yavuz Ünal vd., 291.

⁶ Mehmet Erdoğan, *İslam Hukukunda Ahkâmın Değişmesi* (İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 2011), 107-109.

⁷ Bkz. Ertuğrul Boynukalın, “Makasidü’ş-şeria”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2003), 27/423-426.; Şah Veliyyullah Dihlevî, *Huccetullahi'l-Bâliğa*, çev. Mehmet Erdoğan (İstanbul: İz Yayıncılık, 1994), 1/9; İbrahim b. Musa eş-Şâtübî, *el-Muvâfakat fî Usûli's-Şeria*, çev. Mehmet Erdoğan (İstanbul: İz Yayıncılık, 1990), 2/8 vd.

Bu çalışma sosyal medyayı yoğun olarak kullanan gençlerin, fiziki dünyada helal-haram konusunda gösterdikleri duyarlılığı -dijital dünyanın getirdiği gizlilik ve hürriyete rağmen- ne düzeyde devam ettirebilme yetkinliği sergilediklerini incelemeyi amaçlar. Özellikle helal-haram algısına duyarlılık gösteren bireylerin, sosyal medya platformlarında maruz kaldıkları içeriklere verdikleri tepkiler, ahlaki ikilemlerle karşılaştıklarında nasıl bir tutum sergiledikleri ve dijital ortamdaki seçimlerini hangi etik ilkeler ve mahremiyet hassasiyeti doğrultusunda şekillendirdikleri bu çalışmada detaylı olarak ele alınacaktır. Bu bağlamda, sosyal medyanın helal-haram duyarlılığını ve mahremiyet algısını etkileme yönü ve biçimi hakkında veri toplanmış, dijital hayatın bireylerin ahlaki ve dini hassasiyetleri üzerindeki etkisini anlamaya yönelik farkındalık oluşturma maksadı güdülmüştür.

Literatür incelendiğinde, sosyal medya kullanımında helal-haram algısını doğrudan ele alan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, helal-haram kavramlarıyla yakından ilişkili olan mahremiyet algısı⁸ ve sosyal medya etkileşimleri üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır.⁹ Bu çalışmalar genellikle mahremiyet bilinci¹⁰ ve mahremiyet algısının nasıl değiştiği^{11,12}, mahremiyetin psikososyal yansımaları,¹² özel

⁸ Salim Ögüt, "Mahrem", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2003), 27/388; Abdullah Kahraman, *İslam Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel Hayatın Gizliliği Mahremiyet* (Ankara: Ebâbil Yayınları, 2008), 65; Ayrıca bkz. Yavuz Ünal vd., *Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu* (Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayınları, 2015).

⁹ Mustafa Öz, "Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Algısı: Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Endişeleri ve Farkındalıkları", *Yaşar Üniversitesi e-Dergisi*, 9/35 (2014), 6245-6254; Elif Türkten, "Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29 (2018), 143-162; Hüseyin K. Koca ve Mustafa Mücahit, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımındaki Mahremiyet Algısı", *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 57 (2023), 7-32; Feryat Alkan, "Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı, X, Y ve Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma", *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34 (2023), 274-293; Mustafa Böyük, "Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeğinin Geliştirilmesi", *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9/1 (2023), 129-144; Fatma Barkuş ve Mustafa Koç, "Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme", *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3/1 (2019), 35-44.

¹⁰ Deniz Öztürk vd., "Üniversite Öğrencilerinin Mahremiyet Bilinci", *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7/2 (2022), 68.

¹¹ Tüba Karahisar ve Celal Hayır, "Sosyal Medya ile Değişen Mahremiyet: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Mahremiyet Algısı Üzerine Bir Araştırma", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20/1 (2023), 157-170.

¹² Abdulvahid Sezen ve Müslime Erden, "Mahremiyetin Psiko-Sosyal Yansımaları", *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 20 (2018), 83-92.

hayatın korunmasına ilişkin yaşanan kaygılar,¹³ sosyal medya ve mahremiyet,¹⁴ kullanıcıların yetersiz farkındalıklarından dolayı riskli online davranışları,¹⁵ mahremiyet ihlali,¹⁶ online inanç pratikleri,¹⁷ sosyal medyada Müslüman kimlik algısı,¹⁸ ve mahremiyet ihlallerinin fıkhi boyutu¹⁹ gibi konulara odaklanmaktadır. Ancak, sosyal medya kullanımından bağımsız olarak bireylerin haram algısını din psikolojisi açısından inceleyen yalnızca bir çalışmaya rastlanmıştır.²⁰ Bu bağlamda, mevcut araştırmada diğer çalışmalardan farklı olarak, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımında helal-haram kavramlarını nasıl algıladıkları, bu algının dijital pratiklerine ve mahremiyet anlayışlarına nasıl yansıdığı derinlemesine incelenmiştir. Bu çalışma, sosyal medya ile dinî değerler ilişkisine dair literatürdeki sınırlılığı dikkate alarak, helal-haram algısını bireysel kullanım pratikleri bağlamında ele alıp, dinî değerlerin sosyal medya tercihlerindeki belirleyiciliğini ortaya koymaya yönelik özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel problemini, 'Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile helal-haram algısı arasında nasıl bir ilişki vardır?' sorusu oluşturmaktadır. Ayrıca, 'Helal-haram anlayışı üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarında etkili midir?' ve 'Sosyal medya kullanımı helal-haram anlayışında bir dönüşüme yol açmakta mıdır?' sorularına da yanıt aranmaktadır.

¹³ Şahika Eroğlu, "Dijital Yaşamda Mahremiyet (Gizlilik) Kavramı ve Kişisel Veriler: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Mahremiyet ve Kişisel Veri Algılarının Analizi", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 35/2 (2018), 130-153.

¹⁴ İbrahim Yıldız, "Sosyal Medya ve Mahremiyet Sorunsalı: Panoptikondan Süperpanoptikona Mahremiyetin Dönüşümü." *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi* 6/11 (2021), 122-132.

¹⁵ Yüksel Demirel ve Erol Göka, "Ergenlerin Çevrimiçi Başlayan Arkadaşlıkları Tehlikeli Olabilir: Riskler ve Önlemler", *Journal of Cognitive-Behavioral Psychotherapy and Research*, 11/2 (2022), 147-147.

¹⁶ Serap Duygulu, "Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmanın Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi", *TRT Akademi*, 4/8 (2019), 428-487.

¹⁷ Metin Eken, "Modern Görsel Kültürde M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri", *Bilimname* 43/3 (2020), 31-71; Selman Okumuş, "Dijitalleşme ve Dini Pratikler: Bir Literatür Taraması", *TAM Akademi Dergisi* 2/1 (2023), 101-122.

¹⁸ Filiz Çömez-Polat ve Göklem Tekdemir, "Sosyal Medyada Müslüman Kimlik Algısı: İslami Fenomenler ve Twitter Örneği", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 3/2 (2020), 165-180.

¹⁹ Sevdegül Çekiç ve Tevhit Ayengin, "Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fikhî Yansımalarına Dair", *Mütefekkir*, 2021, 8(15), 71-93.

²⁰ Yeliz B. Yalçın, *Haram Algısının Din Psikolojisi Açısından İncelenmesi*, (Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023).

A. Yöntem

1. Araştırma Tasarımı

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımında helal ve haram algılarını derinlemesine incelemeyi amaçlayan nitel bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Araştırmada fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Fenomenolojik desen, bireylerin belirli bir olguya ilişkin yaşantılarını, deneyimlerini ve algılarını anlamaya odaklanan bir yaklaşımdır. Sosyal medyada mahremiyet ve helal-haram hassasiyeti, bireysel ve kültürel faktörlerin etkisiyle şekillenen, dinî, etik ve toplumsal boyutları içeren karmaşık bir olgudur. Bu nedenle, bireylerin bu konudaki deneyimlerini, düşüncelerini ve duygularını anlamaya yönelik derinlemesine bir inceleme yapılması gerekmektedir.

Bu çerçevede, araştırmada fenomenolojik desenin tercih edilmesinin temel nedeni, bu hassasiyetin bireysel yaşantılara dayalı olarak anlamlandırılmasını sağlamaktır.²¹ Bu bağlamda, nitel araştırmalarda temel amaç, belirli bir örneklem grubunun yaşantılarını detaylı şekilde analiz ederek olguya dair derinlemesine bir kavrayış geliştirmektir.²² Bu yaklaşım, sosyal medyada helal ve haram algısının bireysel deneyimler üzerinden incelenmesini mümkün kılarken, aynı zamanda bu deneyimlerin daha geniş bir bağlamda nasıl anlam kazandığını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, elde edilen bulgular geniş bir popülasyona doğrudan genellenemez; ancak belirli bir bağlamda anlam oluşturmaya ve ilgili alandaki bilgi birikimine katkı sağlamaya yöneliktir.²³

2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, Bartın Üniversitesinde öğrenim gören 6 kadın ve 5 erkek olmak üzere toplam 11 katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcılar, nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme ile belirlenmiştir. Bu yöntemin tercih edilme nedeni, araştırmanın amacına uygun olarak belirli dinî hassasiyetlere sahip bireylerin sosyal medya kullanım deneyimlerini derinlemesine incelemektir.

Katılımcıların seçiminde aşağıdaki ölçütler dikkate alınmıştır:

²¹ John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*, 3. bs. (SAGE Publications, 2013).

²² Clark Moustakas, *Phenomenological Research Methods* (New York: SAGE Publications, 1994).

²³ Michael Q. Patton, *Qualitative Research and Evaluation Methods*, 3. bs. (New York: SAGE Publications, 2002).

1. Araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul etmek,
2. En az altı aydır aktif olarak sosyal medya kullanıyor olmak,
3. Bartın Üniversitesinde öğrenci olmak,
4. Dini hassasiyete sahip olmak.

Dijital ortam, fiziksel dünyadan farklı dinamikler içerdiği için, geleneksel inançlarla büyüyen bireyler açısından yeni bir deneyim alanı sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışma grubunun belirlenmesinde yalnızca üniversite öğrencisi olma koşulu yeterli görülmemiş, katılımcıların dinî hassasiyetleri doğrultusunda dijital ortamdaki deneyimlerini değerlendirebilmek için “dini hassasiyete sahip olma” kriteri de eklenmiştir.

Bu seçim, katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları etik ikilemleri, dinî değerlerini çevrimiçi ortamda nasıl koruduklarını ve dijital dünyanın geleneksel inanç pratikleri üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı olarak analiz edebilmek adına yapılmıştır. Çalışma grubu, üniversite öğrencileri genel popülasyonunu temsil etme amacı taşımamakta olup, belirli bir dinî hassasiyete sahip bireylerin çevrimiçi deneyimlerine odaklanmayı hedeflemektedir. Araştırma sürecinde etik ilkeler titizlikle gözetilmiş, katılımcıların kimlikleri gizli tutulmuş ve gerçek isimleri yerine anonim isimler kullanılmıştır. Katılımcıların tanımlayıcı özellikleri Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri

Kod Adı	Yaşı	Bölümü	Sınıfı
Asel	21	Psikoloji	3. Sınıf
Defne	23	Sınıf Öğretmenliği	1. Sınıf
Asya	21	İngilizce Mütercim-Tercümanlık	2. Sınıf
Zümra	20	Optisyenlik	1. Sınıf
Elisa	22	Yönetim Bilişim Sistemleri	3. Sınıf
Lina	22	Hemşirelik	3. Sınıf
Alparslan	25	Makine Mühendisliği	4. Sınıf
Göktuğ	21	Tarih	3. Sınıf
Kerem	24	Tarih	4. Sınıf
Eymen	23	İnşaat Mühendisliği	4. Sınıf
Metehan	22	Psikoloji	3. Sınıf

3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu, teorik bilgiler ışığında, daha önce yapılan çalışmalar dikkate alınarak ve alanın uzmanlarına danışılarak hazırlanmıştır. Görüşme formu beş bölümden oluşmaktadır: İlk bölümde, genel bilgiler, ikinci bölümde sosyal medya kullanım alışkanlıkları, üçüncü bölümde dinî inançlar ve helal-haram algısı, dördüncü bölümde sosyal medya ve dinî inançlar arasındaki çelişkiler, beşinci ve son bölümde ise sosyal medya içerik üretimi ve paylaşımı ile ilgili sorulara yer verilmiştir.

4. Verilerin Toplanması ve Çözümlemesi

Bu araştırmada veri toplama süreci, yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların araştırma sürecinde kendilerini rahat hissetmelerini sağlamak ve herhangi bir baskı veya kaygı hissetmelerini önlemek amacıyla, görüşmeler doğrudan araştırmacılar tarafından değil, Bartın Üniversitesi'nde öğrenim gören üç yüksek lisans öğrencisi aracılığıyla yürütülmüştür. Araştırma ekibi, öğrencilere görüşme teknikleri konusunda rehberlik etmiş ve sürecin bilimsel standartlara uygun şekilde ilerlemesini sağlamıştır.

Ayrıca, veri toplama sürecine başlamadan önce, öğrencilerin süreci daha iyi anlamasına ve katılımcılara örnek olabilmesine yardımcı olmak için bir pilot çalışma yapılmıştır. Bu uygulama, araştırma sürecinin tutarlılığını koruyarak katılımcılarla daha etkili bir iletişim kurulmasına olanak tanımıştır. Tüm katılımcılardan görüşme öncesinde yazılı onam belgeleri alınmıştır. Onam belgesi, araştırmanın amacı, süreçleri, gönüllülük esasına dayalı katılım ve kişisel bilgilerin korunma garantisi hakkında katılımcıları bilgilendirmiştir.

Görüşmeler, katılımcıların kendilerini rahat hissedeceği sessiz bir ortamda gerçekleştirilmiş ve tüm görüşmeler ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir. Ses kayıtlarının analizi için öncelikle görüşmeler dikkatlice deşifre edilmiştir. Kayıtlar, kelime kelime yazıya dökülerek transkript haline getirilmiştir. Bu aşamada, doğruluğu sağlamak amacıyla her bir transkript iki kez gözden geçirilmiştir. Deşifre edilen metinler anonim hale getirilmiş ve verilerin güvenli bir şekilde korunması sağlanmıştır.

Verilerin analizi, tematik analiz yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, transkriptler detaylı bir şekilde okunmuş ve önemli ifadeler kodlanmıştır. Kodlama süreci, katılımcıların ifadelerini en doğru şekilde yansıtmak ve metindeki örtük anlamları ortaya çıkarmak amacıyla dikkatle uygulanmıştır. İkinci aşamada, belirlenen kodlar arasında ilişkiler kurulmuş

ve benzer kodlar temalar altında gruplandırılmıştır.

