

# MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Haziran 2021, 4(1), 137-152

Geliş: 20.04.2021 | Kabul: 03.06.2021 | Yayın: 29.06.2021

DOI: 10.47951/mediad.922886

## Gençlerin Dini Kimliğinde Medya Etkisi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma\*

Nida Sümeyya ÇETİN\*\*

### Öz

Dış etkenlere çok açık olan kimliğin biçimlenmesinde en önemli rollerden birini şüphesiz din olgusu üstlenmektedir. Dinin salt bir kimlik olarak öz kimlikte yerini alması ve kişinin benliğine derin anlamda nüfuz etmesi, kimliğe etki etmek isteyen medya gibi kurumsal yapıların ilgisini çekmektedir. Özellikle medya din olgusunu, kendi sahip olduğu sistematik içerisinde dönüştürme ve kimliği etkileme adına bir araç haline getirebilme çabasıdır. Çalışmada gençlerin sahip oldukları kimliğin özellikle dini kimliğin inşasında medyanın işlevini anlamak ve gençlerin medyayı kendi dini kimliklerinde nasıl yansıttığını açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Nitel görüşme tekniği ve fenomenolojik araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmadan elde edilen bulgular neticesinde, gençlerin gerek önel kimliklerinde gerek dini kimliklerinde medyaya biçtiği rolün temel inşa edici bir rol değil, bilakis sahip olunan kimliklere etkide bulunan bir rol olduğu anlaşılmıştır. Din gündelik hayatı inşaada en önemli faktörken medya gündelik hayat içerisinde merak, gündem takibi ya da iletişim gibi ihtiyaç olarak görülen durumları gideren ve bilgi kaynağı konumunda olan bir araç olarak algılanmıştır. Ayrıca medya, olumsuz olarak addedilen bir araç olmasının yanı sıra bilgi alma, eğitime, vakit geçirme, dini kaynakları tasdik etme anlamında önemli roller üstlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, Kimlik, Dini Kimlik, Gençlik

## Media Impact on Young People's Religious Identity: A Study on Students of Inonu University Faculty of Communication and Faculty of Divinity

### Abstract

The fact that religion takes its place in self-identity as a pure identity and penetrates deeply into one's self attracts the attention of institutional structures such as media that want to influence identity. In particular, the media strives to transform the phenomenon of religion in its own systematic way and to make it a tool to influence identity. In the study; it is aimed to understand the function of the media and to reveal how young people reflect the media in their own religious identities, especially in the construction of religious identity. As a result of the findings of this study, which used qualitative interview technique and phenomenological research method, it was understood that the role that young people place on the media in both their subjective identities and religious identities is not a fundamental constructing role, but rather a role that affects the identities that are possessed. While religion is the most important factor in building daily life, the media has been perceived as a tool that addresses situations seen as necessities such as curiosity, agenda tracking, or communication in everyday life and is a source of information.

**Keywords:** Media, Identity, Religious Identity, Youth

**ATIF:** Çetin, N. S. (2021). Gençlerin dini kimliğinde medya etkisi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(1), s. 137-152.

\* Bu çalışma Prof. Dr. Hakan AYDIN danışmanlığında Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde (2020) hazırlanan "Medyanın Gençlerin Dini Kimlik İnşasındaki Rolü: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Öğr. Gör. Dr., İnönü Üniversitesi, e-mail: [nida.cetin@inonu.edu.tr](mailto:nida.cetin@inonu.edu.tr) | [orcid.org/0000-0001-9752-7797](https://orcid.org/0000-0001-9752-7797)

## Giriş

Medya tarafından gündelik hayatı etkilemek adına üretilen içeriklerin temelinde, din gibi derine nüfuza edebilecek olgular bulunmakta ve bu olgular medyanın sahip olduğu sistem içerisinde dönüşüme uğratılmaktadır. Özellikle dinin medyatikleştirilmesi süreci ve kitlelerin medyatikleşen dine dair teveccühü bu çerçeveden daha net anlaşılmaktadır. Modernleşme ve küreselleşmenin bir getirisi olarak okunabilecek medyanın bu eğilimi, özellikle bireyin kimliğinde dinin etkilerinin anlaşılmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışmada, dini kimlik konusu sosyal bilimler doğasında anlaşılmaya çalışılmış ve dini kimliğin inşasında medyanın rolü anlaşılmaya çalışılmıştır. Dinin etkisi ile bireyin benliğinde bir alt kimlik olarak varlık bulan dini kimlik birçok dış etkenin müdahalesine açık olmakla birlikte modern ve küresel dünyanın en önemli aktörü olan medya, dinin artık seküler bir dünyadan dışlanamayacağını anlaşılmasından olsa gerek dini kimliğe müdahil olmak adına din olgusunu her platformda işleme eğilimi geliştirmiştir. Ayrıca kendi potasında dönüştürdüğü din olgusu aracılığı medyatik bir tarzda kitlelerin gündelik hayatına eklenme ve kimliklerine etkilerde bulunma çabasında görünmektedir.

Çalışmanın araştırma kısmında ise kimliğin artık inşa edilmeye başlandığı gençlik döneminde olan ve lisans eğitimi alan bireylerde, dini kimliğin inşa edilme süreçleri ve medyanın dini anlayış çerçevesinde bireylerin zihinlerindeki konumu anlaşılmaya çalışılmıştır. Nitel görüşme yöntemi çatısı altında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak bulguların elde edildiği bu çalışmada; İnönü Üniversitesinde okuyan 20 İletişim Fakültesi öğrencisi ve 20 İlahiyat Fakültesi öğrencisi ile 46 sorudan oluşan görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bulgular, deneyimlerin yorumlandığı ve gün yüzüne çıkarıldığı fenomenolojik araştırma yöntemi aracılığı ile değerlendirilmiştir. Bulgular sonucunda medyanın doğrudan olmasa da dolaylı olarak katılımcı gençlerin dini kimliklerinin yapılanmasında etkisinin olduğu ve din algısının biçimlenmesinde katkısının olduğu anlaşılmıştır.

Daha önce yapılan çalışmalara bakıldığında; medya ve din arasındaki etkileşime dair yaklaşımlar (Herrmann, 2007; Reichertz, 2010), medyatikleşme ve din arasındaki bağlantılar (Hepp & Krönert, 2009), yeni medya, din, kimlik arasındaki ilişkiye dair çalışmalar (Clark, 2002; Campbell, 2013) gibi çalışmalar dikkati çekmektedir. Ancak yapılan bu çalışma ile medya, din, kimlik, dini kimlik, medyatikleşme gibi konulara dair temel bir sistem sunulmaya ve elde edilen temel bulgularla dini kimliğe medyanın etkisinin kapsamına dair perspektifler ortaya konmaya çalışılmıştır.

### 1. Medya ve Din Etkileşiminde Dini Kimliğin Şekillenmesi

Din gibi fitri zemine dayanan bir olgunun yanında medyanın kimlik üzerinde derin ve sarsılmaz bir etki bırakma ihtimali zayıf görünmektedir. Ancak kimlik üzerinde özellikle de dini kimlik üzerinde medyanın etkisini; durumların ve bireyleri ilgilendiren süreçlerin dönüştürülmesi yoluyla gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Nitekim küreselleşme politikaları çerçevesinde medyanın dini içeriği metalaştırma ve medyatikleştirme süreci bu çerçeveden okunabilir. Medyatikleşen dini tabanlı kurgu, dini manaları kendine has özünden koparmakla kalmamakta farklı bağlamlarda yeniden kurgulayabilmektedir. Bu anlamda medyanın sekülerist mantığının gündelik hayat içerisinde insan ve din ilişkisinin uygulamalı sahasında bir zihniyetin yansımaları olarak ortaya çıktığını söylemek mümkündür (Eken, 2020, s.34).

Ailenin aktardığı kültür ve değerler çerçevesinde biçimlenmeye başlayan dini kimlik, rol model ve eğitici olarak ilk aileyi ve sosyal çevreyi algılamaktadır. Ancak medyanın aileden rol çalma eğilimi ve eğitici, öğretici, hatırlatıcı rolü, zamanla daha baskın çıkmış ve ailenin misyonuna ortak olma tartışmalarını açığa çıkarmıştır. Ailenin aktarmış olduğu dini çerçeve ise, fikir ve karar mekanizmaları üzerindeki gücünden dolayı medya içerisinde farklılaşma ihtimali ile karşı karşıya kalmıştır. Bu açıdan

ele alındığında, medya, özelde yeni medya değerler ve kültürel birikimleri bünyesinde barındıran din olgusunu dönüştürmede istekli görünmektedir (Çamdereli, 2018). Özellikle değer aktarımı anlamında medya, sahiplik ve mülkiyet noktasında dini kimliğe özünden ayrı sahip olunan ideoloji ya da yaygın küresel anlayış doğrultusunda katkıda bulunmaktadır. Aşikâr olan bu durumun medya açısından en bariz örneği, tüketim kültürünün yayılmasındaki misyonudur. Zira tüketim metalarının sembolik işlevlerini önde tutan tüketim kültürü, kimliği anlamlandırma ve kişilerin kim olduklarını metalar üzerinden oluşturmalarına zemin hazırlama (Bocock, 1993, s. 52) anlamında bir sistemsel işleyişin medya üzerinden yürütülmesi ile toplumsal yapıya eklemlenmiştir.

