



**Din ve Bilim**  
Muş Alparslan Üniversitesi  
İslami İlimler Fakültesi Dergisi



**Din ve Bilim – Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi**  
**Region and Science - Journal of Muş Alparslan University Faculty of Islamic Sciences**  
e-ISSN: 2667-7717 Haziran/June 2022, 5(1): 87-108

**Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği**

The Effects of Social Media on Religious Live: The Example of High School Students in Bursa

**Osman VARSAK**

Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Din Eğitimi Anabilim Dalı / PhD Student, Bursa Uludağ University, Social Sciences Institute,  
Department of Education of Religion, Bursa/Türkiye  
osmanvarsak@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-0022-1383

**Makale Bilgisi | Article Information**

**Makale Türü / Article Type:** Araştırma Makalesi / Research Article

**Geliş Tarihi / Date Received:** 13 Mayıs / May 2022

**Kabul Tarihi / Date Accepted:** 23 Haziran / June 2022

**Yayın Tarihi / Date Published:** 30 Haziran / June 2022

**Yayın Sezonu / Pub Date Season:** Haziran / June

**DOI:** 10.47145/dinbil.1116438

Bu makale, hazırlanmakta olan “Gençlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini İnanç ve Davranışlarına Etkisi” (Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü) başlıklı doktora tezinden üretilmiştir./This article is extracted from my PhD thesis entitled “The Effect of Youth's Social Media Use on Their Religious Beliefs and Behaviours”, (PhD. Dissertation, Bursa Uludağ University, Bursa/Türkiye).

Araştırmanın etik kurul izni Bursa Uludağ Üniversitesi Araştırma ve Yayın Etik Kurullarının 02.10.2021 tarihli 04 no'lu kararı ile alınmıştır.

**Atıf / Citation:** Varsak, Osman. "Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği / The Effects Of Social Media On Religious Live: The Example Of High School Students In Bursa". *Din ve Bilim - Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi* 5 / 1 (Haziran 2022): 87-108. doi: 10.47145/dinbil.1116438

**İntihal:** Bu makale, iThenticate yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

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

**web:** <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dinbil> | **mailto:** [dinbil@alparslan.edu.tr](mailto:dinbil@alparslan.edu.tr)

Published by Muş Alparslan Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi / Muş Alparslan University, Faculty of Islamic Sciences, Muş, 49250 Turkey.



## Öz

Son yıllarda sosyal medya yoğun bir şekilde kullanılmakta ve bu kullanıma bağlı olarak da insan hayatında bir takım psikolojik ve sosyolojik etkiler oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalar sosyal medyanın yoğun kullanımına bağlı olarak kullanıcıları birçok yönden olduğu gibi dinî yönden de etkilediklerini göstermektedir. Din eğitimcilerinin toplumdaki dinî inanç ve davranışları etkileyen faktörleri doğru şekilde anlaması, din eğitimi alanında daha etkili çalışmalar yapmaları konusunda destek sağlayabilir. Literatürde kullanıcıların dinî yönlerine etkileriyle ilgili dolaylı bazı çalışmalar olsa da doğrudan kullanıcıların sosyal medya kullanımıyla dinî inanç ve davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen oldukça sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Araştırmamızın temel amacı bu boşluğun giderilmesi konusunda literatüre katkı sağlamaktır. Araştırmamızın ilk bölümünde sosyal medyanın dinî hayata etkileri üç başlıkta irdelenmiştir. İlk bölümde öncelikle sosyal medyanın kullanıcıların materyalist algıları üzerindeki etkilerine değinilmiş daha sonra zaman içinde toplum ahlakında oluşturduğu etkiler ve suç istatistikleriyle ilişkisi bazı raporlarla ortaya koyulmuştur. Son olarak ise sosyal medya kullanıcılarının dinî hayatlarını sosyal medyaya taşımaları neticesinde ortaya çıkmış olan yeni bir dindarlık türü olarak “sosyal medya dindarlığı” kavramına yer verilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde katılımcıların sosyal medya kullanım istatistikleri ile dinî inanç ve davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu kapsamda nicel tarama ve ilişkiel tarama modeli esas alınarak farklı tür, akademik ve sınıf düzeyindeki on iki ortaöğretim kurumunda eğitim gören 760 öğrenciye ölçek uygulanmıştır. Elde edile veriler SPSS 17.0 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda sosyal medya kullanımının kullanıcıların dinî inanç ve davranışlarını etkilediği tespit edilerek sosyal medyanın çeşitli dinî inanç ve davranışlarla ilişkisine dair analiz sonuçları istatistiksel olarak ortaya koyulmuştur.

