

Dijital Dönüşümün Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınlarına Etkisi: Diyanet Aylık Dergi'ye Yönelik Bir İçerik Analizi* **

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 28 Mart 2025 Kabul Tarihi: 5 Eylül 2025

✉ **Mustafa Çuhadar**

Dr. / PhD.

Diyanet İşleri Başkanlığı / Presidency of Religious Affairs

<https://ror.org/007x4cq57>

<https://orcid.org/0000-0003-2957-1176>

mstfchdr@gmail.com

Öz

Türkiye’de internetle bağlantılı teknolojilerin özellikle 2000’li yıllardan itibaren yükselen etkinliği, kamu kurumlarını dijital dünyaya sevk etmiştir. Buna bağlı olarak iletişim teknolojileri çeşitlenip yaygınlaştıkça, dinî hayatla ilişkili hizmet ve faaliyetler sürdüren organizasyonlar da kendilerini yapılandırmıştır. Bu çalışmada toplumu din konusunda aydınlatma referansı ile iletişim teknolojilerini kullanan Diyanet İşleri Başkanlığının dijital dönüşümü ele alınmaktadır. Dijital dönüşüm sadece teknik bir değişim olarak kalmamakta aynı zamanda düşünce, fikir ve algıları da etkilemektedir. Bu çalışmanın problemi kurumun dijital teknolojilere yönelik bakış açısındaki dönüşümdür. Bu sorunsala odaklanarak kurumun resmî yayın organı Diyanet Aylık Dergi araştırmanın kapsamına alınmıştır. Söz konusu derginin 1991-2023 yılları arasındaki tüm sayıları çalışmanın evrenini, amaçlı örneklem tekniğine göre dijitalleşme konusunun işlendiği yazılar çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu çerçevede dijitalleşmeyle bağlantılı 87 yazı, hazırlanan içerik analizi formuyla çözümlenmiştir. Yazıların dönemselsel olarak ikiye ayrılabilmesi anlaşılmış, bulgular değerlendirilirken dönem bazlı karşılaştırma yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda dijital teknoloji kullanımı yoğunlaştıkça, yazılardaki dijital mecalara yönelik mesafeli tutum sergilenmesi yönündeki mesajların sayısında düşüş tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Dijital Dönüşüm, Dijital Din, Diyanet, *Diyanet Aylık Dergi*.

* Bu makale CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır

** Bu çalışma, 1st International Media, Digital Culture and Religion Congress’te sunulan “Discourse Shift from “Digitalization of Religious Affairs” to “Digital Religious Affairs” başlıklı bildirinin genişletilerek makaleye çevrilmiş halidir.

The Impact of Digital Transformation on the Publications of the Presidency of Religious Affairs: A Content Analysis of Diyanet Monthly Magazine^{* **}

Research Article

Received: 28 March 2025 Accepted: 5 September 2025

Abstract

The rising effectiveness of internet-related technologies in Türkiye, especially since the 2000s, has propelled public institutions into the digital world. As communication technologies have diversified and become more widespread, institutions that provide services and activities related to religious life have also restructured themselves. In this study, the digital transformation of the Presidency of Religious Affairs, which uses communication technologies with the reference of informing the people about religion, is discussed. Digital change is not only a technical transformation but also affects thoughts, opinions and perceptions. The problem of this study is the evolution in the institution's view of digital technologies. Focusing on this problematic, Diyanet Aylık Journal, the official publication of the institution, was included in the scope of the study. All issues of the journal between 1991 and 2023 are the population of the study, and the articles in which the subject of digitalization is covered according to the purposive sampling technique constitute the sample of the study. In this regard, 87 articles related to digitalization were analyzed using a content analysis form. It was seen that the articles could be divided into two periods and period-oriented comparisons were made while analyzing the findings. As a result of the study, as the use of digital technology increased, there was a decrease in the number of messages in the articles about having a distant attitude towards digital media.

Keywords: Communication, Digital Transformation, Digital Religion, Presidency of Religious Affairs in Türkiye, Diyanet Monthly Journal.

* This article is published under the CC BY-NC 4.0 licence.

** This study is an expanded version of the paper titled "Discourse Shift from "Digitalization of 'Religious Affairs' to 'Digital Religious Affairs'" presented at the 1st International Media, Digital Culture and Religion Congress.

Summary

In Türkiye, the Presidency of Religious Affairs (TPRA) is a public institution tasked with 'conducting affairs related to the beliefs, worship and ethical principles of the Islamic Religion, enlightening the society on religion and managing places of worship'. TPRA endeavors to fulfil its duty of enlightening the society on religion through different methods as well as networked communication technologies. Accordingly, TPRA has been involved in the digital transformation process since the Internet was not as widespread in Türkiye as it is today. TPRA, which opened its website in 1997 and provided services in the digital world, has become one of the distinguishable institutions of digital transformation in the religious field over time. Namely, in connection with the digitalization processes, TPRA has used recording media such as CD-DVD since the 2000s in addition to its website containing religious information and resources. In the 2010s, TPRA entered a new phase of digital transformation by opening corporate social media accounts, and since then, the tradition of opening corporate social media accounts for TPRA has emerged. Likewise, the religious information, education, worship and publication services of the Religious Affairs have gradually started to adapt to digital technologies. Since the 2020s, a significant intensification has been observed in the digital transformation process. TPRA was the first public institution in Türkiye to use the domestic and national software Pardus, and a department was established to directly and exclusively produce digital content in addition to all its content in the digital world. In this respect, this study shows that it is useful to analyze the digital transformation process of TPRA in two periods. The first one is the initial phase, which started in 1997, when the website was launched, and continued until 2011; the second one is the intensification phase, which started in 2012, when the first social media account of TPRA was launched, and continued until today.

The integration of TPRA into the digital world is one of the topics of scientific studies. The majority of the limited number of studies focus on the capacity and competence of TPRA in digitalization, while a small number of studies include analyses of the social media accounts of TPRA. Studies in the literature provide data on the digital transformation of TPRA. However, this study titled 'The Impact of Digital Transformation on the Publications of the Presidency of Religious Affairs: A Content Analysis of Diyanet Monthly Magazine' aims to determine whether there is a difference in the approach of TPRA to the digital world in connection with digital transformation. In this way, it will be revealed how the institutions producing services in the religious field are intellectually affected by digital transformation. In order to reveal the relationship between

digital transformation and approach to digital, in the introduction part of the study, the digital transformation of TPRA was explained based on documents and supported by literature. Then, in order to make an introduction to the TPRA's approaches to the digital world, it was understood that there are two different approaches to the digital world in the khutbahs recited on Fridays throughout Türkiye and in the writings of President of Religious Affairs.'

In the empirical part of the study, articles related to digitalization in Diyanet Monthly Magazine, the official publication of TPRA, were analyzed. The population of the study consists of 384 issues published between 1991 and 2023, and the sample consists of 87 articles determined by purposive sampling technique. These articles were analyzed using quantitatively oriented content analysis.

According to the findings of the study, the articles in Diyanet Monthly Journal were analyzed based on the initial (1991-2011) and intensification (2012-2023) phases. The rate of articles on digitalization, which was determined as 27.6 percent in the initial phase, increased to 72.4 percent in the intensification phase. In this respect, it has been observed that there is a significant parallelism between digital transformation and the rate of articles in the magazine. While the rate of articles containing positive opinions was 29.2 percent in the initial phase, this rate decreased to 9.5 percent in the intensification phase. There was no significant difference in the rate of articles containing negative opinions, but the rate of articles evaluating digital technologies in a neutral manner was 12.5 percent in the initial phase and 33.3 percent in the intensification phase. There is almost no difference in the rate of statements or sentences encouraging the use of digital technology in the articles. However, a decrease was found in the evaluations in the sense of avoiding digital technology.

Giriş

Dijital teknolojilerin yaygın kullanımı, kurumsal dinî organizasyonları çeşitli nedenlerle dijital dünyada hizmet üretmeye yönlendirmektedir. Bu gerekçeler temsil edilen din hakkında sahih bilgilendirmeler yapmaktan karışit görüşlerle mücadele etmeye varana dek farklı şekillerde belirginlik kazanmaktadır.¹ Kurumsal dinî organizasyonların Türkiye tecrübesinde Diyanet İşleri Başkanlığı, dijital teknolojilerin kullanılması açısından önemli bir konumda bulunmaktadır. Zira 1997 yılında açtığı kurumsal web sitesinin ardından Diyanet İşleri Başkanlığı, toplumu din konusunda aydınlatma misyonu doğrultusunda internet bağlantılı teknolojilere dönük faaliyet ve politikalar üretmiştir.²

Diyanetin dijitalleşme süreciyle ilişkili kurumsal yapıdaki değişimler, Bilgi İşlem Merkezi Müdürlüğünün kurulduğu 1980'li yılların sonlarına kadar uzanmaktadır.³ Öncelikle kurum içi uygulamaların (maaş, personel işlemleri, kitap tasarımları vb.) düzenlenmesi amacıyla başlayan teknolojik yatırımlar zamanla vatandaşların dinî bilgiye erişimine yönelik hizmetlere yönelmiştir. Henüz internetin Türkiye'de yaygınlaşmadığı 1993 yılında, dinî konularda toplumun aydınlatılmasıyla ilgili *I. Din Şûrası* kararı bu bağlamda hatırlatılabilir: “İslâmî bilgilerin topluma sunulmasında çağımızın her türlü teknik imkânlarından istifade edilmelidir.”⁴ Diyanetin yıllara sâri dijital teknolojilere ilişkin yaklaşımının merkezinde bu tavsiye kararının bulunduğu söylenebilir.

Diyanetin dijital teknolojilerle vatandaşa dinî hizmet sunma pratiği 1997 yılında hizmete açılan web sitesiyle başlamış, tek yönlü bu iletişim pratiği yerine zamanla siteden dinî soru sorma imkânı da vatandaşlara

¹ Lokman Arslan, “Dini İçerikli Yayıncılıkta Diyanet Tecrübesi”, *8. Dini Yayınlar Kongresi Dijital Yayıncılık*, ed. Fatih Kurt v.dğr. (Ankara: DİB Yayınları, 2021), 291-292.

² Bk. Arslan, “Dini İçerikli Yayıncılıkta Diyanet Tecrübesi”; Mustafa Çuhadar, “Dijitalleşen Din ve Diyanet”, *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*, ed. Mete Çamdereli v.dğr. (İstanbul: Köprü Yayınları, 2015), 175-222; Mustafa Çuhadar, “Yöndeşmenin Dini Yayıncılığa Sunduğu Fırsatlar: Diyanet TV Sosyal Medya Hesapları Üzerine Bir İnceleme”, *8. Dini Yayınlar Kongresi Dijital Yayıncılık*, ed. Fatih Kurt v.dğr. (Ankara: DİB Yayınları, 2021), 163-209.

³ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, *Kuruluşundan Günümüze Diyanet İşleri Başkanlığı Tarihçe-Tekilat-Hizmet ve Faaliyetler (1924-1997)* (Ankara: DİB Yayınları, 1999), 902.