Temalar; sosyal medyanın kullanım amacı, dinî algılar ve helal-haram kavramları, sosyal medya ve dinî etkiler gibi ana başlıkları kapsamaktadır. Analiz sürecinde, helal-haram algısının sosyal medya içeriklerine, zaman yönetimine vb. olan etkisi detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak adına, analiz sürecine bir alan uzmanı dâhil edilmiş ve tematik yapı bağımsız bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda yapılan düzenlemelerle analiz sürecinin doğruluğu güçlendirilmiştir. Bu titiz ve sistematik süreç, araştırmanın hedeflerine ulaşmasına ve bilimsel niteliğinin artırılmasına önemli bir katkı sağlamıştır.

5. Etik

Bu çalışma Bartın Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 07.08.2024 tarihli ve 10 numaralı toplantıda, 2024-SBB-0606 karar numarasıyla onaylanmıştır. Araştırma, bilgilendirilmiş onam formunu kabul ederek onaylayan gönüllü katılımcılar ile gerçekleştirilmiştir.

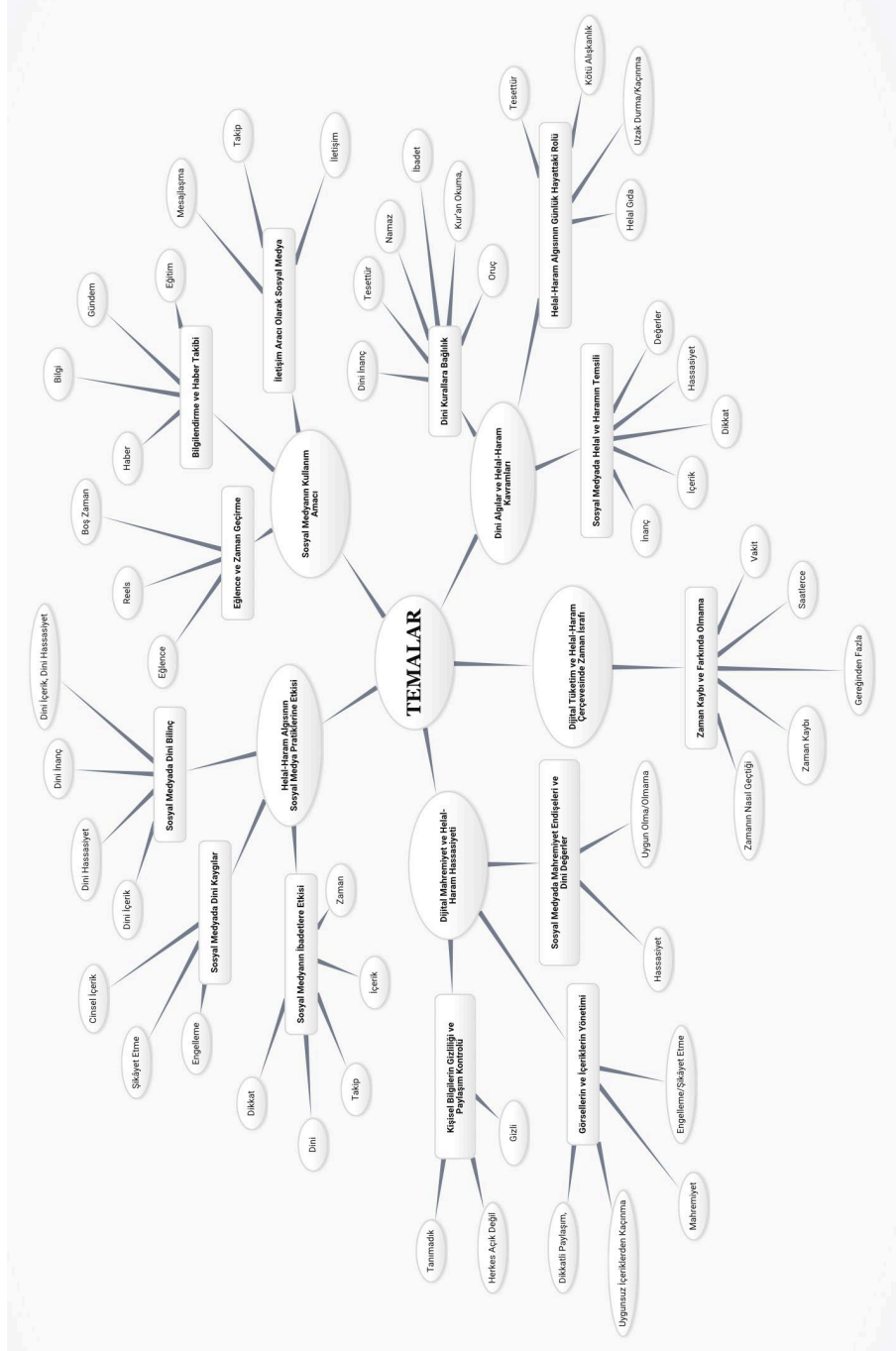
B. Bulgular ve Tartışma

Çalışmanın bu bölümünde ilgili literatür ve yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler kapsamında üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımında helal-haram algıları görünür kılınmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, katılımcıların sosyal medya kullanımında helal-haram algıları üzerine öznel deneyimlerine dayanmaktadır.

Çalışmanın nitel bir araştırma olması nedeniyle sonuçlar daha geniş bir popülasyona genellenemez, ancak bu bağlamda önemli ipuçları sunarak alan yazına katkı sağlamaktadır. Elde edilen bulgular, katılımcıların sıklıkla kullandığı ifadelerden kodlar ve temalar ortaya çıkarılmış (Grafik 1.) ve üst temalar görüşme formu kapsamında şu şekilde yapılandırılmıştır:

1. Sosyal Medyanın Kullanım Amacı,
2. Dinî Algılar ve Helal-Haram Kavramları,
3. Helal-Haram Algısının Sosyal Medya Pratiklerine Etkisi,
4. Dijital Tüketim ve Helal-Haram Çerçevesinde Zaman İsrarı
5. Dijital Mahremiyet ve Helal-Haram Hassasiyeti.

Grafik 1. Temalar, Alt Temalar ve Kodlar



Tema 1. Sosyal Medyanın Kullanım Amacı

Bu çalışmada, katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemek amacıyla açık uçlu sorular yöneltilmiş ve elde edilen yanıtlar nitel analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, katılımcıların sosyal medya kullanımına dair ifadeleri belirli kodlar altında toplanmıştır. Bu doğrultuda, “eğlence” (5 kişi), “reels” (3 kişi), “boş zaman” (4 kişi), “haber” (5 kişi), “bilgi” (3 kişi), “iletişim” (6 kişi), “arkadaş” (5 kişi), “takip” (3 kişi) kodları tespit edilmiş ve bu kod ifadeler kapsamında “*eğlence ve zaman geçirme*”, “*bilgilendirme ve haber takibi*” ve “*iletişim aracı olarak sosyal medya*” alt temaları oluşturulmuştur. Araştırmanın bu bölümünde, belirlenen alt temalara ait bulgulara yer verilerek elde edilen veriler alan yazın eşliğinde tartışılmıştır.

Alt Tema 1. Eğlence ve Zaman Geçirme

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik analizlerde, “eğlence” (5 kişi), “reels” (3 kişi), “boş zaman” (4 kişi) gibi kod ifadelerinin öne çıktığı görülmüştür. Bu bulgular, sosyal medyanın katılımcılar için yalnızca bilgi edinme veya iletişim kurma aracı olmanın ötesinde, eğlenceli içeriklerle vakit geçirme ve boş zamanlarını değerlendirme amacıyla da kullanıldığını göstermektedir. Bu doğrultuda, bazı katılımcılar sosyal medyayı kullanma nedenlerini “eğlence ve zaman geçirme” alt teması kapsamında şu ifadelerle dile getirmiştir:

“Instagram’da eğlence, haber gibi içerikleri takip ediyorum” Zümra

“Instagram’da sürekli videoları kaydırmalı olarak izliyorum. YouTube’u ise canım sıkıldığında ne var ne yok diye, zaman öldürmek için kullanıyorum” Asel

“Sosyal medyayı, tamamen eğlence amaçlı kullanıyorum. Özellikle komik videoları izlemeyi seviyorum.” Metehan

“Sosyal medya araçlarını boş olduğum zamanlar vakit geçirmek için kullanıyorum.” Kerem

“Güzel vakit geçirmek için Instagram’ı ve YouTube’u kullanıyorum” Defne

Görüşmelerden elde edilen bulgular, katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyada ağırlıklı olarak eğlence amaçlı içerikler tükettiğini göstermektedir. Zümra’nın ifadesi, medya psikolojisi bağlamında sıkça başvurulan yaklaşımlardan, Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı (Uses

and Gratifications Theory)²⁴ kapsamında değerlendirildiğinde, katılımcıların medya araçlarını yalnızca bilgi edinmek için değil; aynı zamanda duygusal rahatlama, eğlence ve sosyal etkileşim gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullandıkları anlaşılmaktadır. Metehan ve Kerem'in ifadeleri ise sosyal medya kullanımının en yaygın nedenlerinden biri olan hedonik motivasyonları yansıtmaktadır.²⁵ Özellikle Metehan'ın ifadesinde, sosyal medya kullanımında içsel motivasyonun baskın olduğu anlaşılmaktadır. Bu tür kullanım, bireylerin stres atma, rahatlama ve günlük yaşamın monotonluğundan kaçma ihtiyaçlarıyla da ilişkilendirilebilir.²⁶

Defne'nin ifadesinde ise sosyal medyanın estetik ve hoş zaman geçirme yönleri ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, Defne'nin sosyal medya deneyimi, pozitif duygusal geri bildirim sağlama işleviyle de değerlendirilebilir.²⁷ Dolayısıyla katılımcı ifadeleri genel olarak hedonik, zaman geçirme, dikkat dağıtma, boşluk doldurma ve kısmen bilgi edinme güdülleri ile örtüşmektedir. Bu bulgular, sosyal medya kullanım motivasyonlarının sadece iletişimsel değil, aynı zamanda psikolojik ihtiyaçları karşılama bağlamında da ele alınması gerektiğini göstermektedir. Yapılan bir araştırmada, gençlerin sosyal medyayı öncelikli olarak eğlence (10 kişi), boş vakit geçirme (7 kişi), haber takibi (5 kişi), bilgi edinme (4 kişi), arkadaşları takip etme (4 kişi), video izleme (3 kişi), müzik dinleme (5 kişi), içerik paylaşma (4 kişi), yeni arkadaş edinme (1 kişi) ve mesajlaşma (1 kişi) amacıyla kullandığı tespit edilmiştir.²⁸ Araştırma bulguları, önceki çalışmalarla tutarlılık göstermekte ve gençlerin sosyal medyayı ağırlıklı olarak eğlence ve boş zaman değerlendirme amacıyla kullandığını doğrulamaktadır.

Alt Tema 2. Eğitim ve Haber Takibi

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarını belirtirken kullandıkları ifadeler incelendiğinde, "haber" (5 kişi), "bilgi" (3 kişi),

²⁴ Elihu Katz vd., "Utilization of Mass Communication by the Individual", *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, ed. Jay G. Blumler vd. (Beverly Hills: Sage Publications, 1974), 19-31.

²⁵ Richard M. Ryan ve Edward L. Deci, "Self-regulation and the problem of human autonomy: Does psychology need choice, self-determination, and will?", *Journal of Personality*, 74/6 (2006), 1557-1586.

²⁶ Kagan Kircaburun, "Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents", *Journal of Education and Practice*, 7/24 (2016), 64-72.

²⁷ Guosong Shao, "Understanding the Appeal of User-generated Media: A Uses and Gratification Perspective", *Internet Research* 19/1 (2009), 7-25.

²⁸ Mehmet R. Yıldızgörü, "Sosyal Medyaya Yönelik Güvenilirlik Algısının Bilgi Paylaşma Davranışıyla İlişkisi", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32 (2019), 367.

“gündem” (3 kişi), “eğitim” (4 kişi) kodlamalarının vurgulandığı görülmektedir. Bu bağlamda, bazı katılımcılar sosyal medya kullanım amaçlarını “eğitim ve haber takibi” alt teması kapsamında aşağıdaki ifadelerle aktarmıştır.

“Açıkçası ben çok fazla fenomenleri takip etmiyorum. KPSS çalıştığım için genellikle eğitim içerikli hesapları takip ediyorum.” Zümra

“Sosyal medyayı yeni bilgi edinmek ya da trendleri takip etmek, vakit geçirmek yani boş zamanımı doldurmak ya da merak ettiğim birileri ya da hayatını takip ettiğim içerik üreticileri hakkında bilgi almak için kullanıyorum.” Elisa

“WhatsApp’ı ailemle ve sınıf arkadaşlarımla iletişim amaçlı; Twitter/X ve Instagram’ı ise genellikle gündemden haberdar olmak için; Facebook’u da beslediğim güvercinlerle ilgili olarak alış-satış amacıyla kullanıyorum.” Kerem

“YouTube’dan manevi açıdan bilgi edinmeye çalışıyorum. Instagram ve Telegram’dan ise mesleğimle alakalı içerik paylaşımı yapan yerleri bilgi edinmek için takip ediyorum.” Eymen

Katılımcı ifadeleri incelendiğinde, sosyal medyanın yalnızca eğlence ve zaman geçirme amacıyla değil; aynı zamanda bilgi edinme, gündemi takip etme, mesleki gelişim, iletişim kurma ve dinî-manevî içeriklere ulaşma gibi çok yönlü motivasyonlarla kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, literatürde yapılan diğer çalışmaların sonuçlarıyla da örtüşmektedir.²⁹ Zümra’nın ifadesi, sosyal medya kullanımında hedef odaklı bilgi arayışına işaret etmektedir. Bu tür bir kullanım, medya aracının öğrenme ve gelişim amaçlı bir araç olarak kullanıldığını göstermekte; bireyin medya tüketiminde içsel motivasyon ve kişisel gelişim güdülerini öne çıkarmaktadır.³⁰ Elisa ise, sosyal medyanın çok yönlü işlevselliğine dikkat çekmektedir.

Psikolojik etki kuramları içerisinde yer alan Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı’na göre bireyler medya araçlarını yalnızca bilgi için değil, merak, sosyal karşılaştırma, ve trendleri takip etme gibi psikolojik ihtiyaçlarını

²⁹ Bilal Yorulmaz, “Sosyal Medyada İrşad ve Tebliğ Faaliyetleri: Tehlikeler ve Tedbirler”, *İslam’da Tebliğ, Davet ve İrşad* (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2022), 244; Saniye Vatandaş, “Dindar Kimliğinin İnternete/Sosyal Medyaya İlişkin Tutum ve Algılara Etkisi”, *İslam ve Yorum Temel Tartışmalar, İmkânlar ve Sorunlar II*, İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, Ankara 2018, 82.