**Anahtar Kelimler:** Din Eğitimi, Sosyal Medya, Din, Ahlak, Dijitalleşme.

## Abstract

In recent years, social media has been used extensively in the world and in our country. Depending on this use, it brings with it a number of psychological and sociological effects in human life. This situation has led to the emergence of many academic studies on the effects of social media on human life. Studies show that, depending on the intense use of social media, users are affected by religious as well as many aspects. The correct understanding of the factors affecting religious beliefs and behaviors in the society by religious educators can provide support for them to carry out more effective studies in the field of religious education. Although there are some indirect studies in the literature about the effects of users on their religious aspects, there are very limited studies that directly examine the relationship between users' social media use and their religious beliefs and behaviors. The main purpose of our research is to contribute to the literature on the elimination of this gap. In the first part of our research, the effects of social media on religious life were examined under three headings. In the first part, firstly, the effects of social media on the materialistic perceptions of the users were mentioned, and then the effects of social media over time and its relationship with crime statistics were revealed with some reports. Finally, the concept of “social media religiosity” as a new type of religiosity that emerged as a result of social media users' carrying their religious lives to social media is included. In the second part of the study, the relationship between the social media usage statistics of the participants and their religious beliefs and behaviors was examined. In this context, a scale was applied to 760 students studying in twelve secondary education institutions of different types, academic and grade levels, based on the quantitative survey and relational survey model. The obtained data were analyzed with the SPSS 17.0 program. As a result of the research, it was determined that the use of social media affected the religious beliefs and behaviors of the users, and the results of the analysis on the relationship of social media with various religious beliefs and behaviors were revealed statistically.

**Keywords:** Religious Education, Social Media, Religion, Morality, Digitalization.

## Giriş

İletişim teknolojilerinin en yeni ve gelişmiş ürünü olan sosyal medya, iletişim konusundaki sunduğu imkânlarla adeta sınırları zorlamaktadır. Kullanıcıları için sınırları yok eden, uzakları yakın eden, kendilerini özgürce ifade özgürlüğü sağlayan sosyal medya, aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik bazı etkiler oluşturabilmektedir. Başta Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Youtube olmak üzere ülkemizde birçok farklı sosyal medya platformu kullanılmakta<sup>1</sup>, kullanım amacı olarak ise daha çok zaman geçirmek(%43), arkadaşlık kurmak(%9), oyun oynamak(%10), sohbet etmek(%18), kendini tanıtmak(%10) ve arkadaşlarını takip etmek(%10) ön plana çıkmaktadır.<sup>2</sup>

Sosyal medya ile ilgili her sene yayınlanan raporlar göstermektedir ki gün geçtikçe sosyal medya araçları daha fazla insan tarafından kullanılmakta, kullanıcıların sosyal medyada geçirdikleri süreler her geçen gün daha da yükselmektedir. 2021 yılı itibariyle dünyadaki insanların gün içinde sosyal medyada geçirdikleri süre ortalamasının 2 saat 24 dakika olduğu rapor edilmektedir. Ülkemiz ise 2 saat 51 dakika ile bu ortalamanın üzerinde yer almaktadır.<sup>3</sup> Raporlar göstermektedir ki oldukça yeni sayılabilecek bir medya aracı olmasına rağmen günümüzde insanlar sosyal medyaya hayatlarında önemli bir yer ayırmaktadır. Dolayısıyla kullanıcılar, sosyal medya içeriklerine uzun süre maruz kalmaktadır. Sosyal medyanın uzun süre kullanılması kullanıcılar üzerinde oluşacak bazı etkileri de beraberinde getirmektedir. Yapılan bazı araştırmalar sosyal medyanın uzun süre kullanılması sonucunda kullanıcılarda bağımlılık ve stres bozukluklarının görülmesi<sup>4</sup>, kullanıcıların mahremiyet algılarında negatif anlamda değişme meydana gelmesi<sup>5</sup>, kullanıcıların toplumdan uzaklaşarak bireysel bir hayata yönelme eğilimi görülmesi<sup>6</sup> gibi olumsuz bazı değişimlerin yaşanmasına neden olduğunu göstermektedir. Yapılan araştırmaların birçoğunda sosyal medyanın oluşturduğu olumsuz etkilerin üzerinde durulsa da iletişim alanında sunduğu imkânlar göz önüne alındığında sosyal medyadan birçok fayda sağlamanın da mümkün olduğu düşünülebilir. Örneğin bazı araştırmalar sosyal medya araçlarında yaşanan gelişmelerin dijital ortamlarda oldukça verimli öğrenme ortamlarının oluşmasını sağlayabileceğini göstermektedir.<sup>7</sup> Dolayısıyla sosyal medya ortamlarının kullanıma bağlı olarak bireylerin kişisel gelişimlerine katkı sağlayabileceği de unutulmamalıdır.