⁴ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, “I. Din Şûrası Kararları”, *I. Din Şûrası Tebliğ ve Müzakereleri* (1-5 Kasım 1993) (Ankara: DİB Yayınları, 1995), 2/700.

sunulmuştur.⁵ 2000’li yıllarda bu web sitesi Diyanetin görev alanıyla ilgili konularda genişletilerek güncellenmiş, flash animasyon teknolojisiyle sitenin kullanım biçimlerine zenginlik kazandırılmış; ayrıca bilgisayar kullanıcılarına elektronik kayıt ortamları vasıtasıyla dijital içerikler (Kur’ân-ı Kerîm Hatm-i Şerifi, Kur’ân-ı Kerîm’den Sûreler, Nağmeden Gönüle, İhtida Öyküleri, Günün Beş Vakti, Öğreniyorum) sunulmuş; internet bağlantısı olmayan yerlerde vatandaşların dinî bilgilere hızlıca erişebilmeleri amacıyla “Mobil Diyanet” uygulaması geliştirilmiş, dinî konularda kaynak hüviyetinde “Diyanet Muallim CD”si projesi hazırlanmıştır.⁶

2010’lu yıllardan itibaren Diyanetin dijitalleşme sürecinde önemli değişimler gözlenmiştir. Diyanetin web sitesi (diyanet.gov.tr) çeşitli değişikliklere uğrayarak genişlemiş, zamanla sosyal medyanın da entegre edildiği bir ara yüze dönüşmüştür.⁷ Bu süre zarfında Diyanetin merkez hizmet birimlerince⁸ içerik üretilen sosyal medya hesapları ve video paylaşım siteleri açılmış, Diyanet İşleri Başkanına kurumsal sosyal medya hesapları açılması geleneği başlamıştır. Buna ilaveten taşra teşkilatında il müftülükleri ve ilçe müftülüklerinin dijital medyaya entegrasyonuna yönelik çalışmalar yapılmış, akıllı cihaz mağazalarındaki uygulamalar artırılmıştır. Bu itibarla Diyanetin dijital dönüşümü belirli periyotlara ayrılacak olursa, 1997-2011 yılları arasını dijital dönüşümde *başlangıç* aşaması; kurumsal ilk sosyal medya hesabının 2012 yılında açıldığı da temel alınarak⁹ 2012 yılı sonrasını *yoğunlaşma* aşaması olarak zikretmek mümkün görünmektedir.

2020’li yıllara gelindiğinde Diyanetin dijital dönüşümünde yoğunlaşmanın arttığı, dijital teknoloji kullanımına yönelik strateji, politika ve hizmetlerde belirgin yenilikler yaşandığı görülmektedir. Bunlardan biri, açık kaynak kodlu işletim sistemi kullanmaya yönelik kamu politikasıdır. Diyanet İşleri Başkanlığı, 2020 yılından itibaren yerli ve millî yazılım Pardus’u kullanmaya başlamış,¹⁰ bu dijital dönüşüm politikasında önemli

⁵ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, *Son 10 Yılda Diyanet İşleri Başkanlığı Önemli Hizmetler* (Ankara: DİB Yayınları, 2002), 20-21; İbrahim Paçacı - Sedat Memiş, “Diyanet İşleri Başkanlığı Araştırma, Geliştirme ve Dokümantasyon Merkezi (ARGED)”, *Diyanet Aylık Dergi* 136 (Nisan 2002), 53.

⁶ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, *Hizmetler ve Projeler 2003-2010* (Ankara: DİB Yayınları, t.y.), 25-27, 52-53, 117, 145.

⁷ Çuhadar, “Yöndeşmenin Dini Yayıncılığa Sunduğu Fırsatlar: Diyanet TV Sosyal Medya Hesapları Üzerine Bir İnceleme”.

⁸ Dini Yayınlar Genel Müdürlüğü, Eğitim Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Basın Müşavirliği gibi.

⁹ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, “Diyanet, Sosyal Medyada”, www.diyanet.gov.tr (18 Şubat 2012).

¹⁰ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, “Diyanet İşleri Başkanlığı ile TÜBİTAK Arasında ‘Açık Kaynak ve PARDUS Dönüşümü İş Birliği Protokolü’ İmzalandı”, www.diyanet.gov.tr (23 Haziran 2020).

mesafeler kat edilmiştir.¹¹ Kurumun içyapısıyla ilgili bu değişime ek olarak internet kullanıcılarına dönük geliştirmeler de sağlanmıştır. 2020 yılında Covid-19 tedbirleri kapsamında Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından 81 il müftülüğüne yazılı bir talimat gönderilerek dijital mecraların vaaz, irşat, manevi danışmanlık ve rehberlik faaliyetlerinde daha etkin kullanılması, sosyal medya hesaplarının bu tür hizmetlerde daha aktif hale getirilmesi istenmiştir.¹² Bu süreçle bağlantılı şekilde Diyanet İşleri Başkanlığının web siteleri, sosyal medya hesapları ve mobil uygulamalarına ek olarak 2021 yılında “Dijital Yayınlar Platformu” hizmete açılmıştır.¹³ Bu platformun açılışı, aynı zamanda kurumsal yapıdaki değişimle ilişkilidir. 07/02/2020 tarihli Resmî Gazetede yayımlanan 2020/58 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararıyla bir daire başkanlığı kadrosu ihdas edilmiş,¹⁴ 29 Mart 2021 tarihli ve 1100750 sayılı başkanlık onayı ile Dini Yayınlar Genel Müdürlüğünün alt birimleri arasına Dijital Yayınlar Daire Başkanlığı eklenmiştir. Böylelikle, temel görevi dijital mecralarda içerik üretmek olan müstakil bir birim kurulmuştur.¹⁵ 2024 yılı sonu itibarıyla söz konusu daire, Strateji Geliştirme Başkanlığı altında Dijital Hizmetler Daire Başkanlığı olarak hizmet vermeye devam etmektedir. Kurumun organizasyon şemasındaki bu değişikliğe ek olarak Diyanet İşleri Başkanlığının hizmet stratejisini belirleyen planlama belgelerinde dijital yayınlara son yıllarda özel vurgu yapıldığı görülmektedir. 2019-2023 stratejik planında ifade edildiği üzere 11. kalkınma planının 642. maddesinde dinî yayınlara yapılan vurgu¹⁶ ile bağlantılı olarak Diyanet, dijital yayınlara özel önem vereceğini politika belgesinde ifade etmiştir.¹⁷ Böylelikle Diyanet; basılı, süreli, radyo ve televizyon, yabancı dil ve lehçelerde yayınlarından ayrı olarak “dijital ve sosyal medya” yayınlarını yayın hizmetleri arasına dâhil etmiştir.¹⁸ 2024-2028 yılları arasını kapsayan stratejik plandaysa dijital yayınlara ilgili

¹¹ İbrahim Köse, “Diyanet İşleri Başkanlığı Pardus ve Açık Kaynak Dönüşümü Başarı Hikayesi”.

¹² Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, “Vaaz ve İrşad Hizmetlerinde Dijital Mecralar Daha Etkin Kullanılacak”, *www.diyaret.gov.tr* (18 Nisan 2020).

¹³ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, “Diyanet İşleri Başkanı Erbaş, Diyanet’in Yeni Dijital Platformunu Duyurdu”, *Diyanet İşleri Başkanlığı* (30 Nisan 2021).

¹⁴ DİB, “Diyanet İşleri Başkanlığı 2020 Ocak - Haziran Faaliyet Raporu” (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2020).

¹⁵ Dairenin görev ve faaliyetleri hakkında bk. “Dijital Dini Yayınlar”, *Medya ve Din, Diyanet TV Ankara* (10 Nisan 2020); “Dijital Yayınlar Daire Başkanlığı’nın Faaliyetleri”, *Diyanet Gündemi, Diyanet TV Ankara* (14 Ekim 2024); Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, “Diyanet İşleri Başkanlığı Görev ve Çalışma Yönergesi” (Diyanet İşleri Başkanlığı, ts.) (18.03.2028), md. 25/A.

¹⁶ Strateji ve Bütçe Başkanlığı Cumhurbaşkanlığı, “On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)” (Erişim 18 Mart 2025), 151.

¹⁷ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, *T.C. Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı Stratejik Plan 2019-2023* (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2018), 10.

¹⁸ DİB, *T.C. Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı Stratejik Plan 2019-2023*, 12.

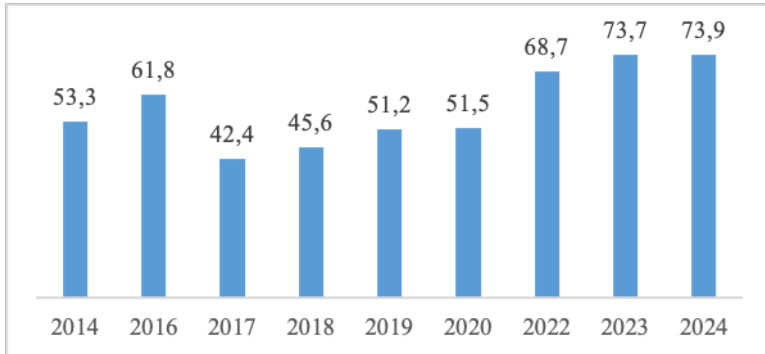
performans göstergeleri artırılarak¹⁹ kurumun dijital teknolojilere ilişkin entegrasyonu güçlendirilmiştir. Diyanet İşleri Başkanlığı bir taraftan dijital dünyaya yönelik hizmetler geliştirirken diğer taraftan 2021 yılındaki 8. *Dinî Yayınlar Kongresi* ve 2024 yılındaki 7. *Din Şûrasının* gündemini tamamen dijital dünyanın fırsat ve risklerini değerlendirmeye, tartışmaya açmış, böylelikle de teorik ve pratik yönleriyle dijital teknolojilerin ele alınmasını sağlamıştır.²⁰

1990'lı yıllardan itibaren Diyanet, güncel iletişim teknolojilerini takip ederek dinî sahadaki faaliyetlerini bu mecralarda da sürdürmenin çabası içinde olmuş, hem dünya hem de ülkemizdeki dijital dönüşüm süreçlerinden etkilenmiştir.

1. Diyanetin Dijital Dünyaya Yaklaşımı

Diyanetin dijital dönüşümü, kuşkusuz kamudaki dijital dönüşümden bağımsız düşünülemez. Türkiye’de 2000’li yılların başından itibaren uygulanan politikalarla hem kamu kurumları dijital dünyaya adapte edilmiş hem de vatandaşlar kamu kurumlarıyla ilgili iş ve işlemlerini iletişim teknolojileri marifetiyle yerine getirme alışkanlığı kazanmış, böylelikle kamuda dijital dönüşüm giderek yaygınlık kazanmıştır.²¹

Grafik 1. İnternet Kullanan Bireylerin Kişisel Amaçla Kamu Kurum/Kuruluşlarıyla İletişimde İnterneti Kullanma Oranı²²



¹⁹ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, *T.C. Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı Stratejik Plan (2024-2028)* (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2024).

²⁰ Bk. Fatih Kurt v.dğr. (ed.), “8. Dini Yayınlar Kongresi Dijital Yayıncılık” (Ankara: DİB Yayınları, 2021).

²¹ Kamuda dijital dönüşüm hakkında bk. Hüseyin Uslu, “Dijital Dönüşüm ve Kamu Hizmetleri Yönetimde Yenilikçi Yaklaşımlar ve Zorluklar”, *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi* 9/3 (2023), 15-31; Emine Çeliksoy - Ali Akça, “Türkiye’de Kamu Yönetiminde Yaşanan Dijital Dönüşüm Süreci”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 15/2 (2024), 445-.

²² TÜİK, “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”, <https://data.tuik.gov.tr/> (2024); TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022); TÜİK, “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”, <https://data.tuik.gov.tr/> (2020); TÜİK, “Hanehalkı Bilişim

Grafik 1'de görüldüğü üzere vatandaşların kişisel amaçla kamu kurum ve kuruluşlarıyla sağladığı iletişimde internet kullanım oranları 2017 yılından itibaren düzenli olarak artış göstermiştir. Kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinme oranları 2018 yılında yüzde 37,6 iken 2024 yılında bu oran yüzde 45 seviyesine ulaşmıştır.²³

Dijitalleşme, fırsat ve riskleriyle bir bütün olarak değerlendirilmesi gereken süreçleri kapsamaktadır. Dinî alan bakımından, dinî bilgilere erişim sınırı tamamen ortadan kalkarken dinî bilgi ya da kaynakların dezenformasyona uğratılması da mümkündür. Dinî ibadetlerin yerine getirilmesi için sadaka, zekât ödeme gibi işlemler dijital mecralardan rahatlıkla gerçekleştirilebilirken insanların dinî duygularını istismar ederek mali kaynak toplamak isteyen kimseler de dijital mecraları zemin olarak kullanmaktadır. Bu açıdan dijitalleşme, hem birtakım sorunlu alanları hem de zengin imkânları beraberinde getirmektedir. Bu noktada, dinî sahadaki dijitalleşme süreçlerinde etkinliği yukarıda belirtilen Diyanetin dijital dünyaya karşı yaklaşımını açıklamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun için cuma hutbeleri ile Diyanet İşleri Başkanlarının yazılarına temas etmek yol gösterici olabilir.