³⁰ Shao, “Understanding the Appeal of User-generated Media: A Uses and Gratification Perspective”, 7-25; Zizi Papacharissi ve Alan M. Rubin, “Predictors of Internet use”, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44/2 (2000), 175-196.

gidermek amacıyla da kullanılmaktadırlar.³¹ Elisa'nın söylemi, bireylerin sosyal medya aracılığıyla hem bilgi hem de sosyal tatmin sağlama çabasını ortaya koymaktadır. Kerem'in ifadesi, sosyal medya platformlarının işlevsel farklılaşmasına işaret etmektedir. Bu kullanım biçimi, bireylerin her platformu farklı amaçlarla konumlandığını ve ihtiyaca göre bir seçim yaptıklarını göstermektedir. Rains ve Brunner,³² bireylerin dijital ortamda içerik türü ile platform uyumuna dikkat ettiğini ve bu tercihlerin kullanıcı davranışlarını şekillendirdiğini vurgular.

Eymen'in ifadesi ise, katılımcıların sosyal medya platformlarını yalnızca seküler bilgi için değil, aynı zamanda manevi ve dini içeriklere ulaşmak için de kullandığını göstermektedir. Özellikle genç bireylerde dijital ortamın bir maneviyat kaynağı haline geldiği ve bu alanın dijital maneviyat bağlamında yeniden tanımlandığı görülmektedir.³³ Eymen'in Telegram ve Instagram gibi mecraları mesleki bilgi edinme amacıyla kullanması da, sosyal medya araçlarının sadece tüketim değil, profesyonel gelişim bağlamında da anlamlı hale geldiğini göstermektedir. Bu veriler ışığında, sosyal medya kullanım motivasyonlarının çok boyutlu ve bağlamsal olduğu, bireylerin yaş, meslek, ilgi alanı ve gündelik ihtiyaçlarına göre bu platformlara farklı roller yüklediği sonucuna ulaşılabilir. Bu durum, sosyal medya araçlarının bireysel ve toplumsal düzeydeki işlevselliğini anlamak açısından önemlidir.

Alt Tema 3. İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya

Araştırmadaki bazı katılımcıların sosyal medya kullanım nedenlerini belirtirken "iletişim" (6 kişi), "mesajlaşma" (4 Kişi) ve "takip" (11 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların bazılarının sosyal medya kullanım amaçlarını "iletişim aracı olarak sosyal medya" alt teması dâhilinde ifadeleri şu şekildedir:

"Sosyal medya hesaplarını genel olarak haber takibi, arkadaşlarla iletişim ve eğlence amaçlı kullanıyorum." Zümra

"Instagramı, günlük hayatta çok sık haberleşemediğim arkadaşlarımı takip etmek için kullanıyorum." Eymen

"Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişim için tercih ediyorum." Alparslan

Araştırma bulguları, sosyal medya platformlarının katılımcılar

³¹ Thomas E. Ruggiero, "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", *Mass Communication & Society* 3/1 (2000), 3-37.

³² Stephen A. Rains ve Steven R. Brunner, "The Outcomes of Broadcasting Self-disclosure Using New Communication Technologies: Responses to Disclosure Vary Across One's Social Network", *Communication Research* 45/5 (2018), 659-687.

³³ Ruth Tsuria ve Heidi A. Campbell, "Introduction to the Study of Digital Religion", *Digital Religion*, ed. Heidi A. Campbell vd. (New York: Routledge, 2021), 1-21.

arasında yalnızca bilgi aktarımı sağlayan araçlar olmanın ötesine geçerek, aktif sosyal etkileşim alanları olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Katılımcılar, bu platformları sadece eğlence ya da gündem takibi amacıyla değil; aynı zamanda arkadaşlık ilişkilerini sürdürmek, duygusal bağlar kurmak ve aidiyet hissetmek gibi daha derin sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamak için de kullanılmaktadırlar. Bu da sosyal medyanın bireyler için yalnızca içerik tüketme mecrası değil, aynı zamanda etkileşimsel bir deneyim alanı olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla katılımcılar, aynı platformu hem bilgi edinme (ör. haber takibi), hem duygusal rahatlama (ör. eğlence) hem de sosyal bağlılık (ör. arkadaşlarla iletişim) gibi farklı ihtiyaçlar için eşzamanlı olarak kullanabilmektedir. Bu durum, çok işlevli medya kullanımı (multi-purpose use) şeklinde kavramsallaştırılmıştır.³⁴ Bu kavram, bireylerin medya araçlarını kullanırken tek bir hedefle değil, çok sayıda güdüyle hareket ettiklerini; dolayısıyla medya kullanımının bağlamsal ve çok katmanlı bir yapı sergilediğini ifade eder.

Katılımcıların sosyal medya kullanım biçimleri, bireysel psikososyal ihtiyaçların karşılandığı, hem kişisel hem sosyal doyumun sağlandığı çok yönlü dijital deneyimlere işaret etmektedir. Bu deneyimler, bireyin kimlik geliştirme, sosyal onay arayışı, yalnızlık duygusunu azaltma gibi psikolojik süreçleriyle de doğrudan ilişkilidir. Sosyal medya böylece modern birey için yalnızca bir iletişim aracı değil; aynı zamanda sosyal bağlantıları sürdürme, güncel kalma ve çevrimiçi dünyada var olma çabalarının da bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Özellikle gençler ve öğrenciler arasında bu çok boyutlu kullanım örüntüleri, dijital alanın günlük yaşamla ne denli iç içe geçtiğini ve bireylerin dijital araçları kendi yaşam gerçekliklerine nasıl entegre ettiğini açıkça göstermektedir.

Tema 2. Dinî Algılar ve Helal-Haram Kavramları

Bu temada, katılımcıların dini inançları ve helal-haram kavramlarına dair algıları incelenmiş, sosyal medya kullanımına yansımaları analiz edilmiştir. Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda; dinî inanç (2 kişi), namaz (6 kişi), oruç (3 kişi), Kur'an okuma (2 kişi), ibadet (4 kişi), tesettür (2 kişi), helal gıda (5 kişi), kötü alışkanlık (4 kişi), kaçınma/uzak durma (4 kişi), inanç (3 kişi), hassasiyet (3 kişi), değerler (3 kişi), içerik (9 kişi) ve dikkat (6 kişi) kodları belirlenmiştir. Belirlenen kodlar temel alınarak, "dinî kurallara

³⁴ Anabel Quan-Haase ve Alyson L. Young, "Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging", *Bulletin of Science, Technology & Society* 30/5 (2010), 350-361.

bağlılık”, “helal-haram algısının günlük hayattaki rolü” ve “sosyal medyada helal ve haramın temsili” alt temaları oluşturulmuştur. Araştırmanın bu bölümünde, belirlenen alt temalara ilişkin bulgular mevcut çalışmalar ışığında değerlendirilmiştir.

Alt Tema 1. Dinî Kurallara Bağlılık

Bu alt tema, katılımcıların sosyal medya kullanımındaki dini hassasiyetlerine geçmeden önce, fiziksel dünyada dine yaklaşımlarını ve dini kurallara, helal-haram kavramlarına bakış açılarını anlamayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, katılımcıların dini inançlarını nasıl deneyimledikleri ve bu inançları günlük yaşamlarına nasıl yansıttıkları incelenmiştir. Elde edilen bulgular, katılımcıların dinî kurallara riayet etme düzeylerinin farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Katılımcılar, dini inançlarını çeşitli pratiklerle ifade ettiklerini belirtmiş ve bu bağlamda katılımcıların “dinî inanç” (2 kişi), “namaz” (6 kişi), “oruç” (3 kişi), “Kur’an okuma” (2 kişi), “ibadet” (4 kişi) ve “tesettür” (2 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların din ve helal-haram kavramlarına ilişkin algılarının anlaşılması yönünde *“dinî kurallara bağlılık alt teması”* altında değerlendirilen ifadeleri şu şekildedir:

“Beş vakit namazımı kılmaya dikkat ediyorum; abdestsiz dolaşmamaya çalışıyorum, çünkü bu şekilde gezdiğimde rahatsız hissediyorum. İçimden geldiği zamanlarda namaz kılamadığımda huzursuz oluyorum ama içimden geldiğinde doya doya kılmanın keyfini yaşıyorum. Kur'an okumaya özen gösteriyorum; okurken, dinlerken huzur buluyorum.” Eymen

“Dinî inanca uzak değilim ama sıkı bir bağlılığım da yok. Ne sekülerim ne de aşırı muhafazakârım. Namazın önemini bilsem de düzenli kılamıyorum.” Asel

“Elimden geldiğince dinî sorumluluklarımı yerine getirmeye gayret ediyorum. Namazıma dikkat ettiğim gibi, tesettürüme de özen gösteriyorum.” Defne

“Dindarlığı ve maneviyatı tek bir kalıba sığdırmak zor; tam anlamıyla dinî gereklilikleri yerine getiremiyorum ama elimden geldiğince manevi yönümü güçlendirmeye çalışıyorum.” Elisa

Katılımcıların ifadeleri, dinî kurallara bağlılık düzeylerinin farklılaştığını ve bireysel inanç deneyimlerinin çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda yapılan analiz, katılımcıların çoğunluğunun dinî sorumluluklarını ritüel düzeyde düzenli olarak yerine getirmeye çalıştığını, bazılarının ise daha esnek ve bireyselleştirilmiş bir dindarlık yaklaşımı

benimsediğini göstermektedir. Eymen ve Defne'nin ifadeleri, dinî pratiklerin günlük yaşamla bütünleştiği, ibadetlerin belirli bir düzende yerine getirildiği ve dinî kurallara karşı sorumluluk bilincinin yüksek olduğu bir inanç yapısına işaret etmektedir. Eymen, beş vakit namaza dikkat ettiğini, abdestsiz dolaşmamaya özen gösterdiğini ve Kur'an okumanın kendisine huzur verdiğini ifade etmektedir. Bu yaklaşım, hem şekilsel hem de duygusal yönü güçlü bir bağlılığa işaret etmektedir. Benzer şekilde Defne de namaza ve tesettüre dikkat ettiğini belirtmekte, bu yönüyle dinî sorumluluklarını görünür bir yaşam tarzı biçiminde sürdürdüğünü göstermektedir. Her iki katılımcı da dinî kimliğini hem bireysel hem toplumsal düzeyde istikrarlı bir şekilde ifade etmektedir.

Asel'in ifadesi, bu iki katılımcıdan farklı olarak, daha belirsiz ve esnek bir dinî duruşu yansıtmaktadır. Kendini ne seküler ne de muhafazakâr olarak tanımlayan Asel, dinî ritüellerin farkında olmakla birlikte, bunları düzenli olarak yerine getirmedeğini ifade etmektedir. Bu durum, modern bireylerde sıkça görülen inanç-pratik uyumsuzluğunun ve kimlik arayışının bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Elisa'nın yaklaşımı ise diğer katılımcılardan belirgin şekilde farklılık göstermektedir. Elisa, dinî gereklilikleri eksiksiz yerine getiremediğini belirtmekle birlikte, maneviyatını güçlendirmeye odaklandığını ifade etmektedir. Dindarlığı kalıplara sığdırmayan, içsel yönü önceleyen bu anlayış, postmodern bireylerde yaygınlaşan bireyselleştirilmiş ve biçimden ziyade anlam merkezli bir maneviyat yaklaşımını yansıtmaktadır.

Çalışma örnekleminin dinî duyarlılığı yüksek bireylerden oluşması, elde edilen verilerin genellenebilirliğini sınırlamakla birlikte; bu bulgular, gençlerin dinî yaşantılarında bireyselleşmeye ve geleneksel normlardan uzaklaşmaya yönelik eğilimlerin vurgulandığı mevcut literatürle karşılaştırmalı bir değerlendirme yapma imkânı sunmaktadır. Nitekim literatürdeki araştırmalar, gençlerin dini yaşantılarında değişimlerin yaşandığını, dini uygulamalara bağlılığın bireysel tercihlere göre farklılık gösterdiğini ve geleneksel normlardan uzaklaşarak daha bireyselleşmiş bir din anlayışına yöneldiklerini ortaya koymaktadır.³⁵ Dini değerler, gençler tarafından bilişsel düzeyde hâlâ saygı görmeye devam etse de, bireylerin dini otoriteden bağımsız bir yaklaşım benimsedikleri ve eklektik (seçmeci) bir

³⁵ Mehmet Zavalsız, "Üniversite Gençliğinde Dinî Bireyselleşme ve Eklektik İnanç Eğilimleri: Sosyo-Kültürel Faktörlerin Etkisi", *Din Psikolojisi Çalışmaları Dergisi*, 15/1 (2023), 47-69; Ahmet Aslan, "Genç Yetişkinlerin Din ve Dindarlık Anlayışları Üzerine Nitel Bir Araştırma", *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 11/1 (2024), 487-540.

dini tutum geliştirdikleri gözlemlenmektedir.³⁶ Özellikle üniversite gençliği arasında İslam'a olan inanç düzeyi yüksek olsa da, bireylerin dinle ilişkilerinde dinamik bir değişim yaşandığı ve Z kuşağının geleneksel dini normları daha fazla sorguladığı ve inançlarını yeniden değerlendirdiği görülmektedir.³⁷ Bu kapsamda, dini kurallara bağlılık bireyler arasında farklılık gösterse de, gençlerin dinî yaşantılarının modern sosyal dinamiklerle etkileşim içinde olduğu ve zamanla değişim geçirdiği ifade edilebilir.

Alt Tema 2. Helal-Haram Algısının Günlük Hayattaki Rolü

Bu alt temada, katılımcıların helal ve haram algılarının günlük yaşamlarına nasıl yansıdığı incelenmiştir. Katılımcıların bireysel tercihleri, dini hassasiyetleri ve etik değerleri doğrultusunda helal ve haram kavramlarını nasıl içselleştirdikleri ve bu doğrultuda nasıl hareket ettikleri analiz edilmiştir. Bu çerçevede, araştırmadaki katılımcıların günlük yaşamlarında helal ve haram kavramlarının görüngülerini "helal gıda" (5 kişi), "kötü alışkanlık" (4 kişi), "uzak durma/kaçınma" (4 kişi) ve "tesettür" (2 kişi) kod ifadeleri ile belirttikleri görülmektedir. Katılımcıların din ve helal-haram kavramlarına ilişkin algılarının anlaşılması yönünde "helal-haram algısının günlük hayattaki rolü" alt teması kapsamında ifadeleri aşağıda verilmiştir.