Dini kimliğin gündelik hayatın olağan akışındaki aktif rolünü, öznel kimlikte olduğu gibi bir etkileşim ve hareket sahasına sahip olması ile açıklamak mümkündür. Ancak bu noktada medya, sahip olduğu sembollere dayalı içeriği ile dini kimliğin, sahip olduğu söz konusu bu sahalarda yön tayin edememesine ve karmaşa yaşamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla dini kimlik, belirgin din yapısından özerk hareket etmeye başlayabilmekte ve dinin merkezîyetçi rolü tehlikeye düşmektedir. Çünkü yönsüz kalan dini kimlik, yeni dini oluşumlara merak geliştirme ve farklı dini arayışlara açık hale gelmektedir (Hoover, 2006, s. 52).

Dini kimliğe medyanın etkilerine dair yukarıda zikredilen süreçlerde, her bir medya aracı ayrı ayrı roller üstlenmektedir. Örneğin dergi, kitap, gazete gibi yazılı medya unsurları, dini hareketler, dini gruplar ya da engellenmiş dini tabanlı düşüncelere daha fazla zemin hazırlamakta, yeni uygulamaların yayılmasına dair içerik sunmaktadır (Hoover, 2006, s. 63). Özellikle gazeteler, dijital ortama geçiş ile birlikte birçok dini grubun dini yayma işlevlerini daha geniş sahalara yaymış, dini birçok argümanı çevrimiçi kullanarak kitleler üzerinde etkilerini ve rollerini korumuşlardır (Underwood, 2012, s. 124).

Görsel medyada, ticari eğilimler ya da ideolojik kaygılar çerçevesinde dini sembollerin kullanılması, medyanın dini medyatiekleştirmesinin yolunu açan hamleler arasında sayılabilir. Nitekim farklı dini fraksiyonlara ait içeriklerin ülke sınırına yayılması, satılması bu minvalde algılanabilir. Bu durum, zamanla küresel anlamda dini olarak nitelendirilen birçok süreci yürüten kurumların işlevini zayıflatmakta ve televizyona yerini bırakmaktadır. Bu durum, kişilerin dünya görüşlerini, değer anlayışlarını ve yaşam tarzlarını televizyon üzerinden kurgulamaya itmekte ve televizyon gibi görsel medya ürünleri birer onay mekanizmasına dönüştürmektedir (Fore, 1987). Özellikle metaforik ve sembolik bir dil barındıran dinin, insan hissini ortaya çıkarması ve insanlara gündelik hayatta gerekli olan fikirleri içermesi, sinema aracılığı ile aktarılan dini anlatıların zeminini oluşturmaktadır (Wright, 2006, s. 3). Nitekim filmlerdeki dini içerik, birçok insanın özdeşim kurma ve dini kimliklerini aktarılanlara göre değiştirmede kaynaklık etmektedir.

Son olarak yeni medyanın dini kimlik üzerindeki etkisine bakıldığında, yeni medyanın geleneksel medyaya göre daha geniş etkilerinin söz konusu olduğu görülmektedir. Zira dini kimliğin içinde inşa edildiği toplumun yapısının yeni medya aracılığı ile değişime uğradığı görülmektedir. Dijital bir ortamda var olan dini içerik, kimliğe farklı fonksiyonlar kazandırmakta ve dini ritüelleri yerine getirme, dini ritüelleri hatırlama, dini kimliğini tanıtmaya gibi bireyin önemli bulduğu noktalarda önemli rol üstlenmektedir.

Özellikle yeni medyanın dini kimliğe dair sorunları, geleneksel medyaya nispeten daha somut, güncel ve derin problemler barındırmaktadır. Gerek yüz yüze sohbetler, ibadetler gibi geleneksel dini ritüellerin dijital ortamlara taşınması ile yeni bir din anlayışının gelişmesi gerekse de bireyde bu yeni anlayışın nasıl eylem sahasına yansıtılmasının netlik kazanmaması (Campbell ve Vitullo, 2016), dini kimliğin yeni medya aracılığıyla asıl bağlamından uzaklaştığı ve dijital ortamlarda varlığını sürdürmede sorunlu olduğu izlenimini kuvvetlendirmektedir. Üstelik dini kimliğin kalıpların ötesinde din tarafından biçilmiş olan formdan ayrı olarak dijital ortamlarda farklı mecralarla etkileşime girme durumu söz konusu olur ki bu durum beraberinde akışkanlaşma mevzusunu da getirmektedir. Dereli (2019, 2020), dini kimliğin yeni medyanın önemli bir aracı olan

sosyal medyada akışkanlaşması anlamında üç farklı anlama değinmektedir. İlk anlamlandırmada hareketli ve akışkan bir yapıda olan sosyal medyanın dini kimliği de akışkanlaştırarak onun takibini zorlaştırması söz konusudur. Akışkanlaşmanın dini kimlik için diğer bir anlamı da sosyal medyada sahiplenilen bireysel kimliklerden dolayı dini kimliğin çevrimdışı gündelik hayat akışına adapte edilmesidir. Son anlamlandırmada ise dini kimliğin sosyal medya mecralarında sahip olunan rutin yaşama benzer bir şekilde tanımlanmasıdır. Bu durum dini kimliğin çevrimiçi kurgusundan kaynaklanan algısal problemleri beraberinde getirmektedir.

## 2. Çalışmanın Yöntemi

Medyanın gençlerin dini kimliklerine ve dini kimliklerinin biçimlenmesine zemin oluşturan anlayışlarına katkısının irdelendiği bu çalışmada; dar bir sahada derinlemesine bir inceleme yaparak temel çıkarımlara ulaşmak adına İnönü Üniversitesi İletişim ve İlahiyat fakülteleri öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir. Tercih edilen araştırma yöntemi ise detaylı içeriğe ulaşmak adına seçilen konuları derinlemesine incelemeyi sağlayan (Patton, 2014, s. 227) nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik araştırma yöntemidir. Fenomenolojik araştırma yöntemi, insanların yaşamları boyunca karşılaştıkları olaylar, olgular durumlarla ilgili edindikleri deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarına odaklanmaktadır. Dini kimlik ediniminde daha önce edinilmiş temel kimliğin ve aile gibi kimliği inşa eden bir takım faktörlerin, bilgi kaynaklarının etkisi söz konusudur. Çalışma çerçevesinde fenomenolojik araştırma yöntemi ile hedeflenen; katılımcı öğrencilerin dini kimliklerine medya katkısına yönelik deneyimlerini ve düşüncelerini olabildiği kadar gün yüzüne çıkaracak sorular sorarak (Groenewald, 2004, s. 47) konuyla ilgili yeterli cevaplara ulaşmaktır. Sözü edilen bu amaca ulaşmak için İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi öğrencileri arasından 20şer kız ve 20şer erkek olmak üzere 40 öğrenci ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Fakültelerin seçiminde, medya ve din alanında spesifik eğitim verilmesi başlıca kriterdir. Böylece öğrencilerin, medya ve din bağlamında aldıkları eğitimin etkisi ile deneyimlerine ya da düşüncelerine dair daha derin yorumlara ulaşılabilir. Bu anlamda özellikle 3. ve 4. sınıfta okuyan öğrenciler tercih edilmiş ve bu öğrencilere ulaşmada fakülte yönetimlerinin tavsiyelerinin yanı sıra daha ilk aşamalarda rastgele seçilen öğrencilerden diğer potansiyel katılımcılara yönelik tavsiyeler istenmek suretiyle kartopu tekniği kullanılmıştır. Araştırmada dindarlık kriteri aranmamış, bir dine inanması ve dini yaşama dair bilgi sahibi olması yeterli kriter olarak belirlenmiştir. Amaçlı örneklem tekniğinde katılımcı sayısı, katılımcıların yeterli ve doygun bilgi vermesi ile belirlenmekte ve çalışmanın içeriği de göz önüne alınarak fenomenolojik yöntem için 15-25 kişi arası yeterli görülmektedir (Creswell, 2017). Ancak çalışmanın sınırlarının bir üniversitenin bünyesinde bulunan iki fakülte ile sınırlı kalmasından ve seçilen temaya yönelik mümkün olduğunca derin ve ayrıntılı analiz yaparak ileride yapılacak çalışmalara bir zemin hazırlamak maksadı ile 40 öğrenci tercih edilmiştir. Çalışma sonucunda ise böylesi bir çalışma için 30-35 kişi ile görüşmenin yeterli olacağına kanaat getirilmiştir.