Diyanet İşleri Başkanlığının hazırladığı hutbelerde dijital teknolojiye karşı iki tür yaklaşım bulunduğu ifade edilebilir. Bunlardan ilki dijital teknolojilerin dinî, sosyal, kültürel ve bireysel hayata zararlarını, başka bir ifadeyle riskli alanlarını kapsamaktadır. Örneğin dijital mecraların insanların duygu ve kazançlarını istismar eden cinci, medyum, falcı ve üfürükçülere ortam hazırladığı;²⁴ aslında millî ve manevi değerlerin korunarak yeni nesillere taşınmasında sorumluluk sahibi olması beklenen kitle iletişim araçları ve sosyal medyanın bir kısmının haramların (zina, alkol, kumar gibi) normalleşmesine ve kötülüklerin yaygınlaşmasına zemin oluşturduğu;²⁵ fizikî ve sosyal hayatta olduğu gibi dijital mecralarda da dilin sebep olduğu nice günah ve haramın bulunduğu;²⁶ İslâm'ın yasakladığı davranışlardan (yalan, çarpıtma, iftira vb.) sanal âlemde de uzak durulması gerektiği;²⁷ cuma hutbelerinde üzerinde durulan problemli kullanım türlerinden bazılarını oluşturmaktadır. Hutbelerde bu tür

Teknolojileri Kullanım Araştırması", <https://data.tuik.gov.tr/> (2018); TÜİK, "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması", <https://data.tuik.gov.tr/> (2016); TÜİK, "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması", <https://data.tuik.gov.tr/> (2014).

²³ TÜİK, "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" (2018); TÜİK, "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" (2024).

²⁴ Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü DİB, "Gaybın Bilgisi Yalnızca Allah'a Aittir" (Diyanet İşleri Başkanlığı, 21 Şubat 2025).

²⁵ Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü DİB, "Mahremiyet İnsanı Saygın Kılar" (Diyanet İşleri Başkanlığı, 14 Şubat 2025).

²⁶ Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü DİB, "Dil, İnsanın Ya Cenneti Ya da Cehennemidir" (Diyanet İşleri Başkanlığı, 07 Şubat 2025).

²⁷ Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü DİB, "Âdâb-ı Muâşeretle de Rehberimiz Allah Resûlü (S.A.S)'dir." (Diyanet İşleri Başkanlığı, 23 Ağustos 2024).

problemlere karşı, İslâm'ın sunduğu çözüm önerileri de aktarılmaktadır. İkincisiye dijital teknolojilerin İslâm'ın mesajlarını aktarma, hayır ve hasenat için aracılık etme gibi fırsatlarını içermektedir. Sözelimi Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından İslâm'ın aziz milletimize ve bütün insanlığa aktarmak amacıyla Diyanet TV, Diyanet radyoları ve dijital mecraların kullanıldığına cuma hutbesinde değinilmiş;²⁸ (ailenin değeri hususunda) dijital dünyanın olumsuzlukları karşısında millî ve manevî değerlerimizi esas alan bir duruş sergilenmesi, yaşanan zamanın gerçeklerinden kopmadan ve dijital mecraların esiri olmadan değerleriyle birlikte aile olmak gerektiği vurgulanmıştır.²⁹ Ayrıca vatandaşlara zekât ve sadakaların Diyanet Vakfı'nın internet sitesi üzerinden de gönderilerek iyilik seferberliğine katkıda bulunabileceği³⁰ bilgisi cuma hutbesinde aktararak dijital teknolojilerin İslâm'ın emirlerini yerine getirmede bir araç olarak kullanılabileceği zımnen ifade edilmiştir.

Dijital teknoloji kullanımına yönelik cuma hutbelerine yansıyan iki yaklaşımın Diyanet İşleri Başkanlarının da bakış açısını yansıttığı söylenebilir. Mehmet Nuri Yılmaz (1992-2003) geleneksel kitle iletişim araçlarıyla birlikte bilgisayardan yararlanarak kitlelere yönelik irşat ve tebliğ programlarının düzenlenmesinin bir zaruret olduğunu ifade etmiş³¹ bilgisayarın gelişmesiyle beraber iletişim teknolojisinin “insana hizmet etmek” amacıyla kullanılması gerektiğini söyleyerek önümüzdeki zaman diliminin, bilgi ve enformasyon çağı olacağını belirtmiştir.³² Ali Bardakoğlu (2003-2010), Diyanet İşleri Başkanlığının toplumu din konusunda aydınlatma faaliyetlerindeki birikiminden söz etmiş, bu tecrübenin sahih bilgi ve çağdaş dünyanın idrakiyle birleştirilerek, teknolojinin sunduğu imkânlardan da *en üst seviyede* yararlanmak suretiyle daha ileri hizmetler icra edilmesi gerektiğini vurgulamıştır.³³ Mehmet Görmez (2010-2017) din görevlileri olarak yapılacak en önemli hizmetlerden birinin imaj ve görüntünün büyüüne kapılmadan *bütün teknolojik imkânlarla birlikte* sözün değerine inanmaya ve hikmetli sözü yüceltmeye devam ederek İslâm'ı anlatmak olduğunu kaydetmiştir.³⁴ Ali Erbaş (2017-2025) vaizlere hitap ettiği iki farklı konuşmasında şu ifadeleri kullanmıştır:

²⁸ Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü DİB, “Camiler ve Din Görevlileri: Hayrın Anahtarı, Şerrin Kilidi” (Diyanet İşleri Başkanlığı, 06 Ekim 2023).

²⁹ Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü, “Dijital Dünyada Değerleriyle Aile Olmak”, 25 Mayıs 2022.

³⁰ Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü DİB, “İyilik Köprüsü: Zekât ve Fıtır Sadakası” (Diyanet İşleri Başkanlığı, 14 Mart 2025).

³¹ Mehmet Nuri Yılmaz, “Din Hizmetlerinde Medyanın Yeri”, *Diyanet Aylık Dergi* 66 (Haziran 1996), n.y.

³² Mehmet Nuri Yılmaz, “Basın ve Din Hizmetleri”, *Diyanet Aylık Dergi* 66 (Haziran 1996), 4-9.

³³ Ali Bardakoğlu, “Diyanet İşleri Başkanı Prof. Dr. Ali Bardakoğlu: ‘Din Hizmetinin Birinci Ayağı İnsan Sevgisi, İkinci Ayağıysa Doğru Bilgidir’”, *Diyanet Aylık Dergi* 207 (Mart 2008), 24-27.

³⁴ Mehmet Görmez, “Söz Medeniyeti”, *Diyanet Aylık Dergi* 300 (Aralık 2015), 4-5.

“...Elbette teknolojinin imkânlarını en iyi şekilde kullanacağız. Zira insana, hayata ve dünyaya dair bir gelecek tasavvuru olanların bu çağın gerçekliklerine bigâne kalması düşünülemez. Dolayısıyla her alanda olduğu gibi dijital mecralarda da milletimize rehberlik edecek çalışmalar yapmak bizim en temel sorumluluğumuzdur.”³⁵

“... Teknolojik keşifleri, yenilikleri ve dijital dünyanın tüm gerçekliklerini dikkate alarak her alanda İslâm’ın eğitim, bilim, ticaret, iktisat, sanat, siyaset ve iletişime dair evrensel ahlakını, dijital dünyaya ve onun sağladığı imkânlarla tüm insanlığa yeniden teklif etme sorumluluğumuz ve zorunluluğumuz var. Gerçek âlemde olduğu gibi sanal âlemde de iyiliğin egemen olması için özveriyle gayret sarf etmeliyiz. Hayatın, Kur’an ve sünnet rehberliğinde yeniden inşası için dijital ortamda da elimizden gelen gayreti göstermeliyiz”³⁶

Diyanet İşleri Başkanlarının dijital teknolojilerle ilgili yaklaşımları yukarıda örnekleriyle sınırlandırmak mümkün değildir. Zira mezkûr Diyanet İşleri Başkanları tarafından dijital teknolojilerin olumsuzluklarına da sıkça temas edildiği görülmektedir.³⁷ Bu açıdan Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanan cuma hutbeleri ve Diyanet İşleri Başkanlarının görüşleri dijitalleşmeye yönelik tek boyutlu bir bakış açısı bulunmadığını, fırsatları ve riskleriyle birlikte konunun bütüncül yönleriyle açıklandığını ortaya koymaktadır. Söz konusu iki yaklaşımda bir taraftan dijital dünyanın risklerine karşı ihtiyatlı kullanımın tavsiye edildiği diğer taraftan dijital dünyanın dinî sorumluluk gereği teşvik edildiği söylenebilir.

2. İlgili Literatür

Diyanet İşleri Başkanlığının ağ tabanlı iletişim teknolojilerine yönelimi, sosyal bilimlerde farklı çalışmalarda karşılık bulmuştur. Bu konuda yapılan çalışmalardan -tespit edebildiğimiz kadarıyla- ilki Aydın ve Eken tarafından hazırlanan ve Kayseri’deki din görevlilerinin katıldığı saha araştırmasıdır. Çalışmanın sonuçları din görevlilerince sosyal medyanın büyük oranda önemli görüldüğünü ve benimsediğini; din görevlilerinin sosyal medya kullanımında iletişim ve bilgilenme motivasyonlarının yüksek, eğlenme motivasyonunun daha düşük olduğunu ortaya koymaktadır.³⁸ Çuhadar’ın çalışmasında Diyanet İşleri Başkanlığının web sitesi (www.diyanet.gov.tr), kurumsal sunum, dinî bilgi-eğitim ve etkileşim yönleriyle ele alınarak

³⁵ Ali Erbaş, “Dijital Mecralarda da Çalışmalar Yapmak Bizim En Temel Sorumluluğumuzdur”, *www.diyanet.gov.tr* (07 Kasım 2023).

³⁶ Ali Erbaş, “Hayatın, Kur’an ve Sünnet Rehberliğinde Yeniden İnşası İçin Dijital Ortamda da Gayret Göstermeliyiz”, *www.diyanet.gov.tr* (25 Mayıs 2023).

³⁷ Bk. Ali Bardakoğlu, “Doğru Bilgi ve Toplumsal Kaynaşma Bağlamında Medya ve Din”, *Diyanet Aylık Dergi* 212 (Ağustos 2008), 3; Mehmet Görmez, “Sanal Dünyada Gerçeklik”, *Diyanet Aylık Dergi* 315 (Mart 2017), 4-5; Ali Erbaş, “Tebliğde Dil ve Üslup”, *Diyanet Aylık Dergi* 330 (Haziran 2018), 4-5; Ali Erbaş, “Radikalizm”, *Diyanet Aylık Dergi* 367 (Temmuz 2012), 4-5.