"Helal, benim için güzel ve iyi olan her şeydir. Haram ise insanların bakış açısına ve yaşadıkları çevreye göre farklı algılanabiliyor. Tesettür gibi bazı haramlar toplumda tolere edilirken, muhafazakâr ve seküler çevrelerde haram anlayışı değişebiliyor. Ancak sonuçta haramın küçük ya da büyük diye ayrılması gerektiğini düşünüyorum." Defne

"Dinî inancım günlük yaşantımı etkiliyor; özellikle yeme içme konusunda helal-haram hassasiyetim var. İçeriğinden emin olmadığım yiyecekleri tüketmiyorum, şüpheli malzemeleri ayıklamaya çalışıyorum." Elisa

"Kendimi korumak adına haramlardan uzak durmaya özen gösteriyorum. Dolayısıyla, haramlardan ve kötü alışkanlıklardan uzak kalmak, bana fayda sağlıyor. Bu sayede günlerim daha huzurlu geçiyor." Eymen

"Helal ve haram kavramlarına göre hareket etmeye çalışıyorum. Bazı arkadaşlarımızın rahatça giyinebildiği ortamlarda kendimi kontrol etmeye, kötü sözlerden kaçınmaya ve dedikodu gibi haramlardan uzak

³⁶ Zavalsız, "Üniversite Gençliğinde Dinî Bireyselleşme ve Eklektik İnanç Eğilimleri: Sosyo-Kültürel Faktörlerin Etkisi", 47-69.

³⁷ Ayşe Elmalı-Karakaya vd., "Türkiye'de Üniversite Gençliğinin İslam Dinine İnanma Düzeylerine Bakış: Literatür Taraması", Dergiabant, 11/2 (2023), 282-297.

durmaya özen gösteriyorum.” Göktuğ

Katılımcıların neredeyse tamamı, helal kavramını yapılması uygun olan, haram kavramını ise kaçınılması gereken ve dinen yasaklanmış şeyler olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlar, İslami öğretilerin bireyler üzerinde genel bir çerçeve oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan katılımcı ifadeleri, helal ve haram kavramlarının günlük yaşamda nasıl içselleştirildiğinin toplumsal cinsiyet bağlamında farklılaştığını ortaya koymaktadır. Kadın katılımcılar, özellikle tesettür, gıda tercihi ve sosyal görünürlük gibi alanlarda dinî hassasiyetlerini daha ayrıntılı ve deneyim temelli biçimde ifade ederken; erkek katılımcılar ise daha çok bireysel sorumluluk, normatif kuralcılık ve ibadet merkezli bir yaklaşımla hareket etmektedir. Bu fark, toplumsal cinsiyet rollerinin dinî pratiklerin hem algılanışında hem de uygulanışında etkili olduğunu göstermektedir. Yapıcı'nın³⁸ Türk toplumunda dindarlık farklılaşmasına dair meta-analiz çalışması da bu durumu desteklemekte; kadınların dinî tutum ve davranışlarının daha görünür, toplumsal ve duygusal bir boyut taşıdığı, erkeklerin ise dini daha çok görev ve sorumluluk çerçevesinde değerlendirdiği bulgusuna ulaşmaktadır. Bu bağlamda, helal ve haram yalnızca dinî sınırların göstergesi değil, aynı zamanda bireylerin toplumsal kimliklerini inşa ettikleri bir değerler sistemi olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcılar, dinî kuralları yalnızca bir zorunluluk olarak değil, aynı zamanda yaşamlarını anlamlandırmada bir rehber olarak değerlendirmektedir. Bu durum, helal ve haram kavramlarının yalnızca inanç düzeyinde değil, gündelik yaşam pratiklerinde ve sosyal medya kullanımlarında da belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Çalışmamızda elde edilen veriler, katılımcıların helal-haram algılarının yalnızca soyut bir inanç düzeyinde kalmayıp, bireysel davranışlardan sosyal ilişkilere kadar pek çok alanda etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, helal ve haram hassasiyeti katılımcıların hem bireysel hem de toplumsal yaşamlarında önemli bir referans noktası işlevi görmektedir.

Alt Tema 3. Sosyal Medyada Helal ve Haramın Temsili

Bu alt temada, katılımcıların sosyal medya ortamında helal ve haram kavramlarını nasıl algıladıkları ve bu doğrultuda nasıl bir tutum sergiledikleri incelenmiştir. Katılımcıların inançları, dini hassasiyetleri ve etik değerleri doğrultusunda sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl değerlendirdikleri ve bu içeriklere yönelik tepkileri analiz edilmiştir. Bu

³⁸ Asım Yapıcı, "Türk Toplumunda Cinsiyete Göre Dindarlık Farklılaşması: Bir Meta-Analiz Denemesi", *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 17/2 (2012), 19-24.

çerçevede, katılımcıların “inanç” (3 kişi), “hassasiyet” (3 kişi), “değerler” (3 kişi), “içerik” (9 kişi) ve “dikkat” (6 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların din ve helal-haram kavramlarına ilişkin algılarının anlaşılmasına dair “sosyal medyada helal ve haramın temsili” alt teması kapsamındaki ifadeleri şu şekildedir:

“Sosyal medyada Allah’ın rızasına uygun ve faydalı içerikleri paylaşmanın sevap kazandıracağına inanıyorum. Ancak yanlış bilgileri yaymak zararlı olabilir, bu yüzden helal ve haram konularında dikkatli olunması gerektiğini düşünüyorum.” Alparslan

“Sosyal medyada helal ve haram kavramlarına dikkat etmeye çalışıyorum. Tesettüre tam uymayan paylaşımların haram olduğunu düşünüyorum, ancak kendi paylaşımlarımda buna tam riayet edemediğimin de farkındayım. Nefsime yenik düştüğüm anlar oluyor. Sosyal medyanın insanları harama sürükleyebileceğini düşünsem de, faydalı içeriklerin helal sayılması gerektiğine inanıyorum.” Defne

“Sosyal medya kullanımında dinî inançlarımı gözetiyor, helal-haram sınırlarına dikkat ediyorum. Cinsel içerikli veya ahlaki değerlere aykırı paylaşımları engelliyor, dinî hassasiyetleri olan kişileri takip etmeyi tercih ediyorum. Kıyafet seçimlerimde de dikkatli davranarak vücut hatlarımı belli etmeyen fotoğraflar paylaşıyorum. Dinî bağlılığı olan herkesin sosyal medyada da bu hassasiyeti göstermesi gerektiğine inanıyorum.” Elisa

“Sosyal medyanın dinî inançlarım üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu düşünüyorum. Bence bir Müslüman, sosyal medyada özel hayatını bu kadar fazla paylaşmamalı. Ben sosyal medya kullandığım sürece asla yemek paylaşmadım, çünkü insanın nefsi var ve onu çekebilir, bu da günah olabilir.” Zümra

Katılımcıların ifadeleri, sosyal medya kullanımında dinî inançlarına uygun hareket etmeye özen gösterdiklerini ve içerikleri helal-haram bağlamında değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır. Bu süreçte sosyal medya deneyimleri yalnızca bireysel tercihlere değil, aynı zamanda ahlaki ve dinî değerlere dayalı olarak şekillenmektedir. Özellikle çıplaklık, cinsellik, madde kullanımı ve kumar gibi içeriklerden uzak durma konusunda belirgin bir hassasiyet gözlemlenmiştir. Katılımcılar, bu tür içerikleri paylaşan hesapları takip etmeyi bırakmakta veya engellemektedir. Bu davranışlar, bireylerin sosyal medyada dinî-ahlaki bir filtre mekanizması geliştirdiklerine

işaret eder.³⁹

Toplumsal cinsiyet bağlamında ise kadın katılımcıların dini hassasiyetleri daha somut biçimde ifade ettikleri görülmektedir. Kadınlar, kıyafet seçimi, fotoğraf paylaşımı, tesettür gibi konularda detaylı açıklamalar yaparken; erkek katılımcılar daha çok içerik doğruluğu, bilgi paylaşımı ve haram içeriklerden kaçınma gibi soyut alanlarda hassasiyet göstermektedir. Bu durum, kadınların sosyal medyada beden temsiline dair daha fazla dini ve toplumsal denetime maruz kaldığını göstermektedir. Kadınların sosyal medya kullanımlarında dinî kimliklerini koruma çabaları, aynı zamanda toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında görünürlüğün sınırlarını da ortaya koymaktadır.⁴⁰ Dolayısıyla, sosyal medya bireyler için yalnızca iletişim kurma ve eğlenme aracı olmaktan öte, inançların yeniden üretildiği, görünürlüğün müzakere edildiği ve ahlaki pratiklerin sergilendiği bir alan hâline gelmektedir. Helal ve haram gibi dinî kavramlar dijital yaşamın da bir parçası hâline gelirken, bu kavramların yorumu toplumsal cinsiyet ve kültürel bağlamlara göre farklılaşmaktadır.⁴¹

Bununla birlikte, bazı katılımcılar sosyal medyada dinî değerlere ters düşen içeriklerle karşılaşmanın değer çatışmasına neden olduğunu ifade etmektedir. Çok kültürlü bir yapıya sahip olan sosyal medya ortamında, inançlarına uygun içerik tüketmeye çalışan bireyler zaman zaman zorluk yaşamaktadır. Öte yandan, katılımcılar sosyal medyada dinî içeriklerin artırılması gerektiğini de vurgulamaktadır. Benzer bir vurgu, çeşitli araştırmalarda da dikkat çekmektedir. Örneğin, bazı çalışmalarda dinî içerikler üreten fenomenlerin genç Müslümanlara ilham verdiği saptanmıştır.⁴² Bu bağlamda Shelina Janmohammed'in tanımladığı "M Nesli" dikkat çekicidir. M Nesli, hem modern teknolojilere hâkim hem de dinî değerlere bağlı bir gençlik profili sunar. Bu kuşak, sosyal medyayı aktif biçimde kullanarak helal tüketim, etik yaşam ve inanca dayalı kimliklerini görünür kılma çabasıdadır. Dijital platformlar, bu nesil için hem bir meydan

³⁹ Heidi A. Campbell, "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society", *Journal of the American Academy of Religion* 80/1 (2012), 64-93.

⁴⁰ Zeynep B. Özçelik, Müslüman Kadın ve Sosyal Medya-Başörtülü Dindar Kadınların 'Mahremiyet' Algılarındaki Değişimin Sosyal Medya Örneği Üzerinden İncelenmesi (Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi 2016), 58-62.

⁴¹ Emma Baulch ve Alila Pramiyanti, "Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman", *Social Media+ Society* 4/4 (2018), 1-9.

⁴² Bouziane Zaid vd., "Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices", *Religions*, 2022, 13(4), 335; Rizki A. Sholihah ve Dawam M. Rohmatulloh, "Morning Slaps' Da'wah: A Study on @taqy_malik Instagram Account Registers", *Intellectual Discourse*, 31/2 (2023), 551-574.

okuma hem de kimlik inşası için bir fırsat sunmaktadır.⁴³

Genel olarak katılımcılar, sosyal medya kullanımında dinî sorumlulukları gözetmeye çalıştıklarını belirtmektedir. Ancak bazı durumlarda, bireysel inançlarla dijital pratikler arasında çatışmalar yaşandığı da görülmektedir. Bu durum, helal ve haram algısının yalnızca bireysel vicdanla sınırlı olmadığını; aynı zamanda toplumsal normlar ve dijital içerik dinamikleriyle de şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Tema 3. Helal-Haram Algısının Sosyal Medya Pratiklerine Etkisi

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarına dinî ne yönde nüfuz ettiğini anlamak üzere kendilerine açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların bu sorulara verdiği yanıtlarda “dinî inanç” (4 kişi), “dinî içerik” (5 kişi), “dinî hassasiyet” (3 kişi), “cinsel içerik” (5 kişi), “şikâyet etme” (3 kişi), “engelleme” (4 kişi), “dinî” (5 kişi), “içerik” (5 kişi), “dikkat” (4 kişi), “takip” (6 kişi), “zaman” (4 kişi), “dikkat dağınıklığı” (3 kişi) ve “olumsuz” (3 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Elde edilen veriler kapsamında “sosyal medyada dinî bilinç”, “sosyal medyada dinî kaygılar” ve “sosyal medyanın ibadetlere etkisi” alt temaları oluşturulmuştur. Araştırmanın bu bölümünde, belirlenen alt temalara ait bulgular alan yazın temel alınarak değerlendirilmiştir.

Alt Tema 1. Sosyal Medyada Dinî Bilinç

Bu alt temada, katılımcıların sosyal medya kullanımında dini bilincin nasıl şekillendiği ve ne ölçüde etkili olduğu incelenmiştir. Katılımcıların dini inançları, dini içeriklere yönelik ilgileri ve dini hassasiyetleri doğrultusunda sosyal medya platformlarında nasıl bir tutum sergiledikleri analiz edilmiştir. Bu kapsamda, katılımcıların “dinî inanç” (4 kişi), “dinî içerik” (5 kişi) ve “dinî hassasiyet” (3 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya kullanımlarında dinî etkisini anlamak üzere ele alınan “sosyal medyada dinî bilinç alt teması” bağlamındaki ifadelerine aşağıda verilmiştir.

“Allah’ın ayetlerini, Kur’an ayetlerini paylaşan hesaplar var ve hep arkasına çok güzel bir fon müziği ekliyorlar. Bu tarz hesapları beni namaz kılmaya teşvik etsin diye takip etmeye meyilli oluyorum.” Asel

“Dinî içerikli sayfaları takip etmeyi seviyorum ve hitap tarzı beni etkilediğinde takip etme eğiliminde oluyorum. Ancak, ayet veya hadislerin doğruluğunu kontrol etmeye fazla odaklanmıyorum.” Defne

⁴³ Shelina Janmohammed, *M Nesli Yeni Müslüman Gençlik*, çev. Esin Kızılelma (İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2018).