Genel olarak medya kavramının özelde ise sosyal medyanın toplumda icra ettiği misyona bakıldığında dinî ve manevi değerlerle zıt kutuplarda yer aldığı söylenebilir. Sosyal medya araçları toplumu eğlendirme ve boş zamanlarını daha zevkli hale getirme görevini yerine getirir. Bunu yaparken de insanların ilkel ihtiyaç ve dürtülerine hitap ederek daha fazla müşteri edinmeye çalışır. Böylece insanların hırs, nefret, cinsellik, öfke, kibir ve tamah gibi olumsuz duygu ve dürtülerini harekete geçirir. Öte yandan dinî ve manevi değerle ise insanların başına gelen olumsuzluklar karşısında dürtülerine göre değil ahlaki değerlere göre hareket etmelerini öğretme çabasıdır.<sup>8</sup> Dinî ilkelere göre yaşama gayesindeki bir kişi, ilkel dürtülerini terbiye ederek davranışlarını temel insani değerlere göre optimize etmeye çalışır. Dolayısıyla sosyal medyanın doğası gereği dinî inanç ve davranışlar için potansiyel bir risk taşıdığını söyleyebiliriz. Öte yandan bazı araştırmalar ise sosyal

<sup>1</sup> Dağhan Irak vd., *Türkiye ve Sosyal Medya* (Ankara: Okyanus Yayınları, 2012) 135.

<sup>2</sup> Ali Yıldız – Mehmet Demir, “Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17/37(2016), s.28.

<sup>3</sup> <https://wearesocial.com/digital-2021> (15.10.2021)

<sup>4</sup> Ho vd., “Till Logout do us Part? Comparison of Factors Predicting Excessive Social Network Sites Use and Addiction Between Singaporean Adolescents and Adults”, *Computers in Human Behavior* 575(2017), 632- 642.

<sup>5</sup> Mücahid Zengin vd. “Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet: Facebook Mahremiyeti”, *Gümüşhane Üniversitesi İ. F. E. D.*, 3/2(2015), s.131-132.

<sup>6</sup> Abdurrahman Özkan, *Dijital Medya ve Çocuk: Sosyalleşmenin Yeni Boyutları*, (Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2016), s.98.

<sup>7</sup> Devrim Akgündüz, *Fen Eğitiminde Harmanlanmış Öğrenme Ve Sosyal Medya Destekli Öğrenmenin Öğrencilerin Başarı, Motivasyon, Tutum Ve Kendi Kendine Öğrenme Becerilerine Etkisi*, (İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 2013), s.135-147.

<sup>8</sup> Bayramalı Naziroğlu, “Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dinî Medya Okuryazarlığı”, *Dinbilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*, 15/2(2015), s. 199-200.

medyanın doğru ve ölçülü kullanıma bağlı olarak çocukluk ve gençlik dönemindeki bireylerde ödev yapma, dijital ortamlardaki yardım faaliyetlerine katılma, akranlarına destek olma ve oyun içinde diğer kullanıcılarla işbirliği geliştirme gibi bazı değerlerin oluşmasında etkili olduğunu da ortaya koymuştur.<sup>9</sup> Bu yüzden sosyal medyanın dinî hayata tamamen zararlı bir araç olduğunu düşünmek yerine yarar veya zararın kullanım biçimi ve amacıyla ilişkili olduğunu bilmek daha yerinde olacaktır.

Sosyal medyayla birlikte insanoğlunun medyayla ilişkisi yeniden şekillenmiştir. Sosyal medyanın kullanıcılara sunduğu olanaklar, her kullanıcının kendine ait bir medya oluşturmasına imkân sağlamaktadır. İnsanlığın tek merkezli ve kullanıcıları pasif bir alıcı olarak gören radyo, televizyon, gazete gibi geleneksel medya araçlarından sosyal medya araçlarına geçmesi birçok konuda yeni bilimsel çalışmaların yapılmasını zorunlu kılmıştır. İletişimden psikolojiye, sosyolojiden sanata kadar birçok bölümde sosyal medyanın etkileriyle ilgili çalışmalar hız kesmeden devam etmektedir. Bazı araştırmalarda dolaylı olarak sosyal medyanın dinî inanç ve davranışları etkilediğine dair sonuçların ortaya çıkması, sosyal medyanın dinî inanç ve davranışlarla ilişkisini önemli bir araştırma konusu haline getirmiştir. Sosyal medyanın dinî inanç ve davranışlarla ilişkisinin bilimsel yöntemlerle ortaya koyulması, bu konuyla ilgili bundan sonra yapılacak araştırmaların daha iyi anlaşılması açısından fayda sağlayabilir.

Araştırmamızın temel amacını sosyal medyanın, kullanıcıların dinî inanç ve davranışları üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak oluşturmaktadır. Ancak daha öncesinde sosyal medya kullanımının kullanıcıların dinî yönüne etkilerine değinilerek konuya daha geniş bir perspektif sunmak amaçlanmıştır. Sosyal medyanın dinî hayata etkileriyle ilgili araştırmaların son derece sınırlı olması araştırmamızın sunduğu bilgi yelpazesini sınırlandırmıştır.