³⁸ Hakan Aydın - Metin Eken, “Din Görevlilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”, *Medya ve Din*, ed. Mete Çamdereli v.dğr. (İstanbul: Köprü Kitapları, 2014), 377- 405.

betimleyici açıklamalar yapılırken³⁹ Aydın, 1-8 Nisan 2016 tarihleri arasındaki verileri esas alarak Diyanetin merkez ile taşra teşkilatının sosyal medya kullanımını nicel ve nitel bilgiler etrafında değerlendirmiştir. Aydın’a göre Diyanetin sosyal medya yaklaşım ve politikalarında iki unsur öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi kurumun misyonlarıyla bağlantılı şekilde sosyal medyanın kullanımı iken ikincisi sosyal medyaya yönelik eleştirel sorgulamaların da yapıldığı yönündedir. Araştırmanın bulguları, bazı il müftülüklerinin sosyal medyada hesaplarının bulunmadığı, bazılarının daha yüksek sayıda içerik paylaştığı, il müftülüklerinin özellikle Facebook’ta hesabının bulunduğunu şeklindedir. İlave ten çalışmada ikinci düzeyde ilgi gösterilen sosyal medya platformunun Twitter, en az ilgi gösterilen mecranın da Youtube olduğu, diğer mecralaraysa hiç ilgi gösterilmediği anlaşılmıştır. Çalışmanın verilerinin toplandığı tarih aralığında Aydın, Diyanetin taşra teşkilatını oluşturan il müftülüklerinin sosyal medyaya çok fazla ilgi göstermediklerini, il müftülüklerinin sadece dörtte birinin sosyal medyaya yönelik kurumsal tercihte bulunduklarını ifade etmektedir.⁴⁰

Sayan’ın çalışması, Aydın’ın ulaştığı sonuçları bir taraftan desteklerken diğer yandan da genişletmektedir. Diyanetin kamu kurumları arasında sosyal medyayı erken dönemden itibaren kullanmaya başladığını ifade eden Sayan, tıpkı Aydın gibi Diyanetin merkez ve taşra teşkilatının (il müftülükleri) sosyal medya kullanım pratiklerine, sosyal medya hesaplarının takipçi sayılarına, hangi mecraların kullanıldığına odaklanırken bunun yanında taşra teşkilatının sosyal medya içeriklerine ilişkin analizi de çalışmasına dâhil etmiştir. 13 Nisan-10 Haziran 2021 tarihleri arasındaki verilere dayanan çalışmada, Diyanetin merkez teşkilatında Başkanlık, DİB Ali Erbaş ile Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğünün, taşra teşkilatındaysa yetmiş dört il müftülüğünün sosyal medya hesabı bulunduğu tespit edilmiştir. İl müftülüklerinden takipçi sayıları yüksek olanlardan ilk beş tanesinin Facebook ve Twitter hesapları analize tabi tutulmuştur. Buna göre il müftülüklerinin Facebook paylaşımlarının yüzde 41’i dinî bilgilendirme, yüzde 32’si haber, yüzde 27’si de etkinliklerden; Twitter paylaşımlarının ise yüzde 30’u retweet, yüzde 29’u haberler, yüzde 20’si dinî bilgilendirme, yüzde 13’ü etkinlikler ve yüzde 8’i yardımlardan oluşmaktadır⁴¹. Sayan’ın çalışması, Diyanetin sosyal medya platformlarındaki etkinliğini artırdığını göstermektedir. Buraya kadar zikredilen çalışmalar, sadece Diyanetin kullanım pratiklerine ve içeriklerine odaklanırken Göksu’nun çalışmasında Diyanet ile Çay House Derneği’nin hesapları kıyaslanmıştır. Göksu, çeşitli verilerden hareketle Diyanete dijital dünyada neler yapılması gerektiğine

³⁹ Çuhadar, “Dijitalleşen Din ve Diyanet”.

⁴⁰ Hakan Aydın, “Diyanet İşleri Başkanlığı Merkez ve Taşra Teşkilatının Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir İnceleme”, *NWSA Academic Journals* 11/3 (2016), 203-212.

⁴¹ Yunus Emre Sayan, “Diyanet İşleri Başkanlığı’nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/2 (2021), 317-340.

dair önerilerde bulunmaktadır.⁴² Dereli ise Diyanetin merkez teşkilatı tarafından yönetilen web siteleri ve sosyal medya hesaplarına (Din İşleri Yüksek Kurulu, Diyanet Basın Merkezi, Diyanet Haber, Diyanet Dijital ve Diyanet TV) ilişkin tespitlerde bulunmaktadır. Dereli, Diyanetin dijital dünyadaki varlığına yönelik kullanım kolaylığının artırılması, karmaşıklıkların giderilmesi, gençlere hitap açısından düzenlemelerin yapılması, sosyal medya hesaplarının etkinlik düzeyinin yükseltilmesi ve yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılması yönünde önerilerde bulunmaktadır.⁴³ Literatürde tespit edebildiğimiz çalışmalar bunlarla sınırlı değildir. Kısaca değinmek gerekirse Demir, Diyanetin sosyal medya hesaplarını salgın dönemindeki içeriklerle sınırlandırarak bir çalışma hazırlamış,⁴⁴ Diyanetin dijital mecralardaki etkinliği ve istatistikleri Arslan tarafından ele alınmıştır.⁴⁵ Aras, yüksek lisans tezinde Diyanetin twitter hesabında yapılan paylaşımları inceleyerek betimsel değerlendirmelere yer vermiş,⁴⁶ Okumuş'un makalesindeyse Diyanetin diplomasideki rolü ele alınarak, kendi resmî web siteleri ve sosyal medya hesaplarında Diyanetin diyalogsal ilişki düzeyi tartışılmıştır.⁴⁷ Koçyiğit, Diyanetin İngilizce içerik paylaşan sosyal medya hesabını analiz ederek en fazla dinî bilgi, resmî açıklama, sosyal ve toplumsal meselelerle alakalı paylaşımlar yapıldığını tespit etmiştir.⁴⁸ Boz ve Erşahin literatürdeki genel eğilimlerden farklı olarak Diyanetin basın hesabındaki paylaşımlar ile cuma hutbesi metinlerini karşılaştırarak literatüre önemli bir katkı sağlamıştır. Akademisyenler *Digital Media and The Sacred* başlıklı çalışmalarında mesajın medyatikleşmesinin sekülerleştirici rolünü vurgulamaktadır.⁴⁹ Bütün bu çalışmaların ortak

⁴² Oğuz Göksu, "Dinin Dijitalleşmesi: Dinin İletişiminde ve Öğretilmesinde Kullanılan Dijital Araçlar Bağlamında Diyanet İşleri Başkanlığı ve Çay House Örnekleri", *İletişimin Dijital Boyutu*, ed. Oğuz Göksu (Konya: Literatürk Yayınları, 2019), 11-40.

⁴³ Mustafa Derviş Dereli, "Dijital Dünyada Dinî Kurumların Geleceği: Diyanet İşleri Başkanlığı Örneği", *Yeni Türkiye Yüzyılında Diyanet*, ed. Mustafa Bakırcı (Ankara: İlâhiyât Yayınları, 2025), 301-329.

⁴⁴ Ali Eren Demir, "Modern Zamanlarda Salgın ve Dinin Yeni Rolü: Diyanet İşleri Başkanlığı Twitter Hesabı Örneği", *Anadolu 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, ed. Gültekin Gürçay - Khorram Manafidizaji (UBAK Publications, 2021), 124-140.

⁴⁵ Arslan, "Dini İçerikli Yayıncılıkta Diyanet Tecrübesi".

⁴⁶ Sümeyye Aras, *Diyanet İşleri Başkanlığının Sosyal Medya Kullanımı - Twitter Örneği* (Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021).

⁴⁷ Meryem Okumuş, "Bir Dini Diplomasi Aktörü Olarak Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Dijital Hesaplarının Diyalogsal İlişki Açısından Analizi", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/1 (2021), 153-170.

⁴⁸ Ahmet Koçyiğit, "Formation and Change of Beliefs through Online Environments: Analysis on the 'Diyanet English' X Account", *Journal of Media and Religion Studies* 7/2 (2024), 123-443.

⁴⁹ Nevfel Boz - Zehra Erşahin, "Digital Media and The Sacred", *The Routledge Handbook of Language and Religion*, ed. Stephen Pihlaja - Helen Ringrow (New York: Routledge, 2024), 39-52.

noktasının Diyanetin dijital dünyadaki içerikleri, yetkinliği, kapasitesi ve uygulamalarını temel almaları ve genel olarak Diyanetin dijital dünyada neler yapması gerektiği üzerinde durmalarıdır.

3. Yöntem ve Araştırma Soruları

Diyanet İşleri Başkanlığının dijital dönüşümüne bağlı olarak dijitale yaklaşımında farklılık bulunup bulunmadığı bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır. Araştırmanın temel sorusu; “Diyanetin dijitale yaklaşımında değişim bulunmakta mıdır?” olarak belirlenmiştir. Bu esas etrafında çalışmanın araştırma soruları şöyledir:

1. *Diyanet Aylık Dergi*’de yayınlanan dijitalleşmeyle ilişkili yazıların sayısında dönemlere göre farklılık bulunmakta mıdır?
2. *Diyanet Aylık Dergi*’deki dijitalleşmeyle ilgili yazıların müelliflerinin unvanları nedir?
3. *Diyanet Aylık Dergi*’deki yazıların başlığında kullanılan ifadeler nasıl çağrışım yapmaktadır? Bu çağrışım dönemlere göre farklılık göstermekte midir?
4. Yazıların genelinde dijital teknolojilere ilişkin bakış açısı nedir? Bu bakış açısında dönemlere göre farklılık var mıdır?
5. Yazılarda dijital teknoloji kullanıma yönelik teşvik içeren ifade var mıdır? Varsa dönemlere göre farklılık göstermekte midir?
6. Yazılarda dijital teknolojilerden uzak durulması gerektiğini içeren ifade var mıdır? Varsa dönemlere göre farklılık göstermekte midir?

Diyanet İşleri Başkanlığının dijital teknoloji kullanım pratiklerinin yaygınlaşmasına bağlı olarak *Diyanet Aylık Dergi*’deki dijitalleşmeyle ilişkili yazıların analiz edilmesi, dijital teknolojiler konusunda Diyanetin yaklaşım biçiminin değişip değişmediğini göstermesi açısından veri sunabilir. Bu nedenle örtük anlamları açığa çıkarmak için hazırlanan bu çalışmada içerik analizi tekniği kullanılarak dijitalleşme konusundaki yaklaşımların yıllara göre değişip değişmediği tespit edilmektedir.

İçerik analizi, toplumsal araştırmalarda kökeni 1920’lere dayanan ve günümüze dek kullanım yoğunluğu artan bir gözlem tekniğidir.⁵⁰ Geleneksel medya içeriklerinin çözümlenmesine yönelik bir yöntem olarak ortaya çıkan içerik analizinin kullanım alanı bireysel ve kurumsal içeriklerin çözümlenmesi de dâhil edilerek zamanla genişlemiştir. Özellikle medya içeriklerinin analizinde kullanılan bu teknik sayesinde görsel, işitsel ya da metinsel olsun bütün içerikler çözümlenebilmektedir. Daha açık ifadesiyle her türden içeriği, bu teknikle analiz etmek mümkündür.⁵¹ Bir metnin mesajları, anlamları, sembollerini açığa çıkarmaya imkân

⁵⁰ Aysel Aziz, *Araştırma Yöntemleri - Teknikleri ve İletişim* (Ankara: İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD), 1990), 105.

⁵¹ Haluk Geray, *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle* (Ankara: Siyasal Kitabevi, 2004), 133.

sağlayan içerik analizi;⁵² yaklaşımına, sürecine ve kodlama usulüne göre türlere ayrılmaktadır. Bunlar arasında, yaklaşımına göre içerik analizi, nitel yönelimli ya da nicel yönelimli olarak iki başlıkta ele alınmaktadır. Toplanan veriler her halükarda nitel (kelimeler, cümleler, görüntüler vs.) iken nitel verilerin analizinde nicel yöntemlerin kullanılması *nicel içerik analizi*; daha çok nitel yöntemlerin kullanılmasıysa *nitel içerik analizi* olarak kabul edilmektedir.⁵³ Nicel içerik analizinde araştırma konusu metinlerdeki kavramların tespit edilmesi ve sıklığının belirlenebilmesi için kategoriler ve kodlardan yararlanılmaktadır. Böylelikle nicel verilerden hareketle gerçekliğe ulaşılması hedeflenmektedir.⁵⁴ Kullanım alanları açısından bu çalışmada nicel içerik analizi tercih edilmiştir.