“Sosyal medyada dinî bilincin önemli olduğunu düşünüyor, dinî içerikli hesapları seçerken dikkat ediyorum. Helal-haram kavramlarına özen göstererek paylaşımlar yapıyor, özellikle cuma günleri dinî hassasiyetlerimi ifade ediyorum. İnsanların inançlarına uygun hareket edebilmesi ve yanıltıcı içeriklerden kaçınabilmesi için dinî değerlere dikkat edilmesi gerektiğine inanıyorum.” Göktuğ

Bazı katılımcıların, özellikle Ramazan ayı ve diğer mübarek gün ve gecelerde sosyal medya üzerinden dinî içerikler paylaşarak dinî kimliklerini görünür kılmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır. Bu paylaşımların, benzer inançlara sahip kişiler arasında bir topluluk hissi oluşturduğu ve aralarındaki manevi bağı güçlendirdiği söylenebilir. Diğer yandan, katılımcıların bir kısmının dinî içerikli sayfaların güvenilirliğini sorgulamadan takip ettiği dikkat çekmektedir. Bu durum, bazı katılımcıların kaynak güvenilirliğini değerlendirme konusunda yeterince eleştirel bir yaklaşım sergilemediğini göstermektedir. Bu tutum, yanlış veya eksik bilgilerin hızla yayılmasına neden olabileceği gibi, bireylerin dini anlayışlarını şekillendiren içeriklerin doğruluğunu sorgulamadan kabul etmelerine de yol açabilir. Önceki bir çalışmada da dinî içerikli hesapların kaynağı ve güvenilirliği sorgulanmaksızın paylaşıldığı tespit edilmiştir.⁴⁴

Elde edilen bulgular, katılımcıların sosyal medyada helal ve haram kavramlarına genel olarak önem verdiğini ve paylaşımlarının ahlaki değerlerle uyumlu olmasına özen gösterdiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların dini inançlarını yalnızca fiziksel dünyada değil, dijital ortamda da koruma ve sürdürme çabası içinde oldukları görülmektedir. Bu durum, sosyal medyada dini ve etik prensiplere uygun davranmanın katılımcılar için önemli bir ölçüt olduğunu ve dini hassasiyetin dijital platformlarda da sürdürüldüğünü göstermektedir. Ayrıca, helal ve haram algısının sadece bireysel pratikleri değil, dijital paylaşımları da şekillendirdiği söylenebilir. Örneğin, Göktuğ içerik seçimlerinde dinî hassasiyetlerini gözeterek etik ilkelere bağlı kalmaktadır. Dolayısıyla, bu tutum, katılımcıların sosyal medyada dinî bilinçlerini yansıtarak çevrelerine örnek olma isteği şeklinde değerlendirilebilir.

Katılımcıların ifadeleri bir bütün olarak incelendiğinde, sosyal medyanın dinî kimliğin ifade edilmesi, topluluk bağlarının sürdürülmesi ve dinî değerlerin yansıtılması açısından ne denli önemli bir araç olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar, çevrimiçi etkileşimlerin bireylerin dinî

⁴⁴ Recep Emin Gül, “Sosyal Medyada Hadis Kullanımı (Facebook ve Twitter Üzerinde)”, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30 (2016), 162-182.

kimliklerini ifade etme ve topluluk bağlarını güçlendirme açısından ne kadar önemli olduğuna işaret etmektedir. Özellikle dijital platformların sunduğu destekleyici ortam, bireylerin dinî inanç ve değerlerini daha rahat bir şekilde paylaşımlarını sağladığı söylenebilir. Örneğin, Campbell ve Garner'ın⁴⁵ çalışması, çevrimiçi dinî toplulukların sadece bireyler arasında sosyal bağları kuvvetlendirmekle kalmayıp aynı zamanda bireylerin dinî kimliklerini destekleyen ve güçlendiren bir alan sunduğunu ortaya koymuştur. Bu açıdan bakıldığında, çevrimiçi etkileşimlerin dinî kimliklerin korunması ve kolektif bir inanç sisteminin sürekliliği açısından oldukça önemli bir rol oynadığı söylenebilir.

Alt Tema 2. Sosyal Medyada Dinî Kaygılar

Bu alt temada, katılımcıların sosyal medya kullanımında dini inançlarına yönelik kaygıları ele alınmıştır. Katılımcıların, ahlaki ve dini değerlere aykırı içeriklerle karşılaşmaları, bu içeriklere verdikleri tepkiler ve dijital ortamda manevi hassasiyetlerini koruma yöntemleri analiz edilmiştir. Bu çerçevede katılımcıların “cinsel içerik” (5 kişi), “şikâyet etme” (3 kişi), “engelleme” (4 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların sosyal medyada dinî inançlarına yönelik kaygılarının incelendiği “sosyal medyada dinî kaygılar” alt teması kapsamındaki katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

“Son zamanlarda LGBT hesaplarının sayısı artış gösterdi. Dinî inancımın dolayısı bu konulara karşı bir duruş sergiliyorum ve bu nedenle şikâyet ediyorum. Zaman zaman hoşuma gitmeyen kapalı kadınların paylaşımlarını da görüyorum, bunlarla ilgili de şikâyetlerim oluyor.” Asel

“Dinî öğretilerime göre helal ve haram konularına özen gösteriyorum. Sosyal medyada bazı haramların helal gibi sunulabildiğini düşünüyorum, bu yüzden dikkatli olunması gerektiğine inanıyorum. Normal hayatta helal bulmadığımız şeylere sosyal medyada da dikkat etmeliyiz.” Alparslan

“Farklı içeriklerin yer aldığı sosyal medya ortamında, cinsel içerikli, ahlaka aykırı veya dinî değerlere saygısız içeriklerle karşılaşmak beni rahatsız ediyor ve bu tür paylaşımlardan kaçınmak için hesapları engelleme veya rahatsız edici içerikleri gizleme yoluna gidiyorum.” Elisa

Araştırma bulguları, katılımcıların sosyal medya kullanımında dinî inançlarının, ahlaki kabullerinin ve etik duyarlılıklarının belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların ifadeleri, bireylerin dijital mecralardaki içeriklerle karşı karşıya geldiklerinde, kendi değer

⁴⁵Heidi A. Campbell ve Stephen Garner, "Networked Theology: Negotiating Faith in Digital Culture", *Perspectives on Science and Christian Faith* 69/3 (2017), 191-19.

sistemlerine göre eleştirel bir filtreleme süreci işlettiklerini göstermektedir. Bu yaklaşım, kullanıcıların sosyal medya karşısında pasif alıcılar değil, ahlaki ve dini değerlerine göre seçici ve tepkisel bireyler olduğunu göstermesi açısından önemlidir.⁴⁶ Özellikle Asel'in ifadesi, sosyal medyanın bireyde yalnızca bilgi tüketimi değil, aynı zamanda ahlaki pozisyon alma ve dijital aktivizm alanı olarak da işlev gördüğünü göstermektedir. Cheong,⁴⁷ dijital ortamda bireylerin dini ve etik temelli bir "ahlaki angajman" (moral engagement) geliştirebildiğini; Campbell⁴⁸ ise sosyal medya kullanımının bireyin dini kimliğiyle olan ilişkisini yeniden şekillendirebildiğini ifade eder.

Alparslan'ın ifadesi dini inancın sadece ibadet pratiklerinde değil, dijital ortamlarda da davranışsal yönlendirici olarak işlev gördüğünü göstermektedir. Bu tür bir yaklaşım, Davie'nin⁴⁹ ifade ettiği gibi bireyin medya içeriklerine yönelik "seçici alımlama" (selective reception) stratejisiyle örtüşmektedir. Özellikle dindar bireyler, dijital içerikleri kendi inanç sistemlerinin süzgecinden geçirerek değerlendirir ve bu bağlamda bazı içerikleri kabul etmez veya eleştirir.⁵⁰ Elisa ve Lina'nın içerikleri engelleme, gizleme ya da takipten çıkma gibi eylemleri ise ahlaki öz denetim ve dijital medya etiği çerçevesinde değerlendirilebilir. Nitekim Ess,⁵¹ bireylerin dijital ortamda karşılaştıkları içeriklere verdikleri tepkilerin, onların etik kimliklerini yansıttığını ifade etmektedir.

Elisa'nın ifadesi, dinî duyarlılığın yalnızca içerik tüketimiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda dijital ortamın temizliği (digital hygiene) bağlamında da önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Lina'nın ifadesi ise bireyin sosyal medyada değer merkezli bir duruş benimsediğini ve bu doğrultuda dijital temsilini inşa ettiğini göstermektedir. Bu tür bir tutum, dindar bireylerin sosyal medya kullanımında yalnızca içerik tüketicisi değil; aynı zamanda norm koyucu, seçici ve sınır çizen aktörler olabileceğini göstermektedir.⁵² Bu bağlamda, katılımcıların sosyal medya kullanım pratikleri; ahlaki tercihlerle şekillenen, normatif sınırlarla çevrelenen ve dinî

⁴⁶Campbell, "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society", 64-93; Pauline Hope Cheong, "Tweet the Message? Religious Authority and Social Media Innovation", *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 3/3 (2014), 1-19.

⁴⁷Cheong, "Tweet the Message? Religious Authority and Social Media Innovation", 1-19.

⁴⁸Campbell, "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society", 64-93.

⁴⁹Grace Davie, "Thinking Sociologically about Religion: Implications for Faith Communities", *Review of Religious Research* 54/3 (2012), 273-289.

⁵⁰Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media* (London: Routledge, 2010), 19-39.

⁵¹Charles Ess, *Digital Media Ethics* (Cambridge: Polity, 2013), 134-140.

⁵²Tsuria ve Campbell, "Introduction to the Study of Digital Religion", 1-21.

kimliğin yeniden üretildiği bir alan olarak değerlendirilebilir. Alanyazında yer alan bir bulguya göre, bireylerin uygunsuz içeriklerden uzak durma hassasiyetleri ile dindarlık düzeyleri arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bir başka araştırmada ise katılımcıların büyük çoğunluğunun, inançlarına ve ahlaki değerlerine aykırı paylaşımlardan rahatsızlık duyduğu ve bu tür içerikler paylaşan kişileri sosyal medyada engellemeyi tercih ettiği belirlenmiştir.⁵³

Alt Tema 3. Sosyal Medyanın İbadetlere Etkisi

Bu alt temada, sosyal medyanın ibadet pratikleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Katılımcıların dini içeriklere ilgisi, sosyal medyada geçirdikleri zamanın ibadet alışkanlıklarına yansımaları ve dijital ortamın dikkat dağıtıcı unsurlarının ibadetlere olan etkisi analiz edilmiştir. Katılımcıların “dinî” (5 kişi), “içerik” (5 kişi), “dikkat” (4 kişi), “takip” (6 kişi), “zaman” (4 kişi), “dikkat dağınıklığı” (3 kişi) ve “olumsuz” (3 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir.

“Sosyal medya kullanımımı dinî görevlerime öncelik vererek dengelemeye gayret ediyorum. İbadetlerime ayırmam gereken zamanın sosyal medya nedeniyle azalmasına dikkat ederek dinî içerikli sohbetlere katılmak için kullanmaya çalışıyorum.” Alparslan

“Sosyal medyada uzun süre vakit geçirmek bazen ibadetlerime odaklanmamı zorlaştırabiliyor. Ancak dinî içerikler ve manevi yönümü güçlendiren hesaplar, ibadetlerime daha bilinçli yaklaşmamı sağlıyor. Bu nedenle, sosyal medya kullanımında dengeyi korumaya özen gösteriyorum.” Elisa

“Sosyal medya kullanımımın ibadetlerime etkisi olduğunu düşünüyorum. Uygunsuz içerikler odaklanmamı zorlaştırabildiğinden, dinî hassasiyetlerime uygun olmayan sayfalardan uzak duruyorum.” Göktuğ

Katılımcı ifadeleri, bireylerin sosyal medya kullanımında ibadet ve manevi sorumluluklarıyla çelişmeyen, aksine bu yönelimleri destekleyen bir denge kurma çabası içinde olduklarını ortaya koymaktadır. Alparslan’ın ifadesi, sosyal medya kullanımının bireyin ibadet pratikleriyle olan ilişkisinde niyet, farkındalık ve öz denetim gibi kavramların ön plana çıktığını göstermektedir. Bu durum, bireyin dijital dünyadaki faaliyetlerini ahlaki ve manevi bir otokontrol sistemi çerçevesinde düzenlemeye çalıştığını göstermektedir. Din psikolojisi literatüründe bu tür davranışlar, dini öz

⁵³ Arıcan ve Yalvaç Arıcı, “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri”, s. 1085.

düzenleme (religious self-regulation) olarak adlandırılmaktadır.⁵⁴ Elisa, dijital dikkat dağınıklığının ibadet pratiği üzerindeki etkilerine dikkat çekmektedir. Ancak aynı zamanda sosyal medyanın maneviyatını destekleyici potansiyeline de vurgu yapmaktadır. Bu çelişkili deneyim, literatürde sıklıkla “dijital ikilem” (digital ambivalence) olarak kavramsallaştırılmakta, bireylerin hem dijital dikkat dağınıklığına hem de manevi içeriklere yönelimle sağlanan faydaya aynı anda maruz kalabildiği belirtilmektedir.⁵⁵

Göktuğ’un ifadesi, sosyal medyanın sadece pasif bir tüketim alanı değil, aynı zamanda bireyin dini kimliğini görünür kıldığı ve ifade ettiği bir alan olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, katılımcının sosyal medya üzerinden dijital dini temsil gerçekleştirdiğini ve bu mecraayı inancını ifade etmenin bir uzantısı olarak değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu tutum, sosyal medya aracılığıyla bireyin hem inancını sürdürme hem de başkalarına örnek olma gibi işlevleri üstlendiğini göstermektedir.⁵⁶ Ancak, Alparslan’ın ifadesi, sosyal medya kullanımının zaman yönetimi ve dinî sorumluluklara öncelik verme açısından bir zorluk oluşturabileceğini göstermektedir. Bu durum, literatürde sosyal medya kullanımının aşırılığa kaçmasıyla birlikte dinî pratiklerin ihmal edilebilme riski bağlamında ele alınmakta ve bilinçli kullanım stratejilerinin geliştirilmesine duyulan ihtiyaç vurgulanmaktadır.⁵⁷

Tüm bu ifadeler bir arada değerlendirildiğinde, katılımcıların sosyal medyayla olan ilişkilerini dini inançları ve ibadet alışkanlıkları doğrultusunda şekillendirmeye çalıştıkları, ancak bu sürecin zaman zaman gerilimli ve çelişkili olabildiği anlaşılmaktadır. Katılımcılar, hem dijital içeriklerin dikkat dağıtıcı yapısına karşı bilinç geliştirmeye çalışmakta hem de dijital alanın dini gelişim ve maneviyatı besleme potansiyelinden yararlanmaya çalışmaktadırlar. Bu ikili durum, sosyal medya kullanımının sadece teknolojik bir alışkanlık değil, aynı zamanda manevi ve ahlaki bir alan olarak da değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

⁵⁴ Michael E. McCullough ve Brian Willoughby, "Religion, Self-regulation, and Self-control: Associations, Explanations, and Implications", *Psychological Bulletin* 135/1 (2009), 69.

⁵⁵ Tsuria ve Campbell, "Introduction to the Study of Digital Religion", 1-21.

⁵⁶ Cheong, "Tweet the Message? Religious Authority and Social Media Innovation", 1-19; Tim Hutchings, *Creating Church Online: Ritual, Community and New Media*, (New York: Routledge, 2017), 168-180.