## 1. Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri

### 1.1. Materyalist Anlayışın Yükselişi

İslam, sadelik ve kanaatkârlık dinidir.<sup>10</sup> İslam'a göre insanın sürekli dünyalık peşinde koşması boş bir uğraştan ibarettir. Gerçek mutluluğun kaynağı ise Allah'a iyi bir kul olmaktan geçmektedir.<sup>11</sup> Bundan kasıt dünya işlerinden büsbütün uzak kalarak ruhban hayatı yaşamak değildir. İslam öğretilerine göre iyi bir Müslüman dünyevi ihtiyaçlarını da göz önünde bulunduracak şekilde Allah'ın rızasını kazanacağı işlerle meşgul olmalıdır. İslam dinine göre hakiki bir Müslümanın inancı ve yaşam biçimi bu doğrultuda olmalıdır.<sup>12</sup> Tamamen dünyevi menfaat ve hırslarla yaşamayı İslam dini hoş karşılamaz. Sadece İslam değil aşağıdaki kutsal metinlerde de görüldüğü gibi aynı zamanda Hristiyanlık, Yahudilik, Budizm ve Hinduizm gibi dünya üzerinde geniş kitleler tarafından benimsenmiş diğer dinler de bencilce dünyevi menfaatlere yönelmeyi na hoş görmüştür.

Bilin ki, şu iğreti dünya hayatı bir oyun ve eğlenceden, bir süsten, aranızda bir övünmeden, mallarda ve evlatlarda çoğalma yarışından başka şey değildir.<sup>13</sup>

Düşmanlarınızı sevin, sizden nefret edenlere iyilik yapın, size lânet edenler için iyilik dileyin ve size hakaret edenler için dua edin... İnsanların size nasıl davranmalarını istiyorsanız, siz de onlara öyle davranın... Hiçbir karşılık beklemeden ödünç verin... Babanız merhametli olduğu gibi, siz de merhametli olun... Verin, size de verilecektir... Hangi ölçükle verirseniz, aynı ölçükle alacaksınız.<sup>14</sup>

...Bu kişi, rabbi Hillel'e giderek ondan aynı şeyi yapmasını istediğinde rabbi ona şöyle der: 'Kendine yapılmasını istemediğin şeyi başkasına (komşu) yapma!, bu Tora'nın tamamıdır, geri kalanı bunun yorumudur; git ve bunu öğren!<sup>15</sup>

<sup>9</sup>Yakup Ayaydın – Hatice Yıldız Ayaaydın, "Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi", *Değerler Eğitimi Dergisi*, 16/35(2018), s.78.

<sup>10</sup> Ebû Dâvûd, Tereccül, 2.

<sup>11</sup> Ankebut 29/64.

<sup>12</sup> Kasas 28/77.

<sup>13</sup> (Hadid, 57/20)

<sup>14</sup> *The Holy Bible* (Erişim 10 Şubat 2022), Luka, 6/27-38.

<sup>15</sup> *Kitab-ı Mukaddes* (Erişim 10 Şubat 2022), Talmud, Shabbat, 31a.

Ey Keşifler gezin! Bizler pek çok insanın mutluluğu ve yararı, dünyaya merhametin yayılması, insanların ve tanrıların mutluluğu, refahı ve iyiliği için gezeceğiz.<sup>16</sup>

Yukarıda belirttiğimiz kutsal metin ifadeleri göz önünde bulundurduğumuzda genel olarak din olgusunun dünyevi menfaatlerin ötesinde uhrevi hayata yönelik maddi ve manevi yatırım yapmayla ilgili birtakım önermelerinin olduğu söylenebilir. Kısacası dinler müntesiplerini bencil tamamen seküler olmaktan uzak tutmaya çalışır. Öte yandan batı kültürünün dünya üzerindeki etki alanının genişlemesiyle yayılan materyalizm ise maddeyi her şeyden üstün tutma ve bu uğurda yaşamayı esas alan hayat felsefesidir.<sup>17</sup>Bu yüzden din ile materyalizmin negatif anlamda birbiriyle ilişkili kavramlar olduğu düşünülebilir.

Materyalist kişiliğe sahip insanlar, Richins ve Dowson'a göre şu özellikleri taşımaktadır:<sup>18</sup>

- 1- Sahip olma duygusu onlar için son derece önemlidir. Sahiplik hissini dünyadaki diğer her şeye tercih ederler. Aynı zamanda sahip oldukları şeyler de onlar için oldukça değerlidir.
- 2- Bencil insanlardır.
- 3- Satın almak en temel haz kaynaklarıdır. Bu yüzden devamlı yeni şeyler satın almak isterler.
- 4- Onlar için mütevazı bir hayatın bir önemi yoktur. Onlar daima gösterişli ve varlıklı bir hayatın peşindedirler.