Çalışmanın evrenini *Diyanet Aylık Dergi*'nin 1991-2023 yılları arasındaki tüm sayıları oluşturmaktadır. Geniş bir zaman dilimini içeren bu dönemde, amaçlı örneklem tekniğine başvurularak dijitalleşmeyle ilgili başlıkları ve/veya dijital teknoloji görseli bulunan yazılar çalışmanın kapsamına alınmıştır. Bu noktada, *Diyanet Aylık Dergi*'deki yazıların Diyanetin görüşlerini yansıtıp yansıtmadığı tartışma konusu olabilir. Kaldı ki yazıların tamamı Diyanet yetkilileri tarafından kaleme alınmamıştır. Ancak Diyanetin yayınlarını düzenleyen yönetmeliğe göre süreli yayınlarda yer alacak içeriklerin (metin, görsel ya da çizim) yayınlanıp yayınlanmaması, kurumdaki inceleme komisyonuna bağlıdır.⁵⁵ Bu çerçevede Diyanetin yayın politikası ve görüşleriyle örtüşen yazıların dergide yayınlandığı ifade edilebilir.

4. Bulgular ve Değerlendirme

Diyanet Aylık Dergi'de söz konusu süreler arasında toplam 100 adet yazı belirlenmiştir. Ancak bunlardan 13 adedi, çalışmanın analiziyle ilişkisi bulunmaması nedeniyle kapsam dışına alınmıştır. Bu itibarla içerik analizleri 87 yazı⁵⁶ üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Diyanet İşleri Başkanlığının dijital teknolojilere entegrasyonunu başlangıç dönemi (1997-2011) ile yoğunlaşma dönemi (2012-2023) olarak ikiye ayırmanın kurumun pratikleriyle örtüştüğü giriş bölümünde zikredilmişti. Bu çerçevede içerik analizinde bu ayırım temel alınarak bulgular değerlendirilmiştir.

⁵² W. Lawrance Neuman, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nicel ve Nitel Yaklaşımlar* (Ankara: Siyasal Kitabevi, 2022), 589.

⁵³ Ahmet Güler v.dğr., *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015), 337-338.

⁵⁴ Osman Metin - Şükriye Ünal, "İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 22/Özel Sayı 2 (2022), 275.

⁵⁵ Diyanet İşleri Başkanlığı DİB, "Diyanet İşleri Başkanlığı Yayın Yönetmeliği", *Resmî Gazete (Tarih: 05.10.2019 Sayı 30909)* (Erişim 30 Mart 2025), md. 11.

⁵⁶ Bk. Çalışmanın kapsamına alınan yazılara ilişkin Ek 1 Tablo

Tablo 1. Yazıların Yıllara Göre Değişimi

	Yıllar	Sayı	Oran
Başlangıç	1991-2011	24	27,6
Yoğunlaşma	2012-2023	63	72,4
Toplam	32	87	100

Diyanet Aylık Dergi'deki yazıların dağılımı, kurumun dijital dönüşümüyle anlamlı bir bütüne kavuşmaktadır. *Başlangıç* döneminde (yirmi yıl) dijitalleşmeyle ilgili yüzde 27,6 olarak belirlenen yazı oranı *yoğunlaşma* döneminde (on bir yıl) yüzde 72,4'e yükselmiştir. Böylelikle Diyanetin, teknik ve pratik olarak dijitalleşmeye odaklanması, *Diyanet Aylık Dergi* içeriklerine de yansımıştır.

Tablo 2. Yazıların Başlığında Dijitalleşmeyle İlişkili İfadeler

	İnternet	Bilgisayar	Sosyal Medya / Ağ	Dijital	Terim Yok	Elektronik	Sanal	Piksel	Siber	Mobil - Akıllı Telefon	Metaverse	Yeni Medya	Bilgisayar ve İnternet
1991/ 2011	5	5	0	0	8	1	3	0	0	0	0	0	2
2012/ 2023	1	0	10	19	16	1	10	1	1	1	1	1	1
Toplam	6	5	10	19	24	2	13	1	1	1	1	1	3

İncelenen yazılarda dijitalleşmeyle ilişkili farklı ifadelerin bulunduğu Tablo 2'den anlaşılmaktadır. İnternet ve bilgisayarın Türkiye'de yaygınlaşmaya başladığı 1991-2011 yılları arasını kapsayan süreçte “internet”, “bilgisayar”, “sanal” ve “elektronik” kelimeleri yazı başlıklarında kullanılırken 2012-2023 yılları arasındaki yazılarda artık “sosyal medya”, “sosyal ağ”, “dijital” ve “sanal” kelimelerinin kullanımı artmıştır. Bununla birlikte mobil-akıllı telefon, metaverse, yeni medya gibi kelimelerin de başlıklarda yer aldığı fark edilmektedir. “Terim yok” olarak kodlanan yazılarda dijitalleşmeyle bağlantılı görseller bulunduğundan analize dâhil edilmiştir.

Tablo 3. Yazının Tasarımında Dijitalle İlişkili Görsel Yer Alma Durumu

	Sayı	Yüzde
Evet	73	83,9
Hayır	14	16,1
Toplam	87	100

Analiz edilen yazıların yüzde 83,9'unda dijitalle ilişkili görsel ya da tasarım bulunmaktadır. Bu görseller bilgisayar ekranı, akıllı cihaz (telefon, tablet) network imgesi gibi görsellerden oluşmaktadır. Şekil 1'de *Diyanet Aylık Dergi*'deki, dijitalle ilişkili kapakların bazılarına yer verilmiştir. Derginin kapağında ilk zamanlar negatif temsiller ve konular bulunurken zamanla daha nötr terim ve görsellerin tercih edildiği anlaşılmaktadır.

Şekil 1. Dijital Teknolojiyle Bağlantılı Kapak Örnekleri**Tablo 4. Yazıların Müellifi⁵⁷**

	Sayı	Yüzde
Diyanet Yetkilisi	36	41,4
İlahiyat Akademisyeni	18	20,7
Belirtilmemiş	13	14,9
İletişim Akademisyeni	9	10,3
Psikiyatr – Psikiyatri Uzmanı	5	5,7
Diğer	4	4,6
Kamu Kurumlarından Yetkili	2	2,3
Toplam	87	100

⁵⁷ Yazılarda unvan ya da kurum bilgisi bulunmayan müellifler, “Belirtilmemiş” şeklinde kodlanmıştır. Bununla birlikte bunlar arasındaki bilgisine erişilebilen yazarların unvanları, uygun koda işlenerek tabloya dâhil edilmiştir.

Diyanet İşleri Başkanı, Diyanet İşleri Başkan Yardımcısı, Din İşleri Yüksek Kurulu Üyesi, Genel Müdür, Daire Başkanı, Başkanlık Vaizi gibi unvanlardaki yazarlar “Diyanet yetkilisi” olarak kodlanmıştır. Tablo 4’te görüldüğü üzere incelenen makalelerin büyük çoğunluğunun müellifi Diyanet yetkililerinden oluşmaktadır. Buna ek olarak ilahiyat ya da İslâmi ilimler fakültelerinden yazarların oranı yüzde 20,7 olarak tespit edilmiştir. Dijitalleşmeyle bağlantılı yazılarda iletişim fakültesi akademisyenlerinin oranı yüzde 10,3, psikiyatr ya da psikiyatri uzmanı unvanındaki yazarların oranı yüzde 5,7’dir. Diğer şeklinde kodlanan yazarların unvanları yüzde 4,6 olarak belirlenmiştir ki bu kodlamadaki yazarlarda tıp fakültesi öğretim üyesi, bilişim uzmanı, Orsam araştırma asistanı, SODİGEM Başkanı unvanları bulunmaktadır. Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü yetkililerinden oluşan ve Kamu Kurumlarından Yetkili olarak kodlanan yazıların oranı yüzde 2,3’dir. Yazar bilgisi (unvanı, kurum bilgisi) bulunmayan müelliflerin oranıysa yüzde 14,9’dur. Bu sonuçlar dikkate alındığında *Diyanet Aylık Dergi*’de dijitalleşmeyle bağlantılı yazıların büyük çoğunluğunu Diyanet yetkilisi ve ilahiyat akademisyenlerinin kaleme aldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Yazının Başlığında Kullanılan Terimin Çağrışımları

	Sayı	Yüzde
Olumlu	1	1,1
Olumsuz	18	20,7
Nötr	50	57,5
Terim Kullanılmıyor	18	20,7
Toplam	87	100

Diyanet Aylık Dergi’deki dijitalleşmeyle bağlantılı yazıların başlığında kullanılan ifadelerin yüzde 1,1’inde olumlu; yüzde 20,7’sinde olumsuz ve yüzde 57,5’indeyse ne olumlu ne de olumsuz ifadelerin bulunduğu tespit edilmiştir. Bunun dışında yazıların yüzde 20,7’sinde dijitalleşmeyle bağlantılı kelimeler kullanılmamıştır. “Çağdaş hurafeler”, “bilgisayar ve şiddet”, “sanal bağımlılık ve yalnızlık uygarlığı”, “algı yönetimi ve psikolojik manipülasyon” gibi olumsuz anlam yüklenen başlıkların oranı olumlu çağrışım yapan yazılardan oldukça yüksek oranda bulunmaktadır. “İnternet”, “bilgisayar ve internet”, “internet ve eğitim”, “sosyal ağlar ve iletişim”, “papirüsten piksele”, “dijital dünyada dinî hayatımız”, “teoloji, teknoloji ve dijital kültür” gibi nötr ifadelerden oluşan başlıklar en yüksek orana sahip yazılardır.

Tablo 6. Yazının Başlığında Kullanılan Terimin Yıllara Göre Ayrımı

	Olumlu	Olumsuz	Nötr	Terim yok	Toplam
1991-2011	0	5	12	7	24
	0%	20,8%	50%	29,2%	100%
2012-2023	1	13	38	11	63
	1,6%	20,6%	60,3%	17,5%	100,0%
Toplam	1	18	50	18	87
	1,1%	20,7%	57,5%	20,7%	100%

Diyanetin dijital entegrasyonunu iki evreye ayırdığımızda, başlangıç (1991-2011) ile yoğunlaşma (2012-2023) dönemlerinde hem olumlu hem de olumsuz terimlerin başlıkta kullanıldığı yazılarda kayda değer bir farklılık bulunmazken nötr başlıklar tercih edilen yazıların oranında yüzde 10'luk bir artış belirlenmiştir.

Tablo 7. Yazının Genelinde Dijitalle İlgili Bakış Açısı

	Sayı	Yüzde
Olumlu	13	14,9
Olumsuz	50	57,5
Nötr	24	27,6
Toplam	87	100

Başlıklardaki tespitten farklı olarak analiz kapsamına alınan yazıların yüzde 57,5'inde olumsuz bir perspektif sergilenirken yüzde 14,9'unda olumlu bir bakış açısı sergilenmektedir. Olumsuz olarak görülen yazılarda dijital teknolojilerin sorunlu yanlarından bahsedilirken olumlu yazılarda dijitalleşmenin imkân ve fırsatları dile getirilmektedir. Dijital teknolojilerin olumsuz yönlerinin daha fazla ele alınması Diyanetin dijital teknolojiler konusunda farkındalık oluşturma çabası olarak değerlendirilebilir.

Yazılarda, olumlu olarak kodlanan kısımlarda ağırlıklı olarak dijital teknolojilerin fırsatlarına ve gündelik hayattaki işlevselliğine (insanlığa hizmet, din konusunda toplumu aydınlatma aracı, bilgiye erişim, iletişimi güçlendirme, engellerin aşılması, sosyalleşme, kolaylık vd.) temas edilmektedir. Olumsuz olarak kodlanan kısımlardaysa bağımlılık, narsizm, gösterişçilik, zaman kaybı, gözetleme/mahremiyet ihlali, terör, İslâm'a saldırı, zorbalık, tüketim çılgınlığı, din istismarı, dezenformasyon gibi dijital teknolojilerin dinî, bireysel ya da toplumsal alandaki sorunlu taraflarına atıfta bulunmaktadır.