### 2.1. Verilerin toplanması ve Analizi

Çalışmada elde edilen veriler; katılımcıların kendilerini daha rahat ve bütüncül bir bakış açısı ile ifade edebilmeleri adına hazırlanmış olan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ve fenomenolojik araştırmanın doğasında var olan deneyimlerin bireydeki sirayetini anlamak adına gözlem tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Görüşmede katılımcılara dört kategoride toplam 46 soru sorulmuş ve cevapları alınmıştır. Tüm cevaplar ses kayıt yöntemi ve video çekimi yöntemleri ile kayıt altına alınmıştır. Elde edilen görüşme kayıtları deşifre edilmiş ve sorular dört ana kategoride sınıflandırılmıştır. Maxqda 2020 programından yararlanarak dört ana kategoride elde edilen cevaplar tekrar bir sınıflandırılmaya tabi tutulmuş ve her bir kategoride alt kategorilere ulaşılmıştır. Kategorize etmenin en temel nedeni; elde edilen cevapları değerlendirme anlamında maksimum fayda sağlayacak sonuçlara ulaşma

ve uygulama sahasına somut veri kazandırma isteğidir. Sözü edilen ana kategoriler ise aşağıdaki gibi şekillenmiştir:

**Tablo 1. Araştırma Ana Kategorileri**

Ana Kategori
Lisans Eğitiminin Din Anlayışına ve Medya Kullanımına Etkisi
Bireyin Kimlik İnşasında Din ve Medyanın Rolü
Geleneksel Medya Üzerinden Dini Kimlik Deneyimi
Yeni Medyada Dini Kimliğin Konumlandırılması

## 2.2. Etik Kurul Raporu

İnönü Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 08/06/2020 tarih ve 12 sayılı oturumunda alınan 2020/12-8 sayılı kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir. Etik değerlendirme kararı belge tarihi: 10/07/2020, belge sayı numarası: E.44329

## 2.3. Araştırma Bulguları

Araştırma bulgularının ele alındığı bu kısımda; cevapların değerlendirilmesi neticesinde dört ana kategoride birçok önemli veriye ulaşılmıştır. Aşağıda elde edilen bulgularından önemli görülen kısımlar özetlenmiştir.

### 2.3.1. Lisans Eğitiminin Din Anlayışına ve Medya Kullanımına Etkisi

Bu ana kategoride İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesinde okuyan katılımcı öğrencilerin lisans eğitimini aldıkları bölümü tercih etme nedenleri, seçimlerinde dinin ve medyanın etkileri anlaşılmalı ve analiz edilmeye çalışılmıştır. Alınan eğitimde kişisel tercihlerinin ve din anlayışlarının etkisinin anlaşılmasına dair sorulan sorulara her bir fakültenin katılımcı öğrencileri, farklı cevaplar yöneltmiştir. İletişim fakültesini tercih eden katılımcı öğrencilerin tercih nedenlerine bakıldığında birçok neden ortaya çıkmaktadır. Nedenler genel olarak değerlendirildiğinde, severek ve isteyerek bölümü tercih etme, asıl istenen bölüm ile benzerlikler gösterme, kişisel gelişim anlamında avantajlar içermesi göze çarpmaktadır.

İletişim eğitimi alan kız öğrenciler nezdinde bakıldığında, tercihlere duygusal anlamların yoğun şekilde yüklendiği görülmüştür. Katılımcı kız öğrenciler, daha çok istenilen ama elde edilemeyen bölüme benzer olmasını ve asıl istenen bölümde var olan bazı mesleki özelliklerin kazanılan bölümde de olmasını gerekçe göstermiştir. Erkek öğrencilerde, gelecek inşa etme kaygısı ağır basmakla birlikte kişisel ve toplumsal hedeflere ulaşma anlamında çaba göstermek adına ve içinde yaşanılan zaman dilimini algılama, içinde yaşanılan toplumu ve dünyayı anlama anlamında da eğitime önem atfetmişlerdir.

İlahiyat okuyan öğrencilere bakıldığında, iletişim eğitimini seçen öğrencilerden çok farklı olarak ailenin isteklerinin göz önüne alınması ve dini bir eğitim olarak dini inanç ve anlayışı pekiştirme kaygısı ön plana çıkmaktadır. Dini inancı yaşamayı pekiştirmeye yönelik eğitim seçiminde bulunduğunu belirten öğrencilerin birçoğunun (On bir öğrencinin sekizi) İmam Hatip Lisesi öğrencisi olduğu gözlemlenmiştir. İlahiyat eğitimi tercihinde bulunan kız öğrenciler, iletişim fakültesinde okuyan katılımcı öğrenciler gibi mesleki anlamda bir kaygı belirtmemişlerdir. Ancak katılımcı erkek öğrenciler, bu anlamda meslek edinme kaygısının seçimde etkin olduğunu belirtmiştir.

Görüşmenin bu alt kategorisinin ikinci sorusu, eğitim tercihlerinde dini anlayışlarının bir etkisinin olup olmadığına yöneliktir. İletişim fakültesi öğrencilerinden altısı hariç diğer öğrencilerin dinin seçimlerine doğrudan ya da dolaylı herhangi bir katkısının olmadığını beyan etmiştir. Katılımcı kız öğrenciler dini anlayışlarını yansıtmadıklarını

belirtirken tesettürün eğitimde serbest olması, başörtülü olarak bu bölümün okunabilmesi ve aile bireylerinin dindar olmalarına rağmen bu bölüme onay vermesi gibi nedenleri ön plana çıkardıkları görülmüştür. Bu durum, geçmişteki başörtüsü yasağının bilinçaltına yansımaya durumu ve aile bireylerine sorumluluk yüklemeye eğilimini hatırlatmıştır. Erkek öğrenciler ise doğrudan iletişim bilimleri ve dini bağdaştıramadıklarının altını çizerek iki sahayı keskin çizgilerle birbirinden ayırmıştır. İletişim eğitimi alan öğrencilerin geneli, dini anlayışlarının bu bölümün kendi sosyo-kültürel yapısı nedeniyle çok gerilediğinin altını çizmiştir.

İlahiyat eğitimi alan öğrencilerin tamamına yakını dini inanç ve anlayışlarının doğrudan etkisinin olduğunu iletmişlerdir. Cevaplarda daha çok aile gibi informal eğitim ile elde edilen bilgilerin, formal bir eğitim ile tamamlanma ümidinden dolayı bölümün seçildiği göze çarpmaktadır. Bu anlamda ilahiyat öğrencilerinin aileyi dini kimliğe referans temel kaynak olarak gördüğü, ailede edinilen dini kimliğe yönelik deneyimlerin alınan formal eğitim ile pekiştirildiği anlaşılmıştır. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde en önemli vurgu ise taklidi bir dini anlayışın gerçek hayatta nasıl birebir pratik edilebileceğinin öğrenilmesi yönünde olmuştur.

Diğer bir alt kategori de sahip olunan dini anlayışlarının eğitim öncesi ve eğitim sonrası nasıl olduğudur. Bu anlamda iletişim ve ilahiyat eğitimi alan katılımcı öğrenciler arasında bir takım farklılıklar göz önüne çıkmıştır. İletişim eğitimi alan katılımcı öğrencilerin yarıdan fazlası dini kimliklerinde ya da dini anlayışlarında alınan eğitim sonrasında herhangi bir farklılığın yaşanmadığını beyan etmiştir. Ancak değişmediğini ifade eden öğrencilerde yoğun bir irade kullanımı göze çarpmıştır. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin tamamına yakını da aynı şekilde alınan eğitimin dini kimliklerini doğrudan ya da dolaylı olarak birçok bilgi ve deneyimin elde edilmesinde etkisi olduğunu ve bu anlamda dini inanç ve anlayışlarından olumsuz anlamda bir değişimin söz konusu olmadığını ifade etmiştir. Değiştiğini ifade eden iletişim eğitimi alan kız öğrenciler, dine karşı sorgulayıcı ve merak etme anlamında yaklaşarak bir değişimin olduğunu iletmiştir. Ancak erkek öğrenciler, değişimin kendilerinde var olan dini inancı olumsuz anlamında etkilediğini ve dini kimliklerinin farklılaştığını ifade etmiştir. İletişim eğitimi alan bazı erkek öğrencilerin, mesleki anlamda alınan eğitimin din açısından ve ahlaken hoş karşılanmayacak bazı durumları normalleştirmeye başladığını ifade etmesi ve etik problem olarak addedilecek eğilimleri kabullenme başlaması, alınan eğitimin algılanma biçimini ve dini kimliğin bireyin hayatındaki konumunu tartışmaya açmaktadır.