⁵⁷ Sezai Korkmaz, "Olumlu ve Olumsuz Dini Başa Çıkma, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yalnızlık İlişkisi". *Tasavvur / Tekirdağ İlahiyat Dergisi* 7/1 (June 2021), 237-271.

Tema 4. Dijital Tüketim ve Helal-Haram Çerçevesinde Zaman İsrafı

Katılımcıların “zamanın nasıl geçtiği” (8 kişi), “saatlerce” (8 kişi), “vakit” (5 kişi), “zaman kaybı” (4 kişi) ve “gereğinden fazla” (6 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Elde edilen veriler bağlamında “zaman kaybı ve farkında olmama” alt teması oluşturulmuştur.

Alt Tema 1. Zaman Kaybı ve Farkında Olmama

Bu temada, katılımcıların dijital tüketim alışkanlıkları ve helal-haram çerçevesinde zaman israfına yönelik algıları incelenmiştir. Katılımcıların, sosyal medyada ve dijital platformlarda geçirdikleri sürenin farkındalığı, zaman yönetimi konusundaki tutumları ve dijital mecraların gereğinden fazla kullanımının dini ve etik boyutları ele alınmıştır. Bu doğrultuda, katılımcıların “zamanın nasıl geçtiği” (8 kişi), “saatlerce” (8 kişi), “vakit” (5 kişi), “zaman kaybı” (4 kişi) ve “gereğinden fazla” (6 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya kullanımlarında vaktin nasıl geçtiğine ilişkin “zaman kaybı ve farkında olmama” alt teması kapsamındaki ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

“Özellikle gece uyumak için yattığımda telefonu elime alıp sosyal medyada zaman geçirmeye başlıyorum. Farkında olmadan saatlerin geçtiğini ve bir anda gecenin üçü, dördü olduğunu fark etmek beni hep şaşırtıyor. Bu durum erken uyumama engel oluyor. Bu durumdan dolayı sosyal medyayla aramı uzak tutmaya çalışıyorum” Alparslan

“Genel olarak bakarsak, sosyal medyada günde yaklaşık 7-8 saat geçiriyorum. Özellikle Instagram ve YouTube’da çok vakit geçiriyorum. Bazen farkına varmadan saatlerce sosyal medyada kaldığım oluyor.” Asya

“Zaman kaybını önlemeye çalışsam da sosyal medyada farkında olmadan uzun süre vakit geçiriyorum. Kısa süreli kullanım niyetiyle girsem bile saatler geçebiliyor ve bu durum hem işlerimi aksatıyor hem de zihinsel yorgunluk yaratıyor.” Lina

Katılımcıların ifadeleri, sosyal medya kullanımının zaman algısını önemli ölçüde çarpıttığını, bu durumun katılımcıların günlük yaşam düzenlerini olumsuz etkilediğini ve zamanın verimli kullanımını engelleyerek ciddi bir zaman israfına yol açtığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların sosyal medya kullanımları sonrasında pişmanlık, verimsizlik hissi ve zihinsel yorgunluk yaşadıklarını ifade etmeleri ise bu kullanımın bireylerin sadece zamanını değil, aynı zamanda bilişsel enerjisini de

tükettiğini göstermektedir.⁵⁸ Bu bağlamda sosyal medya, yalnızca boş zaman aracı değil, gündelik işlevleri aksatabilen ve öz denetimi zorlaştıran bir mecra hâline gelmektedir. Dolayısıyla ifade edilen bu zaman kaybının hem kişisel üretkenliği hem de çevrimiçi ve çevrimdışı faaliyetler arasındaki dengeyi etkilediği söylenebilir. Yapılan araştırmalarda da bireylerin sosyal medyada geçirdikleri süreyi olduğundan daha kısa algıladıkları, zaman algılarının bozulduğu ve bunun günlük yaşamlarını olumsuz etkilediği ortaya konmaktadır.⁵⁹

Zaman, İslam'da büyük bir öneme sahip olup, bilinçsizce tüketilmesi bireyin sorumluluklarını ihmal etmesine ve manevi anlamda gaflete düşmesine yol açabilir. Kur'an-ı Kerim'de zamanın kıymetine vurgu yapılmış,⁶⁰ hadislerde ise insanın en çok aldandığı nimetlerden birinin zaman olduğu belirtilmiştir.⁶¹ Özellikle dijital çağda, sosyal medya platformlarının dikkat çekici ve bağımlılık yapıcı yapısı, bireylerin zaman yönetimi konusunda çeşitli zorluklarla karşılaşmasına neden olmaktadır. Dini hassasiyeti yüksek bireyler için bu durum önemli bir mesele haline gelmekte, sosyal medya kullanımını ibadet sürekliliği, manevi yaşam ve sorumluluklarla dengede tutmak her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Sürekli erişilebilir dijital içerikler ve dikkat dağıtıcı unsurlar, bu bireylerin bilinçli kullanım çabalarına rağmen zaman zaman kontrol kaybı yaşamalarına sebep olabilmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyanın bilinçsiz kullanımı bireylerin manevi pratiklerini sekteye uğratabilirken, zamanı bilinçli ve verimli değerlendirme çabası, dini hassasiyeti yüksek bireyler için hem dünyevi hem de uhrevi huzur açısından kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Tema 5. Dijital Mahremiyet ve Helal-Haram Hassasiyeti

Bu temada, katılımcıların sosyal medya kullanımında mahremiyet konusuna yaklaşımları ve helal-haram hassasiyetleri incelenmiştir.

⁵⁸ Leonard Reinecke ve Wilhelm Hofmann, "Slacking off or Winding Down? An Experience Sampling Study on the Drivers and Consequences of Media Use for Recovery Versus Procrastination", *Human Communication Research* 42/3 (2016), 441-461; Amandeep Dhir vd., "Online Social Media Fatigue and Psychological Wellbeing: A Study of Compulsive Use, Fear of Missing Out, Fatigue, Anxiety and Depression", *International Journal of Information Management* 40 (2018), 141-152.

⁵⁹ Andreassen vd., "Development of a Facebook Addiction Scale", 501-517; Andrew K. Przybylski vd., "Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates of Fear of Missing Out", *Computers In Human Behavior*, 29/4 (2013), 1841-1848.

⁶⁰ "Asra yemin ederim ki. İnsan gerçekten ziyandadır. Ancak iman edip dünya ve âhiret için yararlı işler yapanlar, birbirlerine hakkı tavsiye edenler ve sabrı tavsiye edenler başkadır." (Kur'an Yolu, 10 Mart 2025, Asr Suresi, 1-3/103).

⁶¹ Buhârî, "Rikâk", 1.

Katılımcıların dijital ortamda kişisel bilgilerini koruma, içerik paylaşımlarında seçici davranma ve uygunsuz içeriklerden kaçınma konusundaki tutumları analiz edilerek, mahremiyetin dinî ve etik boyutları ele alınmıştır. Bu kapsamda katılımcıların “gizli” (4 kişi), “herkes açık değil” (5 kişi), “tanımadık” (6 kişi), “dikkatli/seçici paylaşım” (4 kişi), “uygunsuz içeriklerden kaçınma” (4 kişi), “engelleme/şikâyet etme” (2 kişi), “mahremiyete önem verme ve titizlik gösterme” (kişi), “hassasiyet” (7 kişi) ve “uygun olma/olmama” (4 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya kullanımında mahremiyet konusu kapsamındaki ifadeleri dikkate alınarak “*kişisel bilgilerin gizliliği ve paylaşım kontrolü*”, “*görsellerin ve içeriklerin yönetimi*”, “*sosyal medyada mahremiyet endişeleri ve dinî değerler*” alt temaları belirlenmiştir. Araştırmanın bu bölümünde, belirlenen alt temalara ait bulgular ilgili literatür dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Alt Tema 1. Kişisel Bilgilerin Gizliliği ve Paylaşım Kontrolü

Bu alt temada, katılımcıların sosyal medyada kişisel bilgilerini koruma ve paylaşımlarını kontrol etme konusundaki tutumları incelenmiştir. Bu doğrultuda, katılımcıların “gizli” (4 kişi), “herkese açık değil” (5 kişi) ve “tanımadık” (6 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların “*kişisel bilgilerin gizliliği ve paylaşım kontrolü*” alt temaları bağlamında ifadeleri şu şekildedir:

“Kişisel gizliliğe önem verdiğim için hesabımı gizli kullanıyorum ve yabancı kişilerin takip etmesine izin vermiyorum. Sadece güvendiğim insanlarla bağlantıda kalmayı tercih ediyorum, özel bilgilerimi ve hayatıma dair detayları herkesle paylaşmamaya özen gösteriyorum. Böylece sosyal medyada mahremiyetimi koruyarak güvenli bir alan oluşturunurum.”
Elisa

“Sosyal medya hesabım tümüyle herkese açık değil çünkü insanların benimle ilgili çok şey bilmesini istemiyorum. İnsanların bana kolayca ulaşmalarını arzu etmiyorum. Anonim kullandığım bir hesap var, Twitter / X’de adımın geçmediği bir hesapla varım.” Eymen

“Sosyal medya hesabıma yalnızca yakın gördüğüm kişileri kabul ediyorum. Özel hayatı paylaşmanın bir Müslümana uygun olmadığını düşünüyorum. Bence herkesin kişisel alanı olmalı ve bu alan topluma açık olmamalı.” Zümra

Katılımcı ifadeleri, bireylerin sosyal medya kullanımında mahremiyet ve kişisel sınırları koruma konusunda bilinçli tercihler yaptığını ortaya koymaktadır. Elisa, Eymen ve Zümra’nın ifadeleri, sosyal medyanın yaygın

olarak bir “paylaşım alanı” olarak görülmesine rağmen, bazı bireyler için aynı zamanda sınırlama, gizleme ve koruma alanı olarak da işlev gördüğünü göstermektedir. Elisa’nın ifadesi, çevrimiçi ortamda kişisel mahremiyetin aktif olarak yönetilmesi gerektiğine inandığını göstermektedir. Bu yaklaşım, Altman’ın⁶² geliştirdiği kişisel alan kuramı (privacy regulation theory) çerçevesinde değerlendirildiğinde, bireyin sosyal etkileşimlerde mahremiyet düzeyini aktif olarak düzenlediğini gösterir.

Eymen’in “*anonim bir hesapla varım*” ifadesi, bireyin dijital kimliğini parçalara ayırarak farklı sosyal bağlamlar için farklı kimlikler inşa ettiğini göstermektedir. Bu tür bir anonimlik tercihi, özellikle mahremiyetin korunması ve çevrimiçi ortamda daha özgür bir ifade alanı yaratılması açısından önemlidir.⁶³ Özellikle genç bireyler, “göz önünde olma” baskısından uzaklaşmak için farklı platformlarda farklı düzeylerde görünürlük ve gizlilik stratejileri geliştirmektedir.⁶⁴ Zümra’nın ifadesi ise dijital mahremiyetin yalnızca bireysel tercih değil, aynı zamanda dini ve kültürel değerlerle şekillenen bir ahlaki duruş olduğunu göstermektedir. İslam düşüncesinde mahremiyet (hürmet, setr, haya) önemli bir değerdir ve bireyin kendine ait özel alanı toplumun erişiminden koruması tavsiye edilir.⁶⁵ Zümra’nın “*bir insanın kişisel alanı olmalı*” vurgusu, modern dijital yaşamın şeffaflık ve görünürlük baskısına karşı dini temelli bir direnç biçimi olarak değerlendirilebilir.

Bireylerin yalnızca tanıdıklarıyla bağlantıda kalma ve sosyal medya hesaplarını özel tutma yönündeki bu tercihleri, dijital mecralarda kontrollü paylaşım ihtiyacını yansıtmaktadır. Bu durum, Westin’in⁶⁶ tanımladığı “bilgiye kimlerin, ne zaman ve ne ölçüde erişeceğine bireyin karar vermesi” biçimindeki klasik mahremiyet tanımıyla da örtüşmektedir. Günümüzde bu yaklaşım, “ağ mahremiyeti” (networked privacy) kavramıyla

⁶² Stephen T. Margulis, "On the Status and Contribution of Westin's and Altman's Theories of Privacy", *Journal of Social Issues* 59/2 (2003), 411-429.

⁶³ Alice E. Marwick ve Danah Boyd, "Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media", *New Media & Society* 16/7 (2014), 1051-1067.

⁶⁴ Erin E. Hollenbaugh, "Privacy Management among Social Media Natives: An Exploratory Study of Facebook and Snapchat", *Social Media+ Society* 5/3 (2019), 1-14.

⁶⁵ Mustafa D. Dereli, "Mahremiyetin Dönüşümünün Dinî Hayata Etkisi", *Tüm Yönleriyle Mahremiyet* ed. H. Şule Albayrak (Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2022), 189-212.

⁶⁶ Alan F. Westin, *Privacy and Freedom* (New York: Atheneum, 1967); Caroline Rizza vd., "Interrogating Privacy in the Digital Society: Media Narratives After 2 Cases", *The International Review of Information Ethics* 16 (2011), 6-17.

genişletilmiştir;⁶⁷ bireyler, sosyal medyada hem algoritmalarla hem de insanlara karşı çift yönlü gizlilik stratejileri geliştirmektedir. Katılımcıların sosyal medya kullanımı, bireysel tercihlerle dini ve kültürel değerlerin etkileşimini yansıtan kişiselleştirilmiş bir dijital mahremiyet anlayışına işaret etmektedir. Bu da sosyal medyada görünür olmanın her birey için aynı anlamı taşımadığını; mahremiyetin bireysel, kültürel ve inanç temelli unsurlarla şekillenen çok katmanlı bir yapı olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, katılımcıların bu durumu, Müslüman kimliği ile ilişkilendirdikleri fark edilmektedir.

Alt Tema 2. Görsellerin ve İçeriklerin Yönetimi

Bu alt temada, katılımcıların sosyal medyada paylaştıkları görseller ve içerikler konusunda nasıl bir hassasiyet gösterdikleri incelenmiş ve katılımcıların “dikkatli/seçici paylaşım” (4 kişi), “uygunsuz içeriklerden kaçınma” (4 kişi), “engelleme/şikâyet etme” (2 kişi) ve “mahremiyet” (4 kişi) kod ifadelerini kullandıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların “mahrem görsellerin ve içeriklerin yönetimi” alt temasına ait ifadelerine yer verilmiştir.