Tablo 8. Yazının Genelinde Dijitalle İlgili Bakış Açısının Yıllara Göre Ayrımı

	Olumlu	Olumsuz	Nötr
1991-2011	7	14	3
	29,2%	58,3%	12,5%
2012-2023	6	36	21
	9,5%	57,1%	33,3%
Toplam	13	50	24
	14,9%	57,5%	27,6%

Tablo 8'in gösterdiği gibi 1991-2011 yılları arasında olumlu kanaatleri kapsayan yazıların oranı yüzde 29,2 iken bu oran 2012-2023 yılları arasında yüzde 9,5'e düşmüştür. Olumsuz kanaatleri içeren yazıların oranında kayda değer bir farklılık bulunmamış, ancak tarafsız bir şekilde dijital teknolojileri değerlendiren yazıların oranı 1991-2011 yılları arasında yüzde 12,5 2012-2023 yılları arasında yüzde 33,3 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla yoğunlaşma döneminde tarafsız bakış açısındaki yazıların oranında açık bir farklılık görülmektedir. Buna bağlı olarak dijital teknolojilerin Diyanetin çalışma sahasında yoğun kullanımıyla tarafsız değerlendirmelerin arasında yakın ilişki bulunduğu söylenebilir.

Tablo 9. Yazıda Dijital Teknoloji Kullanımına Yönelik Teşvik Durumu

	Sayı	Yüzde
Evet	36	41,4
Hayır	51	58,6
Toplam	87	100

Dijital teknoloji kullanımına yönelik teşvikin bulunup bulunmaması, Diyanetin yaklaşımında belirleyici olarak değerlendirilebilir. Bu bakımdan yazılarda dijital teknoloji kullanımına yönelik doğrudan ya da dolaylı teşvik bulunup bulunmadığı analize dâhil edilmiştir. İncelen yazıların yüzde 58,6'sında dijital teknoloji kullanımına yönelik teşvik edici ifadeye rastlanmazken yüzde 41,4'ünde teşvik ifadeleri tespit edilmiştir. Bu ifadeler Tablo 11'de gösterilmiştir:

Tablo 10. Dijital Teknolojiye Teşvik İfadelerinin Yıllara Göre Ayrımı

	Evet	Hayır	Toplam
1991-2011	10	14	24
	41,7%	58,3%	100%
2012-2023	26	37	63
	41,3%	58,7%	100%
Toplam	36	51	87
	41,4%	58,6%	100%

Tablo 10’da görüldüğü gibi dijital teknoloji kullanımını teşvik içeren ifade ya da cümlelerin oranında bir farklılık neredeyse bulunmamaktadır. Bu durumda dijital dönüşümün yoğunlaşmasıyla dijital teknolojiyi teşvik arasında ilişki bulunmadığı söylenebilir.

Tablo 11. Dijital Teknolojiyi Teşvik İfadelerinden Örnekler

“Sonuç olarak, teknolojinin esiri olmayalım. Teknoloji bizi değil, biz teknolojiyi yönetelim.”

“Sosyal medyanın kurduğu ahlaksızlık batağına ve ölçsüzlük tuzağına düşmemek için Müslüman insanların bu alanda meşru hususları paylaşımları, sosyal medyayı faydalı bilgi ve haberlerden yararlanan ve yararlandıran bir araç haline getirmeleri gerekir.”

“İslâm’ın eğitim, bilim, ticaret, iktisat, sanat, siyaset ve iletişime dair evrensel ahlakını, dijital dünyaya ve onun sağladığı imkânlarla tüm insanlığa yeniden teklif etmeliyiz.”

“...Bu değerlerin bütün boyutlarıyla dijital dünyaya taşınması ise her Müslüman için iman ve kulluk sorumluluğudur”

“...kültürel etkileşimin odağında yer alan internet ve yeni medya unsurlarından büsbütün uzak kalmak elbette önerilecek bir yaklaşım olamaz ve yarının dünyasında böyle bir inziva makul de değildir.”

“...medeniyetimizin üzerine kurulu olduğu temel hassasiyetleri sosyal medyaya taşıyarak karşılıklı anlayışın, empatinin hâkim olduğu dijital bir habitat meydana getirebiliriz”

Tablo 12. Dijitalden Uzak Durulması, Mesafeli Tutum Sergilenmesi Mesajı İçeren Yazılar

	Sayı	Yüzde
Evet	21	24,1
Hayır	66	75,9
Toplam	87	100

İncelenen yazıların yüzde 24,1’inde dijitalden uzak durulması ya da dikkatli olunması gerektiği ifadeleri⁵⁸ bulunurken yüzde 75,9’unda bu mesaja rastlanmamıştır. Bu bakımdan yazılarda dijitalden uzak kalınması gerektiği mesajına daha az oranda yer verildiği söylenebilir.

Tablo 13. Dijitalden Uzak Durulması, Mesafeli Tutum Sergilenmesi Mesajının Yıllara Göre Ayrımı

	Evet	Hayır	Toplam
1991-2011	11	13	24
	45,8%	54,2%	100%
2012-2023	10	53	63
	15,9%	84,1%	100%
Toplam	21	66	87
	24,1%	75,9%	100%

Analiz sonucunda dijitalden uzak durulması mesajının bulunduğu yazıların 1991-2011 yılları arası dönemde yüzde 45,8’den 2021-2023 yılları arasında yüzde 15,9’a kadar düştüğü belirlenmiştir. Böylelikle dijital teknolojiden kaçınma anlamındaki değerlendirmelerde azalış tespit edilmiştir. Tersine dijital teknolojilerden uzak durma mesajı bulunmayan yazıların oranı 1991-2011 yılları arasında yüzde 54,2 iken 2012-2023 yılları arasında bu oran yüzde 84,1’e yükselmiştir.

Tablo 14. Dijitalden Uzak Durulması, Mesafeli Tutum Sergilenmesi Yönündeki İfadelerden Örnekler

“...Ama direnmemiz gerek diye düşünüyorum. Ben evime ADSL almadım, çocuklarıma bilgisayar oyunları oynatmıyorum. Akşamları ev gezmelerine gittiğim zaman çocuklarımı mutlaka götürüyorum.”

⁵⁸ Bazıları için bk. Tablo 14.

“...Güzel insanlara tavsiyem; ramazan orucuyla e-orucu birleştirerek tutmaları, e-orucu tutarken internet ve cep kullanımına gerçekten ne kadar ihtiyacımızın olduğu sorusunu sormaları.”

“...Dolayısıyla önce bu kirli havayı (dijital dünya) teneffüs etmekten kurtulmak ... gerekiyor”

“...Bu anlamda yer yer bir tür sosyal medya arınması hem hayırlı işlere zaman ayırma imkânı sunacak hem de bu zararlı etkenlere maruz kalma ihtimalini sınırlı hâle getirecektir.”

Sonuç

Türkiye’de dijital dönüşüm, dinî hizmet üreten kurumları hukuki, yapısal ve uygulama bağlamında yeniliklere yönlendirmiştir. Türkiye’de yaygın hizmet çeşitliliğiyle Diyanet İşleri Başkanlığında 1990’lı yıllardan itibaren aşama aşama dijital dönüşüm gerçekleşmiştir. Web sitesiyle başlayan dijital dünyaya adaptasyon süreci, e-devlet uygulamaları, sosyal medya, video paylaşım siteleri, mobil uygulamalar, arayüz yenilikleri, kurumsal yapı değişiklikleri ve dijital içerik üretimlerindeki artışla günümüze taşınmıştır. Bu çalışma, dijital dönüşümle bağlantılı olarak Diyanet İşleri Başkanlığının dijital dünyaya karşı yaklaşımında değişim bulunup bulunmadığı sorununun hareketle tasarlanmıştır. Kuşkusuz, Diyanet İşleri Başkanlığının dijital dönüşümü, farklı çalışmalardan istifade edilerek ya da kamu politikası belgeleri karşılaştırılarak çözümlenebilir. Ancak bu durum, dijitalleşmeyle ilgili süreci teknik bir boyuta indirme ihtimalini barındırmaktadır. Oysa bu çalışmada *Diyanet Aylık Dergi*’de yayımlanan dijitalleşmeyle bağlantılı makaleler analiz edilerek problemin çözümlenmesine çalışılmış, böylelikle literatüre önemli ölçüde katkı sağlanmıştır.

Dijital dünya, dinî alanda her halükarda paradoksal bir bütünü ifade etmektedir. Dijital dünyanın fırsatları (dinî kaynaklara erişim, geniş kitlelere ulaşma, hayır işlerini kolaylaştırma, ibadetleri organize etme vd.) ve riskleri (dinî bilgilerin manipülasyonu, dinin istismar edilmesi, dinî içeriklerde otorite sorunsalı vd.) bu paradoksun genişleyebileceğini de göstermektedir. Ancak riskleri ortadan kaldırmanın yolu olarak fırsatlarına odaklanılarak dinî alanda karar verme süreçlerine tesir etmekle mümkündür. Bu çalışmada Diyanetin bu ikilemde riskleri anlattığı, ancak fırsatlarını da merkeze aldığı anlaşılmaktadır.

Diyanet Aylık Dergi’den örnekleme alınan yazılar, dijital dünyaya yönelik iki tip bakış açısı bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bunlardan birincisi dijitalleşmenin avantajlarına diğeryse dezavantajlarına odaklanmaktadır. Bu bakımdan Diyanetin, dijitalleşme süreci ve pratiklerine ne ütöpik ne de distöpik bir yaklaşım sergilediği söylenebilir. Çalışmanın dikkat çeken sonucu, dijital teknolojileri kullanmaya teşvik edici ifadelerin oranında kayda değer bir değişim bulunmazken, dijital teknolojilerden uzak durulması yönündeki ifadelerin oranında açık bir

farklılık bulunmasıdır. Daha açık ifadesiyle 1991-2011 yılları arasındaki yazılarda dijital teknolojilerden kaçınma mesajı yazıların yaklaşık yarısına hâkimken 2012-2023 yılları arasında bu oran yaklaşık yüzde 16 seviyesine gerilemiştir. Bu durumun Diyanet İşleri Başkanlığının dijital dönüşümüyle bağlantısı olduğu, bu çalışmanın temel sonuçları arasında yer almaktadır. Çalışmanın sonunda şu önerilerde bulunulması yararlı görülmektedir:

Akademik çalışmalara yönelik öneriler;

- Diyanet İşleri Başkanlığının dijitalleşmeyle ilişkili kapasite, yetkinlik ve yeterlilik sorunsalıyla bağlantılı yeni çalışmalar yapılarak literatürdeki yayınlarla karşılaştırılabilir ve güncel veriler ortaya çıkarılabilir. Ancak her halükarda söz konusu sorunsalları yeni bağlamlarda tartışmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Buna ek olarak Diyanetin, akıllı cihaz uygulama mağazalarındaki içeriklerine ve bunların yeterliliğine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Diyanet, Türkiye’de kurumsal dinî organizasyon olarak kamusal din politikalarını temsil etmektedir. Bu çalışmanın verileri, dinî alanda faaliyet yürüten diğer organizasyonların (dinî grup/yapı) dijital dönüşümüyle kıyaslanabilir.
- Dijital dönüşümden Diyanetin kurumsal yapısı kadar Diyanet personelinin de etkileneceği açıktır. Dolayısıyla kullanıcı bazlı araştırmalarla, Diyanet personelinin dijitalleşmeyle ilişkisini aktaracak çalışmalar yapılabilir.
- Dijitalleşmeyle ilişkili görseller üzerine Diyanetin yayınları, göstergebilimsel analizle değerlendirilebilir. Böylelikle dijital dönüşümün yayınlara yansması yeniden tartışılabilir.

Diyanet İşleri Başkanlığına yönelik öneriler;

- Dijitalleşme ve din arasındaki ilişki Türkiye’de farklı boyutlarıyla tartışılmaya devam etmektedir. Diyanet, dijital mecraların her geçen gün yenilediği olgusundan hareketle; rehber niteliğinde güncel içerik ve yayınlarla toplumdaki dinî medya okuryazarlığı düzeyinin yaygınlaşmasına pozitif katkılar sağlayabilir.
- Diyanet ve paydaşlarınca yönetilen web sitesi, sosyal medya hesabı, mobil uygulama ve video paylaşım mecralarında, internet kullanıcılarının yaptığı yorum ve tepkileri de dikkate alarak şimdiye kadar ürettiği içerikleri gözden geçirebilir.
- Diyanet, yeni içerik hazırlama ve yayınlama stratejisi belirlerken kullanıcı deneyimlerini ölçen özel araştırmalar yap(tır)arak daha yaygın ve etkin yayın politikaları geliştirebilir.
- Yapay zekânın pek çok alanda olduğu gibi dinî alanlarda da etki ve sonuçlarının olacağı öngörülmektedir. Diyanetin ilgili diğer kamusal ve sivil kurumlarla iş birliği yaparak dijital dönüşüm ve yapay zekâ teknolojilerinden daha çok faydalanması sağlanabilir.