Akyüz'ün çalışmasında (2002) belirttiği ve ilahiyat eğitimi alan öğrencilerin anlayışlarını betimlediği tiyolojilerden yola çıkarak İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin dini anlayışlarının alınan eğitim ile birlikte modern bir anlayış çerçevesinde konumlandığı görülmüştür. Bununla beraber gelenekçi ve ilmihalci anlayış çerçevesinde yazılı bilgi kaynaklarının önemini öne çıkarmış, ancak dini kimliklerine doğrudan geleneksel bir yaklaşım yansıtmamışlardır. İlahiyat okuyan öğrencilerin genelinde, dini anlayışın değişimi kabul edilmemiş, edinilen bilgi ve kazanılan deneyimlerin dini kimliklerine yansımaya durumlarının değerlendirilmesi söz konusu olmuştur. Özellikle modern eğitim müfredatının etkisi ile sahip olunan geleneksel ve kültürel değerlerin sorgulanması, pozitif bir bilim anlayışının istenen itikadi ve ameli yaklaşımları elde etmede bir etkisinin olmaması gibi eleştirel bir yaklaşım sıklıkla gözlemlenmiştir.

Bu kategorinin son alt başlığı ise üniversite eğitiminin medya takibine etkisinin değerlendirilmesine yöneliktir. Katılımcı öğrencilerin tamamında, üniversite eğitimi ile birlikte medya alışkanlıklarında bir değişikliğin olduğu gözlemlenmiştir. Ağırlıklı olarak yeni medya kullanımının başlaması ya da çeşitlendirilmesi yönünde olan değişimde, beklenildiği gibi özellikle aileden edinilmiş olan geleneksel medya kullanımının düştüğü anlaşılmıştır.

İletişim fakültesi öğrencileri, aldıkları eğitim ile beraber medya kullanımında itidalli bir yaklaşımı benimsemişlerdir. Özellikle medyanın yapısal özelliklerinin

bilincinde olan öğrenciler, uygulama sahasında edindikleri deneyimlerle medya araçlarında seçiciliğe giderek güvenilirlik kriterini ön plana çıkarmıştır. İletişim Fakültesinde okuyan kız öğrenciler, medya alışkanlıklarının tamamen değiştiğine vurguda bulunarak medya okuryazarlığı çerçevesinde mahremiyet algısını zedelemesinden dolayı sosyal medyaya eleştirel yaklaşıtlarının altını çizmişlerdir. Sosyal medyaya yönelik aynı mahremiyet hassasiyeti iletişim okuyan erkek öğrencilerde görülmekle birlikte bu öğrencilerin bazılarında, yeni medyanın araştırma ve bilgi edinme mecrası olarak kullanıldığı anlaşılmıştır.

İlahiyat Fakültesi katılımcı öğrenciler ele alındığında özellikle kız öğrencilerde medya kullanımının üç şekilde gerçekleştiği görülmüştür. İlk olarak İlahiyat Fakültesi eğitimi ile beraber fakültede popüler olan dergi okumalarının katılımcı kız öğrencilerin de tercih etmesi ve geleneksel medya alışkanlıklarına eklemelerde bulunarak sürdürmesi gelmektedir. İkinci olarak eğitim ile birlikte geleneksel medyanın terki ve tamamen yeni medyanın tercihi, üçüncü olarak da eğitim ile birlikte akıllı telefon kullanımı ve beraberinde sosyal medyaya yönelimin olmasıdır. İlahiyat okuyan erkek öğrenciler, ilahiyat eğitiminin tarikat ya da cemaat gibi yapılanmalarla ilgili sosyal medya üzerinden takındıkları tavırları ve bu paralelde edinmiş oldukları dünya görüşlerine yönelik farkındalık, algı değişimi gibi durumları dile getirerek bu sebeplerden ötürü sosyal medya kullanımına daha çok yoğunlaştıklarının altını çizmişlerdir.

### 2.3.2. Bireyin Kimlik İnşasında Din ve Medyanın Rolü

İkinci ana kategoride yer alan kimlik inşasında dinin ve medyanın üstlendiği işlev irdelenmiştir. Bu çerçevede ilk olarak kimliğin ve bireysel kimliğin, öğrencilerdeki kavramsal karşılığı anlaşılma çabasıdır. Her iki fakülte nezdinde elde edilen sonuçlara bakıldığında, bir takım ortak tanımlamaların yapıldığı görülmüştür. Temel olarak her iki katılımcı grup, kimliğin doğuştan itibaren sahip olunan bir durum olduğunu ve sonrasında aile, kültür, çevre gibi bir takım süreçlerin, deneyimlerin etkisi ile farklılaştığını ve değiştiğini ifade etmiştir.

İletişim Fakültesinde okuyan katılımcı öğrencilerin kimliğe dair ifadelerine bakıldığında, katılımcı kız öğrenciler daha çok benlik, genetik özellikler, kültürel ortamlar gibi yönleri kimlik tanımında öne çıkarmış ve benlik üzerinden kimliklerine yönelik bir bilince değinmiştir. Bireysel kimliklerini açıklarken ise diğer tüm öğrenci gruplarında olduğu gibi kişilik ve karakteristik özellikleri önceledikleri göze çarpmıştır. Kız öğrenciler, daha çok gündelik hayat içerisinde yaşanan ve tecrübe edilen tüm süreçlerin özeti şeklinde çıkarımları ve dindarlık yönlerine vurguda bulunmayı yeğlemiştir. Erkek öğrenciler, kimlik kavramını doğuştan gelen özelliklerin yanı sıra milliyetçilik, dini kimlik gibi diğer alt kimlikler üzerinden açıklamayı tercih etmiştir. Bireysel kimliklerinde ise milliyetçilik tanımının yanı sıra kişilik özellikleri, öz benlik bilinci baskın olgular olarak öne çıkmıştır.

İlahiyat fakültesi katılımcı öğrencilere bakıldığında kız öğrencilerin, daha çok kişilik ve benlik açıklamaları üzerinden kimliği açıkladığı ve davranışsal, bilişsel, duygusal yönler üzerinden bu kimliğin dış çevreden anlaşıldığını vurguladıkları anlaşılmıştır. Bireysel kimliklerini açıklarken ise ben olgusunu merkeze alan ve kişisel özellik ve deneyimlerle kazanılan kişiliğe eklenmiş yönler yoğun olarak ifade edilmiştir. İlahiyat okuyan erkek öğrenciler kimlik kavramına 'ben kimim?' sorusundan yola çıkarak açıklamalar getirmiştir. Erkek öğrencilerde daha çok aile mevhumunun kimlik kavramındaki önemini altı çizilmiştir. Bireysel kimliklerinde ise din ve milliyetçi-muhafazakârlık tanımlamaları ve eğilimleri göze çarpmıştır. Ayrıca gelenekçi, kültürel değerleri sahiplenici bir kimliğe sahip olma duygusu ve modern bir kimlikten uzak kalma eğilimi ilahiyat okuyan katılımcı erkek öğrencilerde daha fazla göz önündedir. Sonuç olarak İletişim okuyan erkek öğrenciler ve İlahiyat okuyan kız öğrencilerde öz benlik bilinci ve özgüven duyguları çerçevesinde bir bireysel kimlik portresi çıkarken İletişim okuyan kız öğrenciler ve İlahiyat okuyan erkek öğrenciler de ise dini kimlik, gelenek ve kültürel öğeler bireysel kimlik tanımlamalarında ağırlığını korumuştur.

Gençlerin kendilerini ne kadar dindar olarak gördüğü ve dini anlayışlarının kimlikleri ile etkileşimini nasıl değerlendirdiklerine yönelik bulgulara bakıldığında, özellikle dindarlık anlamında farklı tanımlamalar ortaya çıkmıştır. Özellikle iletişim fakültesi öğrencilerinde kendilerini dindar olarak tanımlamada, öz eleştirinin çok yüksek olduğu görülmüştür. Yeteri kadar kendini dindar görmeyen öğrencilerin birkaçı, durumlarını ifade etmek üzere 'ruhen dindar', 'eksik dindar' ve 'pratik dindar' olma gibi tanımlamaları tercih etmiştir. İletişim okuyan öğrencilerde dini pratiklerin yanı sıra zihnen de dindarlığın olması gerektiğinin sıklıkla altı çizilmiştir. İletişim okuyan öğrencilerin özellikle ibadet anlamında ve dini yaşantı anlamında eksikliklerinin kendilerince çok olması, onların kendilerini dindar olarak tanımlamasının önünde en büyük engel olarak durmaktadır.