Semavi dinler başta olmak üzere din ile materyalizm kavramlarının özüne baktığımızda genel itibarıyla taban tabana zıt olduklarını görebiliriz. İslam dini başta olmak üzere dinler, insana azla yetinmeyi ve az da olsa başkalarıyla paylaşmayı,<sup>19</sup> başkalarının malında gözü olmamayı, bencillikten ve gösterişten uzak durmayı<sup>20</sup>, evrendeki bütün canlılarla dayanışma içinde olmayı öğütler.<sup>21</sup> Buna karşılık materyalizme göre dünyadaki en değerli şey "sahip olmak"tır. Materyalizmin temelinde başkalarının durumunu önemsemeden daha fazlasına sahip olma anlayışı yatmaktadır. İnsan ne kadar fazla şeye sahip olur ve ne kadar görkemli bir hayat yaşarsa o kadar mutlu olur. Dolayısıyla hayatın temel amacı daha fazla maddeye sahip olmaktır.<sup>22</sup> Bu bilgilerden hareketle materyalist anlayışın hâkimiyet alanının genişlemesiyle insanların daha fazla sekülerleştiği, dinî inanç ve değerlerin de zayıfladığı yorumu yapılabilir.

Sosyal medyanın yaygın kullanım biçimine bakıldığında kullanıcıların geçirdikleri güzel vakitleri diğer kullanıcılara gösterme yeri olduğu söylenebilir. İnsanlar sosyal medyada genel olarak eğlence ve tüketim anlarını paylaşır. Aile ve arkadaşlarla yapılan etkinlikler, yeme-içme fasılları, gezilip görülen mekânlar, giyilen kıyafetler, satın alınan ev, araba gibi ürünler ve buna benzer tüketim paylaşımları sosyal medyada sıkça görülür. Sosyal medyada başkalarının paylaşımlarını takip eden biri sürekli eğlence ve tüketim anlarına şahit olmaktadır. Bu paylaşımlara sürekli maruz kalan kullanıcıların kendi hayatlarını sıradan bulması ve daha fazla eğlence ve tüketime özenmesi muhtemeldir.

Yapmış olduğumuz bu araştırma kullanıcıların sosyal medya kullanımına paralel olarak dinî inanç ve davranışlardan uzaklaştığını, bir anlamda ahiret endeksli bir hayattan uzaklaşıp dünyevileştiğini ortaya çıkarmıştır. Sosyal medyanın kullanıcılar üzerinde oluşturduğu etkileri konu alan bazı araştırmalarda kullanıcıların sosyal medya kullanımına paralel olarak sahip oldukları manevi iklimden uzaklaşıp dünyevi hazlara daha fazla yöneldikleri görülmüştür. Bu anlamda yapılan çalışmalar araştırmamızın sonuçlarıyla örtüşmektedir.

<sup>16</sup> *Catuşpariçatsûtra*, (Erişim 10 Şubat 2022), 43.

<sup>17</sup> Richins vd., "A Consumer Values Orientation For Materialism And Its Measurement: Scale Development And Validation", *Journal Of Consumer Research*, 19/31(1992), 305.

<sup>18</sup> Richins vd., "A Consumer Values Orientation For Materialism And Its Measurement: Scale Development And Validation", s.308.

<sup>19</sup> Haşır, 59/24.

<sup>20</sup> Fatır, 35/29,

<sup>21</sup> Münafikun, 63/10,

<sup>22</sup> Emrah Tokgöz, "Materyalist Değerler Statü Tüketimi ve Dürtüsel Satın Alma Arasındaki İlişki", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16/Özel Sayı(2018), s.13.

Yazıcı tarafından 2018 yılında Üsküdar Üniversitesi ve İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde yapılan araştırmaya 575 öğrenci katılmıştır. Araştırma, sosyal medya kullanımıyla materyalist algı arasında pozitif ilişki olduğunu göstermektedir. Buna göre göre, beş ve daha fazla farklı mecrada sosyal medya hesabına sahip olanların daha az olanlara göre, beş yıl ve daha fazla süredir sosyal medya kullananların daha az süredir kullananlara göre anket sorularına verdikleri cevaplarda daha materyalist bir anlayış içinde oldukları görülmüştür. Ayrıca kullanıcıların sosyal medya kullanım süreleri ile materyalist algıları arasında pozitif korelasyon olduğu görülmüştür. Yani sosyal medyada geçirilen süre arttıkça kullanıcılar daha materyalist bir algıya sahip olmaktadır. Katılımcıların %30'luk bir kesimi, sosyal medya kullanımının düşünce ve davranışları üzerinde "etkili" ve "çok etkili" olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal medya kullanımının düşünce ve davranışlarını etkilediğini belirten katılımcıların materyalist algılarının diğer katılımcılara göre daha yüksek olduğu da elde edilen veriler arasındadır.<sup>23</sup>