Kaynakça

- Aras, Sümeyye. *Diyanet İşleri Başkanlığının Sosyal Medya Kullanımı - Twitter Örneği*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=8tbPippmWV_b-Irrn9YEAshjuVDI21J1g3mPOi3JUMsjz2lxumal27HJVBWw9V-D
- Arsalan, Lokman. “Dini İçerikli Yayıncılıkta Diyanet Tecrübesi”. 8. *Dini Yayınlar Kongresi Dijital Yayıncılık*. ed. Fatih Kurt v.dğr. 291-308. Ankara: DİB Yayınları, 2021.
- Aydın, Hakan. “Diyanet İşleri Başkanlığı Merkez ve Taşra Teşkilatının Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir İnceleme”. *NWSA Academic Journals* 11/3 (2016), 203-212.
- Aydın, Hakan - Eken, Metin. “Din Görevlilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”. *Medya ve Din*. ed. Mete Çamdereli v.dğr. 377-405. İstanbul: Köprü Kitapları, 2014.
- Aziz, Aysel. *Araştırma Yöntemleri - Teknikleri ve İletişim*. Ankara: İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD), 1990.
- Bardakoğlu, Ali. “Diyanet İşleri Başkanı Prof. Dr. Ali Bardakoğlu: ‘Din Hizmetinin Birinci Ayağı İnsan Sevgisi, İkinci Ayağıysa Doğru Bilgidir’”. *Diyanet Aylık Dergi* 207 (Mart 2008), 24-27.
- Bardakoğlu, Ali. “Doğru Bilgi ve Toplumsal Kaynaşma Bağlamında Medya ve Din”. *Diyanet Aylık Dergi* 212 (Ağustos 2008), 3.
- Boz, Nevfel - Erşahin, Zehra. “Digital Media and The Sacred”. *The Routledge Handbook of Language and Religion*. ed. Stephen Pihlaja - Helen Ringrow. 39-52. New York: Routledge, 2024.
- Cumhurbaşkanlığı, Strateji ve Bütçe Başkanlığı. “On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)”. Erişim 18 Mart 2025. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Plani-2019-2023.pdf
- Çeliksoy, Emine - Akça, Ali. “Türkiye’de Kamu Yönetiminde Yaşanan Dijital Dönüşüm Süreci”. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 15/2 (2024), 445-. <https://doi.org/10.54558/jiss.1426480>
- Çuhadar, Mustafa. “Dijitalleşen Din ve Diyanet”. *Dijitalleşen Din (Medya ve Din* 2). ed. Mete Çamdereli v.dğr. 175-222. İstanbul: Köprü Yayınları, 2015.
- Çuhadar, Mustafa. “Yöndeşmenin Dini Yayıncılığa Sunduğu Fırsatlar: Diyanet TV Sosyal Medya Hesapları Üzerine Bir İnceleme”. 8. *Dini Yayınlar Kongresi Dijital Yayıncılık*. ed. Fatih Kurt v.dğr. 163-209. Ankara: DİB Yayınları, 2021.
- Demir, Ali Eren. “Modern Zamanlarda Salgın ve Dinin Yeni Rolü: Diyanet İşleri Başkanlığı Twitter Hesabı Örneği”. *Anadolu 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*. ed. Gültekin Gürçay - Khorram Manafidizaji. 124-140. UBAK Publications, 2021. https://www.anadolukongre.org/_files/ugd/7cf5ba_2e3c3b9a3ad74f53b7ffaa9e5d33103d.pdf
- Dereli, Mustafa Derviş. “Dijital Dünyada Dinî Kurumların Geleceği: Diyanet İşleri Başkanlığı Örneği”. *Yeni Türkiye Yüzyılında Diyanet*. ed. Mustafa Bakırcı. 301-329. Ankara: İlâhiyât Yayınları, 2025.
- DİB. “Diyanet İşleri Başkanlığı 2020 Ocak - Haziran Faaliyet Raporu”. Diyanet İşleri Başkanlığı, 2020.

DİB, Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü. “Âdâb-ı Muâşeretle de Rehberimiz Allah Resûlü (S.A.S)’dir.” Diyanet İşleri Başkanlığı, 23 Ağustos 2024. [https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/Documents/%C3%82d%C3%A2b-%C4%B1%20Mu%C3%A2%20C5%9Feretle%20de%20Rehberimiz%20Allah%20Resul%C3%BC%20\(s.a.s\)’dir.pdf](https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/Documents/%C3%82d%C3%A2b-%C4%B1%20Mu%C3%A2%20C5%9Feretle%20de%20Rehberimiz%20Allah%20Resul%C3%BC%20(s.a.s)’dir.pdf)

DİB, Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü. “Camiler ve Din Görevlileri: Hayrın Anahtarı, Şerrin Kilidi”. Diyanet İşleri Başkanlığı, 06 Ekim 2023. <https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/Documents/Camiler%20ve%20Din%20G%C3%B6revlileri,%20Hayr%C4%B1n%20Anahtar%C4%B1,%20C5%9Eerrin%20Kilidi.pdf>

DİB, Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü. “Dil, İnsanın Ya Cenneti Ya da Cehennemidir”. Diyanet İşleri Başkanlığı, 07 Şubat 2025. <https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/Documents/Dil,%20C4%B0nsan%C4%B1n%20ya%20Cenneti%20ya%20da%20Cehennemidir.pdf>

DİB, Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü. “Gaybın Bilgisi Yalnızca Allah’a Aittir”. Diyanet İşleri Başkanlığı, 21 Şubat 2025. <https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/Documents/Gayb%C4%B1n%20Bilgisi%20Yaln%C4%B1zca%20Allah’a%20Aittir.pdf>

DİB, Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü. “İyilik Köprüsü: Zekât ve Fıtır Sadakası”. Diyanet İşleri Başkanlığı, 14 Mart 2025. <https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/Documents/%C4%B0yilik%20K%C3%B6prü%C3%BCs%C3%BC,%20Zekat%20ve%20F%C4%B1t%C4%B1r%20Sadakas%C4%B1.pdf>

DİB, Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü. “Mahremiyet İnsanı Saygın Kılar”. Diyanet İşleri Başkanlığı, 14 Şubat 2025. <https://dinhizmetleri.diyaret.gov.tr/Documents/Mahremiyet,%20C4%B0nsan%C4%B1n%20Sayg%C4%B1n%20K%C4%B1lar.pdf>

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet İşleri Başkanı Erbaş, Diyanet’in Yeni Dijital Platformunu Duyurdu”. *Diyanet İşleri Başkanlığı*. 30 Nisan 2021. Erişim 18 Mart 2025. <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/32358/diyanet-isleri-baskani-erbas-diyanetin-yeni-dijital-platformunu-duyurdu>

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet İşleri Başkanlığı Görev ve Çalışma Yönergesi”. Diyanet İşleri Başkanlığı, ts. 18.03.2028. <https://hukukmusavirligi.diyaret.gov.tr/Documents/G%C3%B6rev%20ve%20C3%87al%C4%B1nC5%9Fma%20Y%C3%B6nergesi.pdf>

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet İşleri Başkanlığı ile TÜBİTAK Arasında ‘Açık Kaynak ve PARDUS Dönüşümü İş Birliği Protokolü’ İmzalandı”. *www.diyaret.gov.tr*. 23 Haziran 2020. Erişim 31 Mart 2025. <https://www.diyaret.gov.tr/tr-tr/Kurumsal/Detay/29631/diyanet-isleri-baskanligi-ile-tubitak-arasinda-acik-kaynak-ve-pardus-donusumu-is-birligi-protokolu-imzalandi>

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet İşleri Başkanlığı Yayın Yönetmeliği”. *Resmî Gazete (Tarih: 05.10.2019 Sayı 30909)*. Erişim 30 Mart 2025. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/10/20191005.pdf>

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet, Sosyal Medyada”. *www.diyaret.gov.tr*. 18 Şubat 2012. Erişim 24 Mart 2025. <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/514/diyanet-sosyal-medyada>

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. *Hizmetler ve Projeler 2003-2010*. Ankara: DİB Yayınları, t.y.

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “İ. Din Şûrası Kararları”. II/699-704. Ankara: DİB Yayınları, 1995.

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. *Kuruluşundan Günümüze Diyanet İşleri Başkanlığı Tarihçe-Teskilat-Hizmet ve Faaliyetler (1924-1997)*. Ankara: DİB Yayınları, 1999.

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. *Son 10 Yılda Diyanet İşleri Başkanlığı Önemli Hizmetler*. Ankara: DİB Yayınları, 2002.

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. *T.C. Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı Stratejik Plan 2019-2023*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2018.

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. *T.C. Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı Stratejik Plan (2024-2028)*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2024. https://stratejigelistirme.diyanet.gov.tr/Documents/2024-2028_YILI_STRATEJI%C4%B0K_PLAN_Ver.4.pdf

DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Vaaz ve İrsad Hizmetlerinde Dijital Mecralar Daha Etkin Kullanılacak”. www.diyanet.gov.tr. 18 Nisan 2020. Erişim 18 Mart 2025. <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/29487/vaaz-ve-irsad-hizmetlerinde-dijital-mecralar-daha-etkin-kullanilacak>

Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü. “Dijital Dünyada Değerleriyle Aile Olmak”, 25 Mayıs 2022. <https://dinhizmetleri.diyanet.gov.tr/Documents/Dijital%20D%C3%BCnyada%20De%C4%9Ferleriyle%20Aile%20Olmak.pdf>

Erbaş, Ali. “Dijital Mecralarda da Çalışmalar Yapmak Bizim En Temel Sorumluluğumuzdur”. www.diyanet.gov.tr. 07 Kasım 2023. Erişim 18 Mart 2025. <https://www.diyanet.gov.tr/tr-TR/Kisi/Baskan/35956/dijital-mecralarda-da-calismalar-yapmak-bizim-en-temel-sorumlulugumuzdur>

Erbaş, Ali. “Hayatın, Kur'an ve Sünnet Rehberliğinde Yeniden İnşası İçin Dijital Ortamda da Gayret Göstermeliyiz”. www.diyanet.gov.tr. 25 Mayıs 2023. Erişim 18 Mart 2025. <https://www.diyanet.gov.tr/tr-tr/Kurumsal/Detay/35507/hayatin-kuran-ve-sunnet-rehberliginde-yeniden-insasi-icin-dijital-ortamda-da-gayret-gostermeliyiz>

Erbaş, Ali. “Radikalizm”. *Diyanet Aylık Dergi* 367 (Temmuz 2012), 4-5.

Erbaş, Ali. “Tebliğde Dil ve Üslup”. *Diyanet Aylık Dergi* 330 (Haziran 2018), 4-5.

Geray, Haluk. *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2004.

Göksu, Oğuz. “Dinin Dijitalleşmesi: Dinin İletişiminde ve Öğretilmesinde Kullanılan Dijital Araçlar Bağlamında Diyanet İşleri Başkanlığı ve Çay House Örnekleri”. *İletişimin Dijital Boyutu*. ed. Oğuz Göksu. 11-40. Konya: Literatürk Yayınları, 2019.

Görmez, Mehmet. “Sanal Dünyada Gerçeklik”. *Diyanet Aylık Dergi* 315 (Mart 2017), 4-5.

Görmez, Mehmet. “Söz Medeniyeti”. *Diyanet Aylık Dergi* 300 (Aralık 2015), 4-5.

Güler, Ahmet v.dğr. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2. Basım, 2015.