İlahiyat eğitimi alan katılımcı öğrenciler de aynı şekilde kendilerini dindarlık anlamında eksik tanımlamıştır. Ancak yoğun din eğitimi almalarından dolayı ve dini bilgi ve uygulama birikiminin yoğunluğundan dolayı iletişim fakültesinde okuyan katılımcı öğrencilerle kıyaslamak hatalı olur. İlahiyat okuyan katılımcı öğrenciler, ibadetleri yerine getirmede farklı usulleri de uygulamakta, dini bilgilerini hayata geçirmede geniş bir anlayışa sahip olarak kabul edilmektedir. Örneğin kız öğrenciler, ibadetleri çeşitlendirme ve artırma anlamında eksiklerinin olduğunu ifade etmişlerdir.

Dinin kimliklerine yansımaları hususunda yorumları alınan öğrencilerden elde edilen bulguların değerlendirildiği bu aşamada öğrenciler, dinin kimliklerine etkisini sahip oldukları kişilik özellikleri, düşünceler ve gerçekleştirdikleri eylemler çerçevesinde aktarmışlardır. Örneğin iletişim fakültesi öğrencileri, dinin kimliklerine olan etkisini dini emirlere riayet derecesine bağlamıştır. Tesettüre girme, ibadet etme, gündelik hayatını dine göre düzenleme gibi eylemlerin içsel olarak tanımlanan dindarlık anlayışının dışı vurumu olarak nitelendirilmiştir. İletişim Fakültesinde okuyan öğrenciler, din aracılığıyla kimliklerini şekillendiren değerlerin, etik kuralların, ahlaki yapılanmalarının oluştuğunun altını çizmiştir.

İlahiyat öğrencileri ise ibadetler nezdinden öte benlik, inanç, kişilik bağlamında dinin etkilerine değinmiştir. Özellik katılımcı kız öğrenciler, Müslüman bir kimlik vurgusuna daha fazla vurguda bulunarak dinin öz kimlik ile Müslüman kimliklerini artık bütünleştirdiğine değinmiştir. Dinin kimliğe çok yönlü etkisinin incelendiği bir önceki kategori çok geniş olmakla birlikte çalışmanın odağında medyanın dini kimliği etkileme biçimleri yer aldığından, bu aşamada medyadaki içeriği katılımcı gençlerin nasıl algıladığı iletilmeye çalışılmıştır.

Medyanın dini pekiştirme ve dini bilgi alımı rolüne dair katılımcı öğrencilerin birçoğu ilk etapta geleneksel bilgi kaynaklarına yöneldiklerini, yeterli olmadığı takdirde medya üzerinden dini bilgi edinmeyi tercih ettiklerini belirtmiştir. Özellikle İlahiyat eğitimi alan öğrenciler, medyayı dini bilgi kaynaklarını araştırma ve farklı dini bilgilere ulaşma anlamında kullanmayı yeğlediklerini aktarmışlardır. Pekiştirme anlamında medya kullanımı İlahiyat okuyan öğrencilerde rastlanmamıştır. Ancak dini fetvalarla ilgili hükümlerin yeni medya üzerinden edinilmesi, dini inancı pekiştirmedeki rolü akılda soru işareti olarak kalmıştır. İletişim Fakültesinde okuyan kız öğrencilerin tamamına yakını ise dini bilgiyi ilk etapta medyadan özellikle yeni medyadan aldıklarını ve yeri geldiğinde dini inançlarını medya üzerinden pekiştirdiklerini ifade etmiştir.

Dini bilgi edinimi ve var olan dini bilgiye yeni bilgiler ekleme, edinilen dini bilgileri teyit etme, din ile ilgili yeni olanı keşfetme aracı işlevi ağırlıklı olarak yeni medyaya atfedilmiş, geleneksel medya ise gündelik sahip olunan dini bilginin hatırlanma mecrası olarak görülmüştür.

Kişisel kararların dine uygunluğunda medyanın rolüne dair bir soruya ise iletişim eğitimi alan katılımcı öğrenciler, ilk olarak aile, çevre, dini kurumlar, dini önderler gibi medya dışındaki geleneksel kaynakları tükettiklerini aktarmışlardır. Ancak il-



günç bir şekilde ilahiyat eğitimi alan kız öğrenciler, kişisel kararlarının dine uygunluğunu ya da kişisel karar almadaki süreçleri yeni medya üzerinden yürütmeyi tercih ettiklerini ifade etmiştir. İlahiyat eğitimi alan erkek öğrenciler de, iletişim fakültesi katılımcı öğrencileri gibi medya dışı kaynakları tercih etmiştir.

Çalışmada önemli verilerden biri de; teorik kısımda da tartışılan dinin medyatikleşmesi ve dinin özünde koparılarak kitleler nezdinde yeni bir din algısının oluşturulmaya çalışılmasının gençlerdeki etkilerini, akran katmanında yer alan katılımcı gençlerin değerlendirmesi istenmiştir. Medyaya karşı eleştirel ve negatif algı üzerinden yorumlamalarda bulunan katılımcı öğrencilerin çoğu, ağırlıklı olarak genç kuşakların medyadaki dini içerikten olumsuz etkilendiği yönünde açıklamalarda bulunmuşlardır. İletişim Fakültesi öğrencileri, içeriklerin yanlı olması, farklı dini yönelimlere yönlendirmesi, dini bilgi seçiminde zorlukların yaşanabilmesi, aile işlevini medyanın üstlenmesinden dolayı gençlerin yanlı dini içerik edinebilme ihtimalinden dolayı gençlerin medyadan ve yeni medyadan olumsuz etkilendiğini ifade etmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencileri ise medyadan edinilen dini bilgiden faydalanma tercihinin, gençlerin aile ilişkilerine, dini anlayışlarına, dini ritüelleri yerine getirmelerine olumsuz etkilerinin olabileceğini aktarmışlardır. Ancak avantajlarının da olabileceğini ileten İlahiyat okuyan öğrenciler, medya okuryazarlığı çerçevesinde yeterli bir eğitimin verilmesini ve aynı dini bilgilerin farklı tarzlarda aktarılmasının açığa kavuşturulması gerektiğinin altını çizmiştir.

### 2.3.3. Dini Anlayışın Geleneksel Medya Pratiklerine Yansıması

Üçüncü alt kategoriye tekabül eden bu bölümde, ilk olarak geleneksel medya kullanımında kişisel eğilimlerin anlaşılmasına çalışılmıştır. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, iletişim öğrencilerinin beklendiği gibi dijital gazeteler öncelikli olmak üzere ilgilendiği ve mesleki deneyim namına ihtiyaç duyduğu televizyon, radyo gibi geleneksel medya araçlarını takip ettiği anlaşılmıştır. Kız öğrenciler, ağırlıklı olarak gündelik gelişmeleri dijital gazetelerden takip etmeyi tercih etmiştir. Okunan bölümün de etkisi ile gazete ayırımına gitmeyen öğrenciler, gazete takibinde en temel nedenin haber içeriklerini analiz etmek ve haber ajanslarının aktardığı haberlerin yapısını incelemek olduğunu aktarmıştır. Sadece bir kız öğrenci dini gerekçelerden dolayı görsel medya takibinde bulunmadığını ifade etmiştir. İletişim okuyan erkek öğrencilerde ise kız öğrencilerden farklı olarak gerek basılı gerekse de dijital çıkan gazetelere daha fazla önem verildiği görülmüştür. Televizyon izleme oranı ise düşük çıkmıştır. Geleneksel medya takibi nedenlerine bakıldığında, kız öğrencilerin cevaplarına benzer şekilde gündem takibi, ideolojik yaklaşımlar, çapraz okumalar yapabilmek gibi nedenler söz konusu olmuştur. Takip edilmeyen medya türlerinin takip edilmeme nedenleri ise daha çok ilgi duymama ve bazı medya araçlarının artık çağın gerisinde kaldığına dair inanç çerçevesinde kümelenmiştir.

İlahiyat öğrencileri ele alındığı zaman İletişim Fakültesi öğrencilerinin aksine derginin en çok başvurulan medya aracı olduğu görülür. Özellikle kız öğrenciler, dergi okuma ve satın alma hususunda erkek öğrencilerden daha fazla eğilim göstermiştir. Dergi okumadaki temel amaç sorulduğunda öğrenciler, dini gerekçeleri iletmeye, temel nedenin dini yayınların desteklenmesi ve dolayısıyla Allah'ın rızasının kazanılması olduğunu söylemiştir. Gazete alımı yapmayan ve çok az gazete okuyan kız öğrenciler, dergiden sonra ikinci medya tercihlerini televizyondan yana kullanmıştır. Dijital gazete dahi takip etmediğini belirten kız öğrenciler, zamanın gereksinimi olarak daha çok sosyal medyayı öne çıkarmış, orta yaş ve üzeri insanların gazete okuduklarına dair beyanda bulunmuştur. İlahiyat okuyan erkek öğrenciler ise yine dergiyi ilk sıraya almakla birlikte gazete dahil diğer medya türlerini de takip ettiklerini belirtmişlerdir. Aile alışkanlığı olarak televizyonda ana haber bültenlerinin takibini yaptıklarını belirten öğrenciler, medya seçiminde etkili olan nedenleri; ilgi çekicilik, gündem takibi yapabilmek, güvenilir içeriğe sahip olma, kategorize edilmiş gündem takibinde bulunabilme olarak sıralamıştır.