Balıkçioğlu ve Volkan'ın çalışması da Yazıcı'nın araştırmasında olduğu gibi iddiamızı desteklemektedir. Araştırmacılar Antakya şehir merkezinde lise düzeyindeki bütün okullarda anket uygulamıştır. Bu araştırma da göstermektedir ki sosyal medya kullanımı hem materyalist algıyı hem de tüketim kültürünü beslemektedir. Sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğunu genç kuşak oluşturmaktadır. Zamanlarının büyük kısmını kendi akranlarıyla geçiren gençler, hayata bakış açılarında ve tüketim kültüründe de büyük ölçüde akranlarının yargılarından etkilenmektedir. Gösteriş için yapılan tüketim, gençlerin akranları arasında ön plana çıkmak için sıkça başvurdukları bir yöntemdir. Yaptıkları tüketimi sosyal medya hesaplarından paylaşan gençler bu sayede daha büyük bir kitleye gösteriş yapabilmektedirler. Yaptıkları paylaşımlara gelen beğeni ve yorumlar da hem paylaşımı yapanı hem de akranlarını bu gibi daha fazla paylaşım yapması konusunda teşvik etmektedir.<sup>24</sup>

İnsan davranışları bir takım ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkmaktadır. Fizyolojik ve duygusal ihtiyaçlar oluştuğunda insan kendini gergin hisseder. İnsanın bu gerginlikten kurtulmasının yolu, ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik eylemde bulunmasıdır. İnsan davranışlarının ortaya çıkmasındaki temel etkenler, ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik güdülenmesini sağlayan uyaranlardır. Uyarılma ise iç ve dış etkenlerle olmak üzere iki farklı yolla gerçekleşebilir. Bir insanın acıktığında yemeğe ihtiyaç duyması iç uyaran, okuduğu bir kitabın kapağı ya da mağazanın vitrini dış uyaran olarak sınıflandırılabilir. Yani dış uyaranlar, kişinin doğal ihtiyaçlarından kaynaklanmayan, dış dünya tarafından kişiyi davranışta bulunmaya yönelik motive eden uyarıcılarıdır.<sup>25</sup> Bu bilgiden hareketle sosyal medya araçlarının kullanıcıları daha fazla tüketim davranışı göstermeleri konusunda motive edici dış uyarıcılar olabileceğini söyleyebiliriz. Sosyal medyanın daha fazla kullanılması ise kullanıcıların tüketim konusunda daha fazla uyarılması anlamına gelmektedir. Bu da Yazıcı, Balıkçioğlu ve Volkan'ın araştırmalarıyla örtüşmektedir.

Kadıoğlu da günümüzde insanların tüketim alışkanlıklarında sosyal medya ve internet araçlarının önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Günümüz insanı, tüketim alışkanlıkları konusunda önceki kuşaklardan birçok noktada ayrılmaktadır. Bunda içinde dünyaya gelen dönem özellikle belirleyici olmaktadır. Günümüzde çocuklar henüz okuma yazma bile öğrenmeden gün içinde zamanlarının önemli bir bölümünü telefon ve tablet gibi teknoloji ürünlerini kullanarak geçirmektedir. Önceki kuşakların çıkartma, oyun kartı ve çizgi roman biriktirme, sokaklarda misket oynama, bisiklete binme, futbol oynama gibi az eşya ile daha fazla mutlu olma gibi özelliklerini yeni nesilde görmek oldukça zorlaşmıştır. Yeni nesil dijital bir çağda dünyaya doğmuştur ve gerçek yaşam tecrübeleri yerine online yaşamayı tercih etmektedir.<sup>26</sup>

<sup>23</sup> Tuğba Nur Yazıcı, *Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları İle Materyalistlik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, (İstanbul, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018), 85.

<sup>24</sup> Betül Balıkçioğlu vd., "Sosyal Medya, Televizyon ve Akran İletişiminin Materyalizm ve Gösteriş Tüketimi Üzerindeki Etkisi: Tüketici Sosyalleşmesi Perspektifi", *Mustafa Kemal Üniversitesi S.B.E.D.*, 13/35(2016), 313.

<sup>25</sup> Derya Gerlevik, *İnternet Üzerinden Alışverişin Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi*, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara: Yüksek Lisans Tezi, 2005, s.20.

<sup>26</sup> Zeynep Kaban Kadıoğlu, "Teknoloji Çağında E-Tüketim ve Genç Tüketicilerin Değişen Tüketim Algıları", *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 4/13(2013), s.111.

## 1.2. Sosyal Medyanın Ahlaki Değerler ve Suç İstatistikleriyle İlişkisi

İnternet ve sosyal medya araçları insan ilişkilerinde önemli değişimler oluşturduğu gibi bu ilişkilerin temel belirleyicilerinden olan insani değerlere karşı yaklaşım tarzında da değişimler meydana getirmiştir. İletişimin gerçek yaşantıdan dijital alana kayması, iletişimde geçerli olan etik değerler ve davranış kalıplarında köklü değişimler yaşanmasına ortam hazırlamıştır. İnsan ilişkilerinde değer atfedilen, kutsal sayılan ya da uygunluk ölçütü olarak kabul edilen ahlaki ilkeler, yaşanan değişimle birlikte etkisini yitirmeye başlamıştır. Sosyal medya ve internet kullanımının artmasıyla birlikte söz konusu değerler ya değişime uğramış ya da etkisini yitirmiştir.