“Yiyecek ve içeceklerimi paylaşmamayı tercih ediyorum çünkü insanların canı çekebilir. Gönderilere gelince, kendimi paylaştığımı ifade etmişim. Fotoğraf düzenlemede nadiren filtre kullanıyorum. Paylaşımларımda manzaranın önünde kendimi gösterirken buluyorum. Helal ve haram olarak düşündüğümüzde, hesabımda erkekler de olduğu için çok da helal sayılmaz. Mesela orada gülümsemişim. Harika bir poz vermişim ya da en çok sevdiğim fotoğrafları paylaşıyorum.” Asel

“Arkadaşlarımla beraber çocuklarla oyunlar oynuyoruz. Arkadaşlarım çocukların fotoğraflarını paylaşıyor. Ben, çocukların fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmayı pek uygun bulmuyorum. Aileleriyle henüz çok yakın bir iletişim kurmamışken ya da onların iznini almadan bu tarz paylaşımların yapılması bence doğru değil. Bu süreçte ailelerin rızasının alınması gerektiğini düşünüyorum.” Defne

Katılımcı ifadelerinden anlaşıldığı üzere, katılımcıların büyük bir kısmı, özellikle kişisel veya aileye dair görsel ve içerik paylaşımlarında dikkatli bir tutum sergilemektedir. Katılımcıların dinî ve kültürel değerler doğrultusunda samimi ya da özel fotoğraflardan kaçınma eğilimi gösterdikleri; bu tutumun ise içeriklerin yabancılar tarafından istismar edilmesini önleme isteğinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bununla

⁶⁷ Marwick ve Boyd, "Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media", 1051-1067.

birlikte, katılımcıların tüm görsel paylaşımlardan tamamen kaçınmadıkları, belirli içerikleri paylaşmaya devam ettikleri de görülmektedir.

Bu seçici paylaşım eğilimi, sosyal medyada mahremiyetin ve kişisel sınırların nasıl algılandığına dair literatürde de karşılık bulmaktadır. Yapılan araştırmalarda, bireylerin özellikle aile üyeleriyle çekilen fotoğraflar, arkadaş çevresiyle ilgili kareler ve ibadet temalı içerikler gibi belirli konularda paylaşım yapma oranlarının yüksek (%50 ve üzeri) olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, bireylerin bazı temalarda daha az mahremiyet kaygısı taşıdıklarını ya da bu içerikleri dijital ortamda paylaşmaya daha açık olduklarını göstermektedir. Mevcut araştırmanın bulguları da benzer biçimde, katılımcıların mahremiyet algılarını tamamen katı sınırlarla değil, içerik türüne göre değişen seçici bir anlayışla yönettiklerini ortaya koymaktadır. Öte yandan, Aydın'ın⁶⁸ çalışmasında da vurgulandığı üzere, sosyal medya platformlarının gündelik yaşamda şeffaflık talebini artırmasıyla birlikte, mahremiyet kavramı dönüşüme uğramakta ve bireylerin bu kavrama yüklediği anlam da değişmektedir.

Alt Tema 3. Sosyal Medyada Mahremiyet Endişeleri ve Dinî Değerler

Bu alt temada, katılımcıların sosyal medyada mahremiyet konusundaki endişeleri ve bu endişelerin dinî değerlerle nasıl şekillendiği incelenmiştir. Bu çerçevede, katılımcıların "hassasiyet" (7 kişi) ve "uygun olma/olmama" (4 kişi) kod ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların "*sosyal medyada mahremiyet endişeleri ve dinî değerler alt teması*" kapsamında ifadeleri şu şekildedir:

"Sosyal medyada helal ve haram içeriklere dikkat etmenin önemli olduğuna inanıyorum. Bir beğenin bile sorumluluk doğurabileceğini düşündüğüm için paylaşımlarımda dinî hassasiyetleri gözetiyorum. Özellikle özel yaşamla ilgili konularda dikkatli davranarak her paylaşımın sorumluluğunu taşımamız gerektiğini düşünüyorum." Alparslan

"Paylaşımlarımı ve takip ettiğim içerikleri dinî hassasiyetlerime göre seçiyorum. Mahremiyetime zarar verebilecek veya inancımınla çelişen içeriklerden uzak duruyor, gerekirse bu tür hesapları engelliyorum. Sosyal medyayı bilinçli ve kontrollü kullanmaya özen gösteriyorum." Elisa

"Sosyal medya hesabımda özel hayatımı herkese açmak istemiyorum; burası benim özel alanım. İnsanların sosyal medyada özel hayatlarını fazla sergilemesini uygun bulmuyorum. Bence Müslüman bir insan, sosyal

⁶⁸ Bermal Aydın, "Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Anlayışının Dönüşümü", *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi* 3/5 (2014), 131-146.

medyada dinî hassasiyetlerini göz önünde bulundurmalı ve mahremiyetine özen göstermeli.” Zümra

Katılımcıların ifadeleri, sosyal medya kullanımında dinî hassasiyetlerin ve mahremiyet anlayışının önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Alparslan'ın beğenin bile sorumluluk doğurabileceğine yönelik vurgusu, dijital ortamdaki pasif görünümlü eylemlerin dahi etik açıdan değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Elisa'nın, içerikleri dini ve mahremiyet temelli filtreleyerek bilinçli kullanım stratejileri geliştirmesi, bireylerin dijital öz denetim ve ahlaki farkındalık çerçevesinde hareket ettiklerini göstermektedir. Zümra'nın özel hayatı sosyal medyada sergilemenin uygun olmadığına dair yaklaşımı ise, İslami mahremiyet anlayışının dijital platformlara yansımaları olarak değerlendirilebilir. Bu bulgular, sosyal medya etiği bağlamında yapılan akademik çalışmalarla da örtüşmektedir. Örneğin Soydan,⁶⁹ sosyal medyada yapılan her paylaşımın doğruluk, güvenilirlik ve sorumluluk ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bilir⁷⁰ ise dijital ortamda mahremiyetin korunmasının, bireylerin hem teknik bilgiye sahip olmasını hem de değer temelli bir bilinç geliştirmesini zorunlu kıldığını ifade etmektedir.

Katılımcıların sosyal medya kullanımında dinî ve etik hassasiyetleri gözetmeleri, çevrimiçi alanın kişisel inanç ve değerlerle şekillenen bir yaşam alanı olduğunu göstermektedir. Bu durum, bu ortamlarda daha derinlikli ve anlamlı bir ahlaki çerçevenin inşasına yönelik farkındalığın giderek arttığını da ortaya koymaktadır. Bu durum ayrıca, bireyin çevrimiçi ortamda ahlaki karar alma süreçleriyle inanç sistemleri arasındaki derin bağlantıyı ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sosyal medyanın bireyin değer sistemleriyle nasıl bütünleştiği ve dijital mahremiyet algısının dinî inançlarla nasıl şekillendiği, çalışmanın önemli bulguları arasında yer almaktadır.

Sonuç

Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımında helal-haram algılarının nasıl şekillendiği ve bu algıların dijital pratiklere yansımaları incelenmiştir. Araştırma verileri bütüncül olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların helal-haram ayırımına yönelik hassasiyetlerinin sosyal medya kullanımına yön verdiği görülmüştür. Bu

⁶⁹ Boray Soydan, "Yeni Medya ve Sosyal Medya: Etik Sorunlar ve Çözüm Yaklaşımları", *Yeni Medya Elektronik Dergisi* 7/3 (2023), 198-215.

⁷⁰ Faruk Bilir, "Kişisel Verilerin Korunması Yönündeki Uygulama ve Hukuki Düzenlemelerin Ortaya Çıkışı", *Adalet Dergisi* 71 (2023), 631-651.

çerçevede, araştırma kapsamında elde edilen bulgular, çalışmanın başında belirlenen sorulara yanıt verecek şekilde aşağıda sunulmaktadır. Elde edilen veriler, sosyal medya kullanımının helal-haram algısıyla olan ilişkisini çok boyutlu olarak ortaya koymaktadır.

Bu noktada, çalışmanın temel problematiğine yeniden dönmek yerinde olacaktır. Araştırmanın merkezinde, “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile helal-haram algısı arasında nasıl bir ilişki vardır?” sorusu yer almaktadır. Bu ilişki, nitel veriler doğrultusunda incelenmiştir. Bu bağlamda, araştırma bulguları sosyal medya kullanımının öğrencilerin helal-haram algısı üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların önemli bir kısmı, sosyal medya içeriklerini seçerken dinî hassasiyetlerini gözetmekte; haram olarak değerlendirdikleri içeriklerden uzak durmaya ve helal olarak gördükleri davranışlara yönelmeye özen göstermektedir.

“Helal-haram anlayışı üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarında etkili midir?” sorusuna ilişkin olarak, elde edilen veriler bu anlayışın sosyal medya davranışları üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, paylaştıkları içeriklerden takip ettikleri hesaplara, kullandıkları dile kadar pek çok noktada dinî ölçülere uygun hareket etmeye çalışmaktadır. Özellikle mahremiyet konusundaki dikkat, hem içerik paylaşım sıklığını hem de içerik türünü doğrudan etkilemektedir. Kadın katılımcıların bu konuda daha görünür ve ayrıntılı hassasiyetler sergilediği, erkek katılımcıların ise daha soyut ve kural temelli bir yaklaşım benimsediği görülmüştür. Bu da cinsiyetin dinî pratiklerin dijital ortamdaki yansımalarını etkilediğini göstermektedir.

“Sosyal medya kullanımı helal-haram anlayışında bir dönüşüme yol açmakta mıdır?” sorusu bağlamında ise bulgular, sosyal medyanın bu anlayış üzerinde çift yönlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bazı katılımcılar sosyal medya sayesinde dinî farkındalıklarının arttığını, helal-haram konularında daha bilinçli hale geldiklerini ifade ederken; bazıları ise sürekli maruz kaldıkları haram içerikler nedeniyle dinî hassasiyetlerinde zayıflama yaşadıklarını belirtmiştir. Ayrıca sosyal medya kullanımının ibadet alışkanlıklarını olumsuz etkileyebildiği, zaman yönetiminde sorunlara yol açabildiği de dile getirilmiştir.

Sonuç olarak, sosyal medya hem bireylerin helal-haram anlayışlarını etkileyen hem de bu anlayışların dijital alanda yeniden üretilmesini sağlayan bir ortam işlevi görmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya sadece pasif bir araç değil, bireylerin dinî kimliklerini pekiştiren veya sorgulatan aktif bir

etkileşim alanıdır. Bununla birlikte, araştırmanın çalışma grubunun küçük ve dinî hassasiyet düzeyi yüksek bireylerle sınırlı olduğu vurgulanmalıdır. Gelecek araştırmalarda daha geniş ve çeşitli katılımcı profilleriyle çalışılması, sosyal medya ile dinî değerler arasındaki ilişkinin daha kapsamlı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.



Hakem: Dış, Bağımsız.

Teşekkür:

-

Beyanname:

1. Özgünlük Beyanı:

Bu çalışma özgündür.

2. Yazar Katkıları:

Fikir: Nİ-ÜA; **Kavramsallaştırma:** ÜA; **Literatür Taraması:** Nİ-ÜA; **Veri Toplama:** Nİ-ÜA; **Veri İşleme:** Nİ-ÜA; **Analiz:** Nİ; **Yazma – orijinal taslak:** Nİ-ÜA; **Yazma – inceleme ve düzenleme:** Nİ-ÜA.

3. Etik Kurul İzni:

Bu çalışma için etik kurul izni, Bartın Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 7.08.2024 tarihli ve 2024-SBB-0606 numaralı kararı ile alınmıştır.

4. Finansman/Destek:

Bu çalışma herhangi bir finansman ya da destek almamıştır.

5. Çıkar Çatışması Beyanı:

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedirler.



KAYNAKÇA

Alkan, Feryat. "Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı, X, Y ve Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma". *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34 (2023), 274-293.

Arıcan, Sümeyra ve Handan Yalvaç-Arıci. "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri". *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 8/2 (2021), 1070.

Aslan, Ahmet. "Genç Yetişkinlerin Din ve Dindarlık Anlayışları Üzerine Nitel Bir Araştırma". *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 11/1 (2024), 487-540.

Aydın, Bermal. "Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Anlayışının

- Dönüşümü". *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi* 3/5 (2014), 131-146.
- Barkuş, Fatma ve Mustafa Koç. "Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme." *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3/1 (2019), 35-44.
- Baulch, Emma ve Alila Pramiyanti. "Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman", *Social Media+ Society* 4/4 (2018), 1-15.
- Bilir, Faruk. "Kişisel Verilerin Korunması Yönündeki Uygulama ve Hukuki Düzenlemelerin Ortaya Çıkışı". *Adalet Dergisi* 71 (2023), 631-651.
- Boynukalın, Ertuğrul. "Makasıdü's-şeria." *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 27. Cilt. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2003, 423-426.
- Böyük, Mustafa. "Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeğinin Geliştirilmesi". *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9/1 (2023), 129-144.
- Buhârî. "Rikâk." *el-Câmiu's-Sahîh*. 8 Cilt. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Campbell, Heidi A. "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society". *Journal of the American Academy of Religion* 80/1 (2012), 64-93.
- Campbell, Heidi A. ve Stephen Garner. "Networked Theology: Negotiating Faith in Digital Culture". *Perspectives on Science and Christian Faith* 69/3 (2017), 191-19.
- Campbell, Heidi A. *When Religion Meets New Media*. London: Routledge, 2010, 19-39.
- Cheong, Pauline H. "Tweet the Message? Religious Authority and Social Media Innovation". *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 3/3 (2014), 1-19.
- Creswell, John W. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among Five Approaches* (3rd ed.). New York: SAGE Publications, 2013.
- Çekiç, Sevdegül ve Tevhit Ayengin. "Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fikhî Yansımalarına Dair". *Mütefekkir*. 8/15 (2021), 71-93.
- Çömez-Polat, Filiz ve Göklem Tekdemir. "Sosyal Medyada Müslüman Kimlik Algısı: İslami Fenomenler ve Twitter Örneği". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 3/2 (2020), 165-180.