Geleneksel medyada dini kimliğin nasıl deneyimlendiğine yönelik kategorinin son başlığında ise geleneksel medya ve dinin kimliğin etkileşiminin bireysel deneyimle-

re yansımaları, takip edilen medya aracında içeriğin seçiminde dini kimliğin ve dini anlayışın eğilimleri ve aktiviteleri ne denli düzenlediği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Geleneksel medya kullanımına dair dini kimliklerini ve anlayışlarını ön planda tutan öğrenciler, ağırlıklı olarak kendilerini daha dindar gören öğrencilerden oluşmaktadır. Fakülteler bazında bakıldığında, örneğin kendini milliyetçi ve dindar olmaya çalışan erkeklerin geleneksel medya takibinde de dini hassasiyetlerine değindikleri ortaya çıkmıştır. Ancak kız öğrenciler, mesleki kaygılarını ön plana çıkararak geleneksel medya takibi ile dini kimliklerini bağdaştıramamıştır. Bu öğrencilere ilaveten hem medya takibinde hem içerik takibinde dini inanç ve bireysel tercihlerini aynı anda ifade eden ikinci bir gruba rastlanılmıştır. Bu gruptaki öğrenciler, içeriklerde ve medya takibinde her iki ifade edilen durumun değişken bir şekilde var olduğunu açıklamışlardır. İlahiyat öğrencilerinde ise kız öğrenciler daha çok dini kimlik ve görüşlerini aktarmış, erkek öğrenciler de, siyasi ve kültürel nedenleri daha çok ön plana yerleştirmiş, bazı öğrencilerin ise dini inanç ve medya takibi anlamında bir bağlantı kurmadığı görülmüştür. Erkek öğrencilerin dini anlayıştan çok millî ve siyasi kimliklerini göz önüne aldıkları anlaşılmıştır.

Ele alınan diğer önemli husus; takip edilen medya içeriğinin dini kimlik ve dini yaşam biçimlerine bir katkısının olup olmadığına yöneliktir. Kız öğrencilerin çoğunun dini anlayışlarında takip ettikleri medyanın bir şekilde etkisinin olduğu ifade edilmiştir. Örneğin İletişim okuyan katılımcı kız öğrencilerin yarısı, özellikle ibadet boyutundaki etkilerinden ve gündelik dini bilgilerin edinilmesinden bahsetmiştir. Katkısının olmadığını ifade eden diğer kız öğrenciler, dini kimliklerinde ailenin ve kültürel çevrenin etkisinin daha baskın olduğunu ifade etmiştir. İlahiyat Fakültesinde okuyan kız öğrencilerin tamamı dini kimliklerinin bilgi edinme, hatırlatma ve öğrenme anlamında etkilendiğini ifade etmiştir. Erkek öğrencilerde ise durum farklılık arz etmektedir. Zira iletişim eğitimi alan erkek öğrencilerin tamamına yakını geleneksel medyanın dini kimliklerini etkilemediğini belirtmiştir. İlahiyat okuyan katılımcı erkek öğrencilerde ise öğrencilerin yarısının, geleneksel medyanın dini kimliği etkileyici özelliklerinin davranış, siyasi görüş pekiştirme ve filmlerdeki karakterlerle özdeşim kurma yönünde bir etkilenmenin olduğu görülmüştür. Geleneksel medyanın etkisinin olmadığını belirten öğrenciler ise alınan eğitimden edinilen bilginin, dini kimlik için yeterli olduğunu ve medyadan dini kimliğe katkı anlamında yararlanmadıklarını belirtmiştir. Bir önceki soru ile bağlantılı olarak özellikle dini ritüellerin, ibadetlerin yerine getirilmesinde geleneksel medya araçlarının etkisinin olup olmadığı sorulduğunda; öğrencilerin çoğunun cevabı etkisinin olmadığını yönündedir. Öğrencilerin, asıl dini kaynaklardan, aileden, çevreden, eğitim aldıkları kurumlardan bilgi almanın daha güvenilir ve etkili olduğu yönünde hem fikir olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca iletişim eğitimi alan öğrencilerin genelinde medya ve dini ritüellerin birbiri ile bağlantılı olma ihtimalini yadığı gözlemlenmiştir.

Diğer katılımcı öğrenci gruplarından çok az olmakla birlikte ağırlıklı olarak İlahiyat Fakültesi erkek öğrencilerin ibadetleri öğrenme, hatırlama, yanlış düzeltme anlamında geleneksel medyadan yararlandıklarını aktarmaları ilgi çekici bulunmuştur. Diğer gruplardan da etkilendiğini ifade eden öğrencilerin tamamı aynı şekilde unutulmuş hatırlatma, yanlış düzeltme, öğrenme ve takip etme anlamında dini ibadetleri deneyimlemede, geleneksel medya araçlarından yararlandıklarını ifade etmiştir.

Geleneksel medyaya yönelik önemli bulgulardan biri de muhafazakar medyanın dini kimlik üzerindeki etkisi ile ilgilidir. Alınan eğitimin seküler yönü ve mesleki anlamdaki yaklaşımları, iletişim öğrencilerini dini içeriği ile ön planda olan medyaya karşı olumsuz etkilemiştir. İletişim öğrencilerinin genel kanısı, muhafazakar medyaya karşı mesafeli olma ve dini kimliği olumlu etkilemediği yönündedir. Özellikle katılımcı kız öğrenciler, temkinli ve eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir. Sorgulamacı ve gözlemlene yönü açık olan kız öğrenciler, genel olarak adı geçen medyayı takip ettiklerini, ancak tarafsız, gerçek ve objektif yayın anlamına muhafazakar medyayı yetersiz bulduklarını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde sahip oldukları dini kimlikleri ile

dini çizgide yayın yapan medyayı bağdaştırmadıklarını da açıkça vurgulamıştır. İletişim okuyan erkek öğrenciler de aynı şekilde muhafazakâr medyanın dini açıdan bir katkısının olmadığı yönünde görüş bildirmiştir. En dikkat çekici eleştiri ise dini içeriklerin ve siyasi gündemin homojenleştirilerek muhafazakâr medyaya yer almasına dair rahatsızlıkların ifade edilmesidir. Bu anlamda muhafazakâr medyanın dini kimliğe bir katkısının olmadığı aktarılmıştır.

İlahiyat öğrencilerinde ise özellikle kız öğrencilerin dini yaşantılarına katkı anlamında hatırlatıcı ve bilgi aktarıcı rolüne atfen olumlu yaklaşıtları görülmüştür. Katılımcı erkek öğrencilerde, kız öğrencilerin aksine eleştirel bir yaklaşım söz konusudur. Öğrencilerin eleştirilerinde öne çıkan yönler; teknolojiyi geriden takip etme, içeriğin doyurucu olmaması, güncellikten uzak olması, siyasi içeriğe sıklıkla yer verme gibi unsurlardır. Dinin evrensel dilini zedelediğini düşünen eleştirel yaklaşımda bulunan erkek öğrenciler, muhafazakâr medyanın güvenilirlik anlamında sorguya açık olduğunu ve dini kimliğe katkı sağlayıcı içerik barındırmadığı görüşündedir.

#### 2.3.4. Yeni Medyada Dini Kimliğin Konumlandırılması

Son ana kategoride gençlerin dijital ortamlarda dini kimliklerini kurgulama eğilimleri ve dini kimliklerini aktarma şekillerinin incelenmesi ve yeni medyanın dini kimliklerini nasıl etkilediği incelenmeye çalışılmıştır. Yeni medya kullanımı dijital ortamlarda varlık göstermede aktiften pasife kadar konumlar tercih eden gençler arasında bir 'dijital uçurum'un (Buckingham, 2008, s. 15) varlığı sonucuna ulaşıldığı bu çalışmada, teknolojik merak ve imkânların seferberliği anlamında ciddi tartışmaların yapılmasının zorunlu olduğu görülmüştür. Bulguların değerlendirilmesi sonucu dört aşamada sonuçların aktarılması uygun bulunmuştur. İlk aşamada bireylerin sosyal medya deneyimleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Temel kullanım bilgilerinin edinildiği ilk aşamada tüm katılımcıların ortalama 2 ila dört saat arasında internette vakit geçirdiği anlaşılmıştır. En fazla vakit geçiren katılımcı öğrenci grubu ortalama 5 saat ile İletişim okuyan erkek öğrenciler olmuştur.