Her ne olursa olsun kullanılan araçlar kullanıcının inisiyatifiyle fayda veya zarar verebilir. Bu durum sosyal medya araçları için de geçerlidir. Sosyal medyanın doğasında bulunan zayıf denetim, hızlı ileti ve kolay ulaşım gibi bazı özellikleri, kullanıcılar için bazı risklerin oluşmasına sebep olmaktadır. Sahip olduğu değerleri sosyal medya ile ortaya çıkan yeni hayat tarzına taşıyamayan bireyler, değerlerini yeni hayat tarzına uydurma ya da terk etme eğilimi göstermektedirler.

Eğitim yazarı Adem Güneş, sosyal medyanın etik değerler için oluşturduğu riskleri şu şekilde ifade etmiştir<sup>27</sup>:

Sosyal paylaşım sitelerinde, ruhsal rahatsızlıkların psikolojik bulaşıcılık özelliği vardır. İnternet dünyası ve özellikle sosyal paylaşım siteleri, kişiyi kendi duyguları ile kendini baş başa bırakan çok ciddi ve bir o kadar da tehlikeli psikolojik dürtü sahasıdır. Birçok kişinin ortak bir alanda buluşması, birbiri ile direkt etkileşimi, duyguların birbirine aktarımdaki süratlilik gibi faktörler göz önüne alındığında, sosyal paylaşım sitelerinin birtakım “etik kazanımları” çok hızlı bir şekilde yok edebilme özelliğinin olduğunu görmekteyiz. Pedagojide, anne babaların çocuklarına kazandırmaya çalıştıkları “etik değerler eğitimi” uzun yıllar alan ve çok hassas adımlarla ilerleyen bir eğitimidir. Kazanımı çok zordur, ancak yıkılması kolaydır. Böylesi zor uğraşlar ile elde edilen etik değerler, etik değerlerin hafife alındığı veya yok sayıldığı bir ortamda çok hızlı bir şekilde yıkılır gider. Yıllarca uğraş verilerek inşa edilen karakter eğitimi, bir sanal ortam yakıcılığı ile yok olup gidebilir. Bu nedenle, anne-babaların; özellikle kişilerin birine direkt temas sağlayabildiği sosyal ağlardan çocuklarını uzak tutmaları gerekir. Zaten hukuken 13 yaş altı çocukların böylesi sitelere girmesi yasak olsa da, anne-baba duyarlılığı bu sınırı 18 den yukarı çıkartmak zorundadır.

Sosyal medyanın gençler üzerindeki zararlı etkileri ülkemizdeki eğitimcilerin de dikkatini çekmiştir. Ülkemizdeki öğretmen ve din eğitimcileri genel olarak sosyal medyayı vakit öldürme ve faydasız işler için kullanılan zararlı bir mecra olarak görmektedir.<sup>28</sup> Elbette sosyal medyanın kullanıma bağlı olarak kullanıcıların faydalanabileceği, eğitim ve öğrenimlerine, hayata bakış açılarına katkı sağlayacak, ufkunu geliştirecek birçok yararları da bulunabilir. Kullanıcılar sosyal medya sayesinde ilgi duydukları konularla ilgili topluluklara katılabilir, yeni gelişmelerden daha hızlı haberdar olabilir, faydalı sayfaları ve grupları takip ederek bilgi birikimini artırabilir, çeşitli sanal organizasyonlara katılabilir. Ancak çocukluk ve gençlik çağındaki kullanıcıların ebeveynleri tarafından denetim altında tutulması, eğitimcilerin ısrarla vurguladıkları bir konudur.

Bireyin karakteri üzerinde duyguların etkisi olduğu gibi duygular üzerinde de sosyal medya kullanımının etkisi bulunmaktadır. Yıldız'ın araştırması, kişinin davranışları üzerinde önemli etkileri bulunan utanma duygusunun sosyal medya kullanımından ciddi ölçüde etkilendiğini göstermektedir. Buna göre kişiyi kötü ve yanlış işlerden uzak tutan, hata yapma konusunda içgüdüsel bir mekanizma gibi çalışan utanma duygusu, sosyal medyanın etkisiyle azalmaktadır. Öte yandan sosyal medya, bireyin başkalarına karşı yanlış davranışlarda bulunmasına sebep olabilecek kıskançlık ve hırs gibi duygularını artırmaktadır.<sup>29</sup>

İnsanlar normal hayatlarında sergilemekten hoşlanmayacakları doğum tarihi(%56,3), buldukları konum (%55,9), ilişki durumları (%52,4) yaşadığı şehir(%51), ev adresi (14,8), telefon numarası (%22,2) ve siyasi görüş (%29,4) gibi bilgileri sosyal medyada kolaylıkla

<sup>27</sup> Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, *Sosyal Paylaşım Siteleri Soruşturması*, 2011, s. 31. (Erişim 5 Şubat 2022)

<sup>28</sup> Asife Ünal, “Sosyal Medya Ve Din: Facebook Örneğinde Dinî İçerikli Paylaşımlar Üzerine Bir Değerlendirme”, *Geçmişten Geleceğe Ahlak*, Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları, NO: 23(2015), 514.