- Davie, Grace. "Thinking Sociologically about Religion: Implications for Faith Communities". *Review of Religious Research* 54/3 (2012), 273-289.
- Demirci, İslâm. "Helâl-Haram Bilinci ve Karakter Oluşumunda Psiko-Sosyal Etkileri". *Uluslararası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinî Yeri Sempozyumu*. 10-12 Haziran 2016, Ordu. Ed. Yavuz Ünal vd., 291.
- Demirel, Yüksel ve Erol Göka. "Ergenlerin Çevrimiçi Başlayan Arkadaşlıkları Tehlikeli Olabilir: Riskler ve Önlemler". *Journal of Cognitive-Behavioral Psychotherapy and Research*. 11/2 (2022), 147-147.
- Dereli, Mustafa D. "Mahremiyetin Dönüşümünün Dinî Hayata Etkisi", Tüm Yönleriyle Mahremiyet ed. H. Şule Albayrak. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2022, 189-212.
- Dhir, Amandeep vd. "Online Social Media Fatigue and Psychological Wellbeing: A Study of Compulsive Use, Fear of Missing Out, Fatigue, Anxiety and Depression". *International Journal of Information Management* 40 (2018), 141-152.
- Dihlevî, Şah Veliyyullah. *Huccetullahi'l-Bâliğa*. Çev. Mehmet Erdoğan. 1. Cilt. İstanbul: İz Yayıncılık, 1994.
- Duygulu, Serap. "Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmanın Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi". *TRT Akademi*. 2019, 4(8), 428-487.
- Eken, Metin. "Modern Görsel Kültürde M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri". *Bilimname*. 43/3 (2020), 31-71.
- Elmalı-Karakaya, Ayşe vd. "Türkiye'de Üniversite Gençliğinin İslam Dinine İnanma Düzeylerine Bakış: Literatür Taraması". *Dergiabant*. 11/2 (2023), 282-297.
- Erdoğan, Mehmet. *İslam Hukukunda Ahkâmın Değişmesi*. İstanbul: MÜİFV Yayınları, 2011, 107-109.
- Eroğlu, Şahika. "Dijital Yaşamda Mahremiyet (Gizlilik) Kavramı ve Kişisel Veriler: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Mahremiyet ve Kişisel Veri Algılarının Analizi". *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 35/2 (2018), 130-153.
- Ess, Charles. *Digital Media Ethics*. Cambridge: Polity, 2013, 134-140.
- Gül, Recep E. "Sosyal Medyada Hadis Kullanımı: Facebook ve Twitter Özelinde". *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (2016), 162-182.

- Hollenbaugh, Erin E. "Privacy Management among Social Media Natives: An Exploratory Study of Facebook and Snapchat". *Social Media+ Society* 5/3 (2019), 1-14.
- Janmohammed, Shelina. *M Nesli Yeni Müslüman Gençlik*. Çev. Esin Kızılelma. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2018.
- Kahraman, Abdullah. "İslam'da Helal ve Haramın Yeri ve Fıkıh Usulü Açısından Temellendirilmesi". *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 20 (2012), 43-45.
- Kahraman, Abdullah. *İslam Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel Hayatın Gizliliği Mahremiyet*. Ankara: Ebâbil Yayınları, 2008.
- Karadâvî, Yusuf el-. *İslam'da Helal ve Haram*. İstanbul:1999, Nida Yayınları.
- Karahisar, Tüba ve Celal Hayır. "Sosyal Medya ile Değişen Mahremiyet: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Mahremiyet Algısı Üzerine Bir Araştırma". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 20/1 (2023), 157-170.
- Katz, Elihu vd. "Utilization of Mass Communication by the Individual". The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research, ed. Jay G. Blumler vd. Beverly Hills: Sage Publications,1974, 19-31.
- Kırcaburun, Kagan. "Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents". *Journal of Education and Practice*, 7/24 (2016), 64-72.
- Koca, Ferhat. "Haram." *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 16. Cilt. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1997.
- Koca, Ferhat. "Helal." *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 17. Cilt. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1998.
- Koca, Hüseyin K. ve Mustafa Mücahit. "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımındaki Mahremiyet Algısı". *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 57 (2023), 7-32.
- Korkmaz, Sezai. "Olumlu ve Olumsuz Dini Başa Çıkma, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yalnızlık İlişkisi". *Tasavvur / Tekirdağ İlahiyat Dergisi* 7/1 (June 2021), 237-271.
- Margulis, Stephen T. "On the Status and Contribution of Westin's and Altman's Theories of Privacy". *Journal of Social Issues* 59/2 (2003), 411-429.
- Marwick, Alice E. ve Danah Boyd, "Networked Privacy: How Teenagers

- Negotiate Context in Social Media", *New Media & Society* 16/7 (2014), 1051-1067.
- McCullough, Michael E. ve Brian Willoughby, "Religion, Self-regulation, and Self-control: Associations, Explanations, and Implications". *Psychological Bulletin* 135/1 (2009), 69.
- Moustakas, Clark. *Phenomenological Research Methods*. New York: SAGE Publications, 1994.
- Okumuş, Selman. "Dijitalleşme ve Dini Pratikler: Bir Literatür Taraması". *TAM Akademi Dergisi*. 2/1 (2023), 101-122.
- Öğüt, Salim. "Mahrem." *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 27. Cilt. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2003.
- Öz, Mustafa. "Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Algısı: Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Endişeleri ve Farkındalıkları". *Yaşar Üniversitesi e-Dergisi*, 9/35 (2014), 6245-6254.
- Özçelik, Zeynep B. Müslüman Kadın ve Sosyal Medya-Başörtülü Dindar Kadınların 'Mahremiyet' Algılarındaki Değişimin Sosyal Medya Örneği Üzerinden İncelenmesi, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Öztürk, Deniz, vd., "Üniversite Öğrencilerinin Mahremiyet Bilinci". *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7/2 (2022), 68-77.
- Patton, Michael Q. *Qualitative Research and Evaluation Methods*, 3. bs. New York: SAGE Publications, 2002.
- Przybylski, Andrew K. vd. "Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates of Fear of Missing Out". *Computers In Human Behavior*. 29/4 (2013), 1841-1848.
- Quan-Haase, Anabel ve Alyson L. Young. "Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging". *Bulletin of Science, Technology & Society* 30/5 (2010), 350-361.
- Rains, Stephen A. ve Steven R. Brunner, "The Outcomes of Broadcasting Self-disclosure Using New Communication Technologies: Responses to Disclosure Vary Across One's Social Network". *Communication Research* 45/5 (2018), 659-687.
- Reinecke, Leonard ve Wilhelm Hofmann. "Slacking off or Winding Down? An Experience Sampling Study on the Drivers and Consequences of Media Use for Recovery Versus Procrastination". *Human Communication Research* 42/3 (2016), 441-461

- Rizza, Caroline vd., "Interrogating Privacy in the Digital Society: Media Narratives After 2 Cases". *The International Review of Information Ethics* 16 (2011), 6-17.
- Ruggiero, Thomas E. "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century". *Mass Communication & Society* 3/1 (2000), 3-37.
- Ryan, Richard M. ve Edward L. Deci, "Self-regulation and the problem of human autonomy: Does Psychology Need Choice, Self-determination, and will?". *Journal of Personality*, 74/6 (2006), 1557-1586.
- Sezen, Abdulvahid ve Müslime Erden. "Mahremiyetin Psiko-Sosyal Yansımaları". *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 20 (2018), 83-92.
- Shao, Guosong. "Understanding the Appeal of User-generated Media: A Uses and Gratification Perspective". *Internet Research* 19/1 (2009), 7-25.
- Sholihah, Rizki A. ve Dawam Multazamy R. "Morning Slaps' Da'wah: A Study on @taqy_malik Instagram Account Registers". *Intellectual Discourse*. 31/2 (2023), 551-574.
- Soydan, Boray. "Yeni Medya ve Sosyal Medya: Etik Sorunlar ve Çözüm Yaklaşımları". *Yeni Medya Elektronik Dergisi* 7/3 (2023), 198-215.
- Şâtîbî, İbrahim b. Musa. *el-Muvâfakat fî Usûli's-Şeria*. Çev. Mehmet Erdoğan. 2. Cilt. İstanbul: İz Yayıncılık, 1990.
- Tsuria, Ruth ve Heidi A. Campbell, "Introduction to the Study of Digital Religion", *Digital Religion*, ed. Heidi A. Campbell vd. New York: Routledge, 2021, 1-21.
- Türkten, Elif. "Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29. Özel Sayısı (2018), 143-162.
- Ünal, Yavuz vd. *Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*. Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayınları, 2015.
- Vail, Maggie vd. "Religion, Covid-19, And A Sense of Community: A Facebook Case Study". *Journal of Religion, Media and Digital Culture*. 12/2-3 (2023), 293-317.
- Vatandaş, Saniye. "Dindar Kimliğinin İnternete/Sosyal Medyaya İlişkin Tutum ve Algılara Etkisi". *İslam ve Yorum Temel Tartışmalar, İmkânlar ve Sorunlar II*. İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, Ankara, 2018.
- Westin, Alan F. *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum, 1967.

- Yalçın, Yeliz B. Haram Algısının Din Psikolojisi Açısından İncelenmesi, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.
- Yapıcı, Asım. "Türk Toplumunda Cinsiyete Göre Dindarlık Farklılaşması: Bir Meta-Analiz Denemesi". *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 17/2 (2012), 1-34.
- Yıldız, İbrahim. "Sosyal Medya ve Mahremiyet Sorunsalı: Panoptikondan Süperpanoptikona Mahremiyetin Dönüşümü". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi* 6/11 (2021), 122-132.
- Yıldızgörür, Mehmet R. "Sosyal Medyaya Yönelik Güvenilirlik Algısının Bilgi Paylaşma Davranışıyla İlişkisi". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 32 (2019), 367.
- Yorulmaz, Bilal. "Sosyal Medyada İrşad ve Tebliğ Faaliyetleri: Tehlikeler ve Tedbirler". *İslam'da Tebliğ, Davet ve İrşad*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2022.
- Zaid, Bouziane vd. "Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices". *Religions*. 13/4 (2022), 335.
- Zavalsız, Mehmet. "Üniversite Gençliğinde Dinî Bireyselleşme ve Eklektik İnanç Eğilimleri: Sosyo-Kültürel Faktörlerin Etkisi". *Din Psikolojisi Çalışmaları Dergisi*. 15/1 (2023), 47-69.



HALAL-HARAM PERCEPTION OF UNIVERSITY STUDENTS IN SOCIAL MEDIA USE: THE CASE OF BARTIN UNIVERSITY

 Nihal İŞBİLEN^a

 Ümmühan ARK^b

Extended Abstract

Social media has intricately integrated itself into the quotidian existence of individuals. This phenomenon is particularly salient among university students, who frequently find themselves profoundly immersed in these digital platforms. Social media not only provides access to a vast array of information and opportunities for interpersonal connection, but it also exerts multifaceted influences on their ethical and religious perspectives.

Within the context of Islam, the concepts of halal (what is deemed permissible) and haram (what is considered forbidden) are paramount in shaping individual conduct. Nevertheless, the manner in which these principles are manifested and their influence on the social media practices of university students represents a domain that has not been adequately explored. This study aims to understand university students' perceptions of digital privacy and their social media usage experiences based on the concepts of halal and haram. The study examines how individuals shape their understanding of privacy in the digital environment and the relationship between this understanding and religious values. In addition, it was analyzed how students interpret the content they encounter on social media from a halal-haram perspective and how these evaluations guide their usage habits.

Research Questions

The primary research inquiry is: "In what ways do university students' perspectives on halal and haram correlate with their engagement with social media?" Additional inquiries comprise:

^a Asst. Prof., Bartın University, nisbilen@bartin.edu.tr

^b Assoc. Prof., Bartın University, uark@bartin.edu.tr

"Could a student's interpretation of halal and haram influence their social media behaviors?"

"Does participation in social media alter students' comprehension of halal and haram?"

This study aspires to delve into these questions, intending to fill an academic void and to elucidate the complex interplay between social media engagement and religious principles.

Literature Review

Investigations into the relationship between social media and religious beliefs typically examine the broader implications for general faith and behavior. However, these studies do not specifically address the concepts of halal and haram. Halal and haram serve as foundational categories that govern daily life in Islam, influencing various facets such as consumption, social interactions, professional conduct, and privacy. Nonetheless, the investigation of how these concepts are shaped by the digital milieu and represented within social media remains insufficiently explored, thus rendering this study a distinctive contribution.

Methodology

Research Design

This research is a qualitative study that examines university students' perceptions of halal and haram in social media. Phenomenology design was used to analyze individuals' experiences and perceptions. This design enables sensitivity to be made sense of through individual experiences. Qualitative research offers insight into the phenomenon by analyzing a specific sample group in depth. The findings obtained cannot be directly generalized to a wide audience; however, they are evaluated in order to create meaning in a specific context and contribute to the field.

Study Group

The study group comprises 11 university students (6 female, 5 male) from Bartın University, all of whom emphasize their religious sensitivities in their social media engagement. Participants were selected using criterion sampling, specifically targeting individuals who actively consider halal-haram distinctions in their social media practices.

Data Collection and Analysis

Data was systematically gathered through semi-structured interviews conducted within an environment conducive to participant comfort, thereby ensuring meticulous documentation of all responses. The process of thematic

analysis, facilitated the interpretation of the gathered data, culminating in the identification of salient themes, which comprise:

1. Purpose of Using Social Media,
2. Religious Perceptions and the Concepts of Halal-Haram,
3. The Effect of Halal-Haram Perception on Social Media Practices,
4. Digital Consumption and Time Waste in the Framework of Halal-Haram,
5. Digital Privacy and Halal-Haram Sensitivity.

Findings and Discussion

The findings indicate that social media utilization significantly influences individuals' perceptions of halal and haram in diverse manners. Participants articulated their commitment to religious tenets while curating content and engaging on these platforms, perceiving their online activities as manifestations of their beliefs. For example, numerous participants expressed their intention to avoid inappropriate content and to prioritize privacy as fundamental aspects of their religious values. Conversely, some participants acknowledged experiencing transformations in their religious beliefs as a consequence of the exposure to what they deemed haram content on social media.

Limitations

This research was conducted with individuals with high religious sensitivity and the sample size is limited to 11 people. Since all of the participants were students of Bartın University, the findings cannot be generalized to all students. The study is based on qualitative methodology only. In addition, differences in cultural and individual interpretations of the concepts of halal and haram may cause the findings to vary in different contexts.

Conclusion and Recommendations

This study contributes valuable insights by examining the manner in which social media engagement impacts perceptions of halal and haram, thereby augmenting our comprehension of the interplay between faith and digital communication. Future investigations could be enhanced by incorporating a more diverse participant pool and integrating both quantitative and qualitative methodologies for a more holistic analysis. Furthermore, subsequent research should explore how religious sensitivities may shape social media algorithms and user interactions.

Keywords: Psychology of Religion, Social Media, Privacy, Halal-Haram Perception, University Students.



Peer-review: External, Independent.

Acknowledgements:

-

Declarations:

1. Statement of Originality:

This work is original.

2. Author Contributions:

Concept: Nİ-ÜA; **Conceptualization:** ÜA; **Literature Search:** Nİ-ÜA; **Data Collection:** Nİ-ÜA; **Data Processing:** Nİ-ÜA; **Analysis:** Nİ; **Writing – original draft:** Nİ-ÜA; **Writing – review & editing:** Nİ-ÜA.

3. Ethics approval:

Ethics Committee Approval for this study was obtained with the decision of Bartın University Social and Human Sciences Ethics Committee dated 8.7.2024 and numbered 2024-SBB-0606.

4. Funding/Support:

This work has not received any funding or support.

5. Competing interests:

The authors declare no competing interests.