Öğrencilere neden yeni medya kullandıklarına dair sorulan soruda ise öğrenciler, daha çok arkadaş çevresi ile iletişimde kalma, bilgi edinme, gündem takip etme ve film izleme gibi eylemleri sıralamıştır. Söz konusu bu amaçların gerçekleştirilmesinde sadece sosyal medya araçları değil web siteleri, bloglar gibi diğer yeni medya araçlarının kullanıldığı da aktarılmıştır. Katılımcı öğrencilerin tümü arasında sadece dört öğrenci dini inanç ve anlayışları gereği sosyal medya kullandıklarını ifade etmiştir. Bu durum, 'dindarlaşan sekülerleşme' ve 'sekülerleşen dindarlık' kavramlarını akla getirmiştir. Nitekim gündelik hayat içerisinde popüler olana rağbet, yer yer seküler tabanlı istekleri dindar bireylerin nezdinde daha çok öne çıkarabilmektedir. Sosyal paylaşım sitelerinin kullanılıp kullanılmadığı ve kullanılıyorsa hangilerinin ne amaçla kullanıldığına dair soruya öğrenciler, haberleri ve gündem takibi anlamında Twitter'ı, arkadaşlarla iletişim anlamında Instagram'ı, videoları seyretmek için Youtube'u ve aile ve yakın çevredeki ile iletişim amaçlı olarak Whatsapp'ı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcı öğrenciler arasında Facebook kullandığını ifade eden hiçbir öğrenci olmamıştır. Burada aktarılması gereken diğer önemli bir noktada da; İlahiyat okuyan öğrencilerin sosyal medya kullanım anlamında zorunluluklarının olduğunu ifade etmeleri, bazı kullanılan sitelerin terk ettiklerini, bazılarını ise zamanla terk edeceklerine dair vurgularda bulunmalarıdır.

Profillerinde yansıtılan kimlikler sorulduğunda ise üç öğrenci hariç diğer tüm öğrenciler rumuz kullanmadan kendi isimlerini verdiklerini beyan etmiştir. Fotoğraf kullanmada her iki fakültenin kız öğrenciler genellikle yüzlerini belli etmeyen ya da kendilerinin çekmiş olduğu fotoğrafları kullanmayı tercih ettiklerini beyan etmiştir. Erkek öğrencilerde böyle bir çekinceye rastlanılmamıştır.

Diğer bir kısımda sosyal medya ortamında dini kimliğin aşikâr olmasına dair nasıl bir eğilim olduğu anlaşılacak istenmiştir. İlk olarak sosyal medyada dini bir paylaşımında bulunup bulunmadıkları sorulmuştur. İletişim okuyan kız öğrenciler doğrudan payla-

şımında bulunmadıklarını ifade etmiştir. Dini görüşünü belli etmek istememe, yakın çevreyi dini görüş aktararak rahatsız edilmek istenmemesi gibi gerekçeler öne sürülmüştür. İletişim okuyan erkek öğrenciler ve İlahiyat okuyan katılımcı öğrenciler, dini kimliklerini yansıtan paylaşımlarda bulduklarını ifade etmiştir. Ancak doğrudan kişisel görüş olarak dini paylaşım yapan sadece ilahiyat okuyan erkek öğrencilerdir. Diğer katılımcı öğrenciler ayet, hadis, kişi sözü paylaşımı gibi alternatifleri tercih etmiştir. Özellikle iletişim okuyan katılımcı erkek öğrenciler, bu duruma neden olarak siyasi ortam, meslek, dini görüşlerin dışında farklı görüşlere sahip olma gibi sebepler göstermiştir. Sosyal medyada yansıtılan dini kimlikle gündelik hayatta yaşanan dini kimlik arasında farklılıkların olup olmadığına dair soruya öğrencilerin birçoğu, bir fark olmadığı ve benzer olduğu yönünde cevaplar iletmıştır. İletişim Fakültesi öğrencileri, seçtikleri yaşam tarzını temsil eden içeriğin takibi ve sahip oldukları dini inançlarını içeren paylaşımlar üzerinden benzer yönleri açıklamıştır. İlahiyat fakültesi öğrencileri ise benzerlikleri gündelik hayatta sahip olunan fikirler ve giyim tarzları üzerinden açıklamıştır. Kız öğrenciler, profillerinde yansıttıkları tezettürlü fotoğraflar üzerinden, erkek öğrenciler ise gündelik hayatta savundukları fikirleri, dijital ortamlarda paylaşımları üzerinden benzerlikleri açıklamışlardır.

Sosyal medyanın bireyin dini kimliğine etkilerine dair bulguların yer aldığı bir diğer kısımda, ilk olarak dini içeriğin sosyal medyada yer almasına dair görüşler değerlendirilmiştir. Dini içeriğin yanlış aktarılması, dini içerikler ile ilgili tereddütlerin yaşanması ve yanlış yönlendirmelere maruz kalınması gibi çekinceler yaşayan İletişim fakültesi öğrencilerinin aksine İlahiyat Fakültesi öğrencileri, sosyal medyada dini içeriğin yer almasını hatırlatıcı, öğretici ve yönlendirici rolüne vurguda bulunmuştur. Sahip olunan dini anlayışa sosyal medyadaki içeriklerin etkisine dair diğer bir soruya öğrencilerin çoğu etkilemediği yönünde cevap vermiştir. Etkilemediğini belirten öğrencilerin ortak görüşü; aileden temel olarak bir anlayış aldıkları ve dijital ortamlarda var olan bilginin güvenli kaynağa dayanmama riskinin olması şeklindedir. Etkin olduğunu söyleyen az sayıdaki öğrencinin ortak görüşü ise ibadetleri öğrenme, bilgi edinme, dini figürlere ulaşabilme ve hâlihazırda sahip olunan dini anlayışa katkıda bulunma şeklindedir.

Çalışmada gençlerin cemaat, tarikat gibi yapılanmalara mesafeli olduğu sonucundan yola çıkarak sosyal medya üzerinden dini liderlerin ve dini grupların takibine yönelik soru yöneltilmiştir. İletişim fakültesi kız öğrencileri hariç diğer katılımcı öğrencilerin çoğu, sosyal medya üzerinden takip etmekte bir sakınca görmediklerini aktarmıştır. Bu sonucun elde edilmesinde en büyük etken, özellikle dini figürlerin, rol modellerin bireysel ve bağımsız olarak algılanması, tarafsız görülmesi, milli değer taşıması, cemaat ve tarikatlardan ayrı olunması, doğrudan bireyin muhatap alınması ve dini bir bilinç kazandırmadan başka bir gaye taşımadıklarına inanılmasıdır.

Çalışmada yeni medyada ve özellikle sosyal medyada özgür hareket edilip edilmediğine ve dini kimliğin özgür şekilde belirtilip belirtilmediğine dair soru yöneltilmiştir. İletişim okuyan öğrenciler, çok kısıtlı bir özgürlük sahasının olduğuna değinmiş ve fikir beyan etmede, paylaşım yapmada özgür olamadıklarının altını çizmiştir. Ancak İlahiyat öğrencileri özgürlük konusunda ikiye bölünmüştür. Özellikle kız öğrencilerin çoğu özgürce kullanabildiklerini ifade etmiştir. Ancak erkek öğrencilerin yarısı özgürlük anlamında siyasi ve milli görüş belirtme konusunda çok sıkıntı yaşadıklarını ve özgür olduğuna inanmadıklarını aktarmıştır.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Çalışmanın sonucunda elde edilen en önemli verilerden biri, ailenin en temel kaynak olma durumunun katılımcı öğrenciler nezdinde önemini koruduğu ve medyayı dini bilinç edinmede araçsallaştırdıklarının görülmesidir. Medya, dini kimliğin inşasından çok inşa edilmiş dini kimliğin gelişimi ve sürdürülmesi anlamında bir bilgi kaynağı rolünü üstlenmiş durumdadır. Kimliğe yönelik bilinç ve dini kimlik hakkında

biyresel yorumlardan elde edilen sonuç ise gençlerin kendilerini değerlendirmede, objektif bir yaklaşıma sahip olduğu yönündedir. Dini kimliğin özellikle gençlik döneminde belli bir bilinç düzeyinde inşa edilmesi, gerek kimliğe dış etkenlerin özellikle medyanın etkilerine yönelik seçici olma özelliğini öne çıkarmış, gerekse de ileride yaşayacağı yetişkinlik döneminde oturmuş bir kimliğe yaklaşma anlamında süreçleri iyi yönetebilme kabiliyetini geliştirebilmesini beraberinde getirmiştir.