Koçyiğit, Ahmet. “Formation and Change of Beliefs through Online Environments: Analysis on the ‘Diyanet English’ X Account”. *Journal of Media and Religion Studies* 7/2 (2024), 123-443. <https://doi.org/10.47951/mediad.1524457>

Köse, İbrahim. “Diyanet İşleri Başkanlığı Pardus ve Açık Kaynak Dönüşümü Başarı Hikayesi”. <https://www.pardus.org.tr/roportajlar/diyanet-isleri-baskanligi-pardus-ve-acik-kaynak-donusumu-basari-hikayesi/>

Kurt, Fatih v.dğr. (ed.). “8. Dini Yayınlar Kongresi Dijital Yayıncılık”. Ankara: DİB Yayınları, 2021. https://yayin.diyanet.gov.tr/File/Download?path=4119_1.pdf&id=4119

Metin, Osman - Ünal, Şükrüye. “İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 22/Özel Sayı 2 (2022), 273-294.

Neuman, W. Lawrance. *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi, Gözden Geçirilmiş 2. Basım, 2022.

Okumuş, Meryem. “Bir Dini Diploması Aktörü Olarak Diyanet İşleri Başkanlığı’nın Dijital Hesaplarının Diyalojsal İlişki Açısından Analizi”. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/1 (2021), 153-170. <https://doi.org/10.47951/mediad.937314>

Paçacı, İbrahim - Memiş, Sedat. “Diyanet İşleri Başkanlığı Araştırma, Geliştirme ve Dokümantasyon Merkezi (ARGED)”. *Diyanet Aylık Dergi* 136 (Nisan 2002), 51-56.

Sayan, Yunus Emre. “Diyanet İşleri Başkanlığı’nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma”. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/2 (2021), 317-340. <https://doi.org/10.47951/mediad.1006864>

TÜİK. “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”. <https://data.tuik.gov.tr/>. 2014

TÜİK. “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”. <https://data.tuik.gov.tr/>. 2016

TÜİK. “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”. <https://data.tuik.gov.tr/>. 2018

TÜİK. “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”. <https://data.tuik.gov.tr/>. 2020

TÜİK. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. Türkiye İstatistik Kurumu, 2022. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=bilgi-teknolojileri-ve-bilgi-toplumu-102&dil=1>

TÜİK. “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”. <https://data.tuik.gov.tr/>. 2024

Uslu, Hüseyin. “Dijital Dönüşüm ve Kamu Hizmetleri Yönetimde Yenilikçi Yaklaşımlar ve Zorluklar”. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi* 9/3 (2023), 15-31. <https://doi.org/10.25272/icps.1354693>

Yılmaz, Mehmet Nuri. “Basın ve Din Hizmetleri”. *Diyanet Aylık Dergi* 66 (Haziran 1996), 4-9.

Yılmaz, Mehmet Nuri. “Din Hizmetlerinde Medyanın Yeri”. *Diyanet Aylık Dergi* 66 (Haziran 1996), n.y.

“Dijital Dini Yayınlar”. *Medya ve Din*. Ankara: Diyanet TV. Yayın Tarihi 10 Nisan 2020. <https://diyanet.tv/medya-ve-din/video/dijital-dini-yayinlar-medya-ve-din-30-bolum>

“Dijital Yayınlar Daire Başkanlığı’nın Faaliyetleri”. *Diyanet Gündemi*. Ankara: Diyanet TV. Yayın Tarihi 14 Ekim 2024. <https://diyanet.tv/diyanet-gundemi/video/dijital-yayinlar-daire-baskanliginin-faaliyetleri-diyanet-gundemi-46-bolum>

Diyanet Aylık Dergi (1991 ile 2023 arası tüm sayılar)

Çalışmanın Kapsamına Alınan Yazılara İlişkin Ek 1 Tablo

	Sayı	Yazar Adı Soyadı	Yazının Başlığı
1	19	Halit Güler	Hurafeler, İnançsızlıktan mı, İnanma İhtiyacından mı?
2	19	Metin Akçam	Şimdi Fallar Bilgisayarda Fal Tüccarlarının Umut Sömürüsü
3	39	Mustafa Karahan	Diyanet İşleri Başkanlığında Bilgisayar Kullanımı Tarihçesi
4	55	Halit Güler	Çağdaş Hurafeler
5	66	Mehmet Nuri Yılmaz	Din Hizmetlerinde Medyanın Yeri
6	66	Mehmet Nuri Yılmaz	Basın ve Din Hizmetleri
7	77	Yazar Bilgisi Bulunmuyor	Diyanet İnternet Web Sayfası Açıldı
8	112	H. İbrahim Özel	İnternet
9	133	Suavi Aygün	Bilgisayar ve İnternet
10	133	Yener Özen	İnternet ve E-ğitim
11	145	Orhan Yılmaz	Bilgisayarın Tarihi Gelişimi
12	145	Abdurrahman Çakır	Bilgi Yolu
13	170	Abdurrahman Akbaş	Bilgisayar ve Şiddet
14	182	Alev Fatoş Parsa	Çocuk ve Bilgisayar Oyunu mu? İki Kere Düşünün
15	183	Halil Altuntaş	Kitaplı Hayat
16	203	Nesrin Türkarslan	Popüler Kültürün Aileye Etkileri
17	212	Alev Fatoş Parsa	Eğitimci Gözüyle Medya Okuryazarı Olmak
18	221	Rahime Beder Şen - Semra Demirkan	İnternet ve Bilgisayar Oyunlarının Çocuklar ve Gençler Üzerindeki Etkisi
19	233	Ali Bardakoğlu	Gençlerimizle Daha Aydınlık Günlere
20	236	Abdulkerim Bahadır	Bilgisayar ve İnternet Dünyasının Karşı Konulmaz Çekiciliği - Psiko Sosyal Gelişim Üzerindeki Olumsuz Etkileri
21	236	Gökben Hızlı Sayar	İnternet Ne Kadar Dost Ne Kadar Düşman?
22	236	Tülay Çankaya	Sanal Bağımlılık ya da Yalnızlık Uygarlığı
23	236	Mustafa Doğan Karacoşkun	Sanal Dünyanın Arenası Bilgisayar Oyunları
24	236	Alper Evrensel	Sanal Bağımlılık ve İslâmi Sohbet Siteleri
25	253	Mehmet Görmez	Sosyal Medya, Muktedir Bilinçler, Disiplinli Benlikler
26	253	İsa Kayaalp	İletişimin Onuru: Fıtrat Ahlakı

27	253	Hamza Çakır	Yeni İletişim Mecraları: Sosyal Ağlarla Yaşamak
28	253	Erol Göka	İnternette Konuşma Neden Bir Anda Tartışmaya Dönüşür?
29	253	Elif Arslan	Sosyal Ağlar, İletişim Ahlakı ve Din
30	253	Hakan Topuzoğlu	Sosyal Ağlar ve İletişim
31	278	Hamza Çakır	Sosyal Medya ve Tuşun Afetleri
32	287	Bahattin Akbaş	Sanal Ortam ve Mahremiyet
33	296	Mehmet Görmez	Medya ve Din
34	296	Yüksel Salman	Medya ve Din Algısı
35	296	Betül Önay Doğan	Sanal Uzamda Din
36	303	Ali Köse	Anomi ve Yabancılaşma
37	303	Kemal Sayar	Ergenlik ve Kültürel Yozlaşma
38	303	Ömer Özgül	Algı Yönetimi ve Psikolojik Manipülasyon
39	310	Muhammed Kâmil Yaykan	Papirüsten Piksele
40	315	Mehmet Görmez	Sanal Dünyada Gerçeklik
41	315	Kemal Sayar	Çok Kalabalık Ama Fazla Yalnız Siber Âlemde İnsan
42	315	Mustafa Arslan	Sanal Dünya ve Değişen Toplumsal/ Bireysel İlişkiler
43	315	Ali Ayten	Sanal Âlemde Etik Nasıl ve Ne Kadar Mümkün?
44	315	Yahya Turan	Sanal Dünyada Değişen Alışkanlıklar
45	315	Ekmel Geçer	Sosyal Medya: Çocuklar, Büyükler ve Gerçekler
46	315	Murat Kalıç	Sanal Dünya ve Değişen Mahremiyet
47	315	Muhammed Kâmil Yaykan	Cam Ekranı Bağımlı Yalnızlıklar.../mı?
48	316	Sümeyra Sav	Biri Bizi Gözetliyor
49	317	Sertaç Canalp Korkmaz	Sosyal Medyanın Terör Örgütlerince Kullanımı ve DAESH Terör Örgütü
50	320	Adnan Bülent Baloğlu	Sanal Dünyanın Seyyar Ateistleri
51	329	İlhan Kılıç	E-Oruç
52	330	Ekmel Geçer	Sosyal Medya Dindarlığı: Gösteriş mi Tebliğ mi?
53	331	Zehra Yurtsever	Zaman Hırsız: İnternet ve Bilgisayar Oyunları
54	332	Rüveyda Durmaz Kılıç	Dijital Medya Erozyona Uğrayan Gerçeklik
55	335	Emin Gürdamur	Kapıya Dayanan Distopya: 1984
56	342	Mustafa Çuhadar	Terörizmin Yeni Sahnesi Sosyal Medya

57	344	Abdullah Kahraman	Sanal Dünyada Helal ve Haram Sınırları
58	349	Mustafa Çuhadar	İletişimsel İklim Değişikliği
59	350	Mustafa Çuhadar	Hava Su Ateş Dijital
60	351	Adnan Bülent Baloğlu	Tanrı'yı Arıyorsan O Burada
61	351	Mustafa Çuhadar	Sanal Kabristanda Online Dua
62	355	Ali Erbaş	Dijital Çağ ve Sorumluluklarımız
63	355	Lokman Arslan	Sahih Bilginin Dijital Çağla İmtihanı Bilgi Kirliliği
64	355	Levent Eraslan	Dijital Bir Terör Örgütü Olarak FETÖ
65	357	Adnan Bülent Baloğlu	Dijital Kültürün Dijital Müşterileri
66	365	Ali Erbaş	Dijital Dünyayı Anlamak
67	365	Abdurrahman Akbaş	Dijital Ahlak
68	365	Ekmel Geçer	Sosyal Medyada Var Olmak: Psikoloji Ne Söyler?
69	369	Adnan Bülent Baloğlu	Uyku Moduna Alınanlar
70	374	Mustafa Derviş Dereli	Gerçek ile Artırılmış Gerçeklik Arasında Metaverse Evreni ve Dinî Hayat
71	375	Osman Demir	Ferdiyetin İşgali ya da Zihin Kontrolü
72	378	Ayten Çalış Kurtçu	“Dijital Saatler”de “İç Süre” Ayarı
73	379	Bahset Karşlı	Dijital Çağda Bilginin Referans Değeri
74	380	Abdurrahman Akbaş	Yeni Medya Çağında Özgün Kalabilmek
75	381	Ali Erbaş	Dijitalleşme ve Din Eğitimi
76	381	Enbiya Yıldırım	Dijital Çağ ve Sahih Bilgi
77	381	Muhammed Kızılgöçer	Dijital Çağda İrşadın İmkânı
78	381	Sedide Akbulut	Dijital Platformlarda Din Eğitimi
79	381	Mustafa Çuhadar	Televizyon Öldüren Eğlenceyse...
80	383	Şevki Işıklı	Dijital Dinin Yeni Görünümleri
81	385	Mustafa Derviş Dereli	Dikizleme Çağında Dijital Ağlar ve Mahremiyetin Aşınan Sınırları
82	386	Muhammet Özdemir	Teknoloji ve Müslüman Özne Üzerine
83	388	Abdurrahman Akbaş	Algı ve Hakikat Arasında İnsan
84	389	Abdurrahman Akbaş	Bilgi Çağında İdeal Sahibi Olmak
85	391	Seracettin Yıldız	Dijital Çağ ve Kripto Para
86	392	Bahset Karşlı	Dijital Dünyada Dinî Hayatımız
87	395	Hüseyin Maraz	Teoloji, Teknoloji ve Dijital Kültür