<sup>29</sup> Asiye Kakırman Yıldız, “Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme Ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi”, *Bilgi Dünyası*, 2/13(2012), 541.

paylaşabilmektedirler.<sup>30</sup> Öte yandan paylaşmanın kolay olması ve sosyal medyanın bu amaçla kullanılan bir platform oluşu, bazı kullanıcıların günlük yaşamlarına dair bütün detayları ortaya koymaları konusunda kolaylaştırıcı bir etkiye sahiptir. Nihayetinde geleneksel İslam kültüründe mahrem olarak kabul edilen ev içi halleri, yeme içme anları, yiyecek içecekler, aile içindeki özel anlar gibi birçok detay diğer kullanıcılara teşhir edilmektedir. Kullanıcıların teşhir davranışını sıklıkla tekrarlaması, bu konuda birbirlerini beğeni ve yorumlarla desteklemeleri, teşhir kültürünün sosyal medya platformlarında yaygınlaşmasına sebep olmaktadır. Neticede kullanıcılar dijital ortamda olmanın verdiği rahatlıkla diğer kullanıcıların dikkatini çekme uğruna en mahrem bilgilerini bile paylaşabilmektedirler.<sup>31</sup>

Sosyal medyanın yanlış kullanımı, güzel ahlakın temelini atılmasında önemli unsurlardan biri olarak görülen aile kurumuna da zarar vermektedir.<sup>32</sup> Sosyal medyanın kullanıcılara sağlamış olduğu başka kullanıcılarla kolay etkileşim ve iletişim imkânı, bazı kullanıcıların sosyal medyayı gayrimeşru ilişkiler için kullanmasına sebep olmakta, sosyal medya kaynaklı gayrimeşru ilişkiler neticesinde boşanmaların artmasına ve ailelerinde dağılmasına sebep olmaktadır.<sup>33</sup> Elde edilen raporlarda belirtildiğine göre ülkemizde ve dünyada aile içi iletişim problemlerinden birinin sosyal medya olduğunu görülmektedir. Ülkemizdeki boşanma aşamasındaki her dört kişiden biri, boşanmaya yol açan sebebin, sosyal medya ve internet ortamındaki mesajlaşmaların olduğunu bildirmiştir. Aldatıldığından şüphelenenlerin ise yarısı aldatmanın sosyal medya ortamından kaynaklandığını belirtmiştir. ABD’de gerçekleştirilen araştırmalarda ise boşanan çiftlerden üçte birinin boşanma sebebi olarak internet ortamını gösterdiği ortaya çıkmıştır.<sup>34</sup> Nihayetinde bu durumun faturasını aile birliğinden ve iyi bir aile terbiyesinden mahrum kalan çocuklar ödemektedir.

Aile ortamında gerçekleştirilen aktiviteler, sıcak bir yuva oluşmasında, aile bireylerinin de birbirleriyle güçlü bağlar kurmasında oldukça etkilidir. Ancak sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte aile bireyleri zamanlarını aile içi etkinlikler yerine sosyal medyada harcamayı tercih etmektedir. Bunda sosyal medyanın bağımlılık oluşturma özelliğine sahip olması etkili olmaktadır. Bağımlılığın etkisiyle birbirleriyle ilgilenmek yerine sosyal medyayı tercih eden bireyler zaman içinde birbirinde soğuyarak uzaklaşmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın aşırı kullanılmasından kaynaklı stres bozukluğu da aile bireylerinin kendi aralarında geçimsiz ve uyumsuz olmasına da sebep olmaktadır. Aile ortamının topluma faydalı ve ahlaklı bireyler kazandırma konusundaki kritik rolünü de düşündüğümüzde sosyal medya kullanımının toplum ahlakına zarar vereceği kesindir. Tezcan bu konuda şunları ifade etmiştir:<sup>35</sup>

İnsanlar artık gündelik hayatta değil; bu alanlarda sosyalleşmeyi tercih ediyor. “Sanal” bir zemin olduğunda da sağlam bir ilişki kurabilmek mümkün değil. Dolayısıyla ahlak, güven, sevgi, dostluk, dayanışma, diğerkâmlık gibi pek çok değer yerle yeksan oluyor. Çünkü muhatabınızın “gerçek” bir kişilik olduğundan hiçbir zaman emin olamıyorsunuz. Öncelikle aile ilişkileri, pamuk ipliğine bağlı hale geliyor. Televizyonla birlikte zedelenen aile içi iletişim internet ve sosyal ağlar sebebiyle kopma noktasına geldi. Anne, baba ve