Katılımcı gençlerin geleneksel medya eğilimi sorgulandığında, gençlerin geleneksel medyayı tamamen hayatlarından çıkarmadıkları görülmüştür. Özellikle dini kimliğe katkısı anlamında; bilgi, mesleki kazanım ve rol model edinmeye yönelik gereksinimlerden dolayı geleneksel medya araçlarını kullandıkları görülmüştür. Ancak gençlerin yeni medya araçlarının kullanımına yönelik eğilimlerine yönelik analizlerde, gereksinimlerde çeşitlilik göze çarpmıştır. Analiz sonuçlarında, kullanım amaçlarının merak, ulaşılmayan bilgileri edinme, geleneksel kaynaklardan teyit edilemeyen bilgileri araştırma, yeni ibadet türlerini öğrenme, iletişim kurma gibi nedenler öne çıkmıştır. Çalışmanın önemli bulgularından biri ise gençlerin dini kimliklerini yeni medya ortamlarında yansıtma davranışlarında çekingenlik davranışı sergilemiş olmasıdır. Bu tutumun nedenleri analiz edildiğinde, İslam fıkhı açısından aykırı durumları barındırması ve dinen uygunluğuna dair otoritelerin ihtilafı beyanlarının bulunması alt nedenlerden birkaçı olarak sıralanmıştır.

Tüm bu yönleri ile bu çalışmada elde edilen veriler, sınırları dar bir alanda dini kimliğin inşasının temeline ışık tutmuş, medyanın yanı sıra aile, eğitim gibi geleneksel faktörlerin dini kimliğe dair etkilerinin devam ettiğini, dinin medyanın yanı sıra geleneksel öğrenme yöntemleri ile öğrenile geldiğini tekrar hatırlatmıştır. Ancak bu çalışmada özellikle altı çizilmesi gereken nokta, üniversitenin doğu illerinde yaşayan öğrenciler tarafından tercih edilmesinden dolayı diğer bölgelerdeki üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler üzerinde böyle bir çalışmanın farklı sonuçlar doğurabileceğinin göz önüne alınmasıdır. Diğer bir nokta ise medyanın öğretici yönünün din açısından kullanılma perspektiflerinin çeşitlendirilmesi, dindar insanların yeni medyaya yaklaşımlarına ışık tutabilecek dini pedagojik yaklaşımların geliştirilmesi gibi birçok meselenin çözümüne dair somut uygulamaların elzem olmasıdır.

## Kaynakça

- Akyüz, N. (2002). İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin din anlayışı ölçeği üzerine bir pilot araştırma. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 43(1), 1. [https://doi.org/10.1501/ilhfak\\_0000000082](https://doi.org/10.1501/ilhfak_0000000082).
- Bocock, R. (1993). *Consumption* (1st Edition). Routledge.
- Buckingham, D. (2008). Introducing Identity. *Foundation Series on Digital Media and Learning*, 1–24. <https://doi.org/10.1162/dmal.9780262524834.001>
- Çamdereli, M. (2018). *Din ekranda nasıl durur? Medyada dinin popüler temsilleri*. Ketebe Yayınları.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Campbell, H. A., and Vitullo, A. (2016). Assessing changes in the study of religious communities in digital religion studies. *Church, Communication and Culture*, 1(1), 73–89. <https://doi.org/10.1080/23753234.2016.1181301>.
- Clark, L. S. (2002). U.S. adolescent religious identity, the media, and the “Funky” side of religion. *Journal of Communication*, 52(4), 794–811. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02574.x>
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. S. B. Demir (ed.). Ankara: Eğiten Kitap.

- Dereli, M. D. (2019). Dini kimliklerin siber uzamda akışkanlaşması. *insan&toplum*, 9(1), 85-115. DOI: 10.12658/M0301.
- Dereli, M. D. (2020). *Sanala veda: Sosyal medya ve dönüşen dindarlık*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Eken, M. (2020). Modern görsel kültürde M Nesli'nin online inanç pratikleri. *bilim-name*, 43, 31-71, DOI:10.28949/bilimname.762744.
- Fore, W. F. (1987). *Television and religion: The shaping of faith, values, and culture*. Minneapolis: Augsburg Publishing House.
- Groenewald, T. (2004). *A phenomenological research design illustrated*.
- Hepp, A. ve Krönert, V. (2009). Medien – Event – Religion. In *Medien – Event – Religion*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91548-7>
- Herrmann, J. (2007). *Medienerfahrung und Religion: Eine empirisch-qualitative Studie zur Medienreligion*. (Vol. 51). Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age*. Routledge.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (M. Bütün, S. B. Demir (ed.)). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Reichertz, J. (2010). Nach den Kirchen jetzt das Fernsehen? Kann das Fernsehen Werte vermitteln? In *Mediensozialisationstheorien* (pp. 147–166). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-92249-2\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-531-92249-2_9)
- Underwood, D. (2012). Religion in printmedia. In D. Winston (Ed.), *The Oxford handbook on religion and the American news media*, (pp. 113-125.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195395068.013.0007>
- Wright, M. (2006). *Religion and film: An introduction*. IB Tauris.

# MEDIAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

## Media Impact on Young People's Religious Identity: A Study on Students of Inonu University Faculty of Communication and Faculty of Divinity

Nida Sümeyya ÇETİN

### Extended Abstract

The structure of religious identity that is open to the influence of the media affects the daily life of the individual and plays an active role in increasing and reducing their religious sensitivities. In this sense, especially the individual who has overcome the identity crisis and has moved into youth can apply to the religious content of the media while designing his/her identity within the framework of the religious beliefs at its core. In the study, which included findings on how religious identity is fundamentally acquired and what are the sources that are active in self-identity and religious identity, it was intended to understand the stages of building the religious identity of young people under four main headings. In the first stage, information was obtained about the position of education, which is one of the active factors in the construction of identity, in the religious beliefs and media preferences of the participating young people. Basically, two results and linked sub-results have been obtained. It was observed that there was no change in the religious beliefs of the participants who did not take into account the religious criteria in the selection of education. In the second group, it is understood that the education choices of the students who want to reinforce their religious beliefs and religious understanding, who want to be at a higher level in terms of religiosity, are in this direction and they have made progress in terms of knowledge after the education. Students have shaped their religious identity at the rate of reconciling their religious understanding with the undergraduate education they receive. In the change of the media use, they are accustomed to after training, it has been seen that the orientation towards new media is very high.

Another important point in understanding the religious identity of students and learning their degree of influence from the media is the discovery of their awareness of identity, religiosity, and religious identity. At this point, questions were asked about their religious identity, especially through their conceptual knowledge and practice of religiosity in their daily lives. Students who have an approach mainly within the framework of character and personality definitions towards identity, self-depiction, and individual personality traits have come to the fore in their definitions of their own identities. Students who express their religious understanding in the sense of depicting their own identity are few among all participating students. In terms of religiosity, an intimate and objective approach was encountered. Students also self-critical according to a concept of religiosity in a physical and spiritual sense, and defined themselves according to the degree to which they performed their religious worship and lived a religious life. Therefore, it has been observed that the participating students have self-consciousness in terms of evaluating their religious identity. The importance of these issues in terms of work is to understand how well students know their identity when evaluating the effects of the media on religious identity. In this context, when asked to explain how the phenomenon of religion is reflected in their identities, it is seen that they turn to inferences on the issue of appearance and worship. To under-

stand their religious identity, the students often expressed external observations such as being wearing a hijab, worshipping and fulfilling religious principles.

Within the framework of religious understanding, the position of the media in participating students should be considered from many perspectives. However, it was interesting that it was shown as one of the sources of role model acquisition, religious information acquisition, learning, and reminding of the worships performed in the pursuit of religious identity of the traditional media. While traditional media communication is followed professionally by students and has a limited impact with the acquisition of more role models in terms of religious identity, it is understood that students studying theology install many functions in traditional media. In the case of the effects of new media, which is the most preferred type of media today, on religious identities, many differences have been detected in the tendency of both groups of students. The most important difference is that the communication faculty has declared that its students do not trust the content on social media in terms of influencing their religious identity, that there is a transfer of misinformation, and that it is unsettling to have religious content in the media in general. Students studying theology underlined that the new media is important in accessing unattainable religious sources and religious content, listening to religious figures considered religious authorities, following religious groups and conversations, reminding worship, and many other religious activities.

#### **Çalışmanın Etik İzin Bilgileri**

İnönü Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 08/06/2020 tarih ve 12 sayılı oturumunda alınan 2020/12-8 sayılı kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir. Etik değerlendirme kararı belge tarihi: 10/07/2020, belge sayı numarası: E.44329

**Etik kurul izin bilgileri:**

**Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı:** İnönü Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

**Etik değerlendirme kararı belge tarihi:** 10/07/2020

**Etik değerlendirme belgesi sayı numarası:** E.44329

#### **Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Contribution of Authors**

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

*The research was conducted by a single author.*

\*\*\*\*\*

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

*There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.*

\*\*\*\*\*

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

*This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.*

\*\*\*\*\*

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamındaki kurallara uyulmuştur.

*In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.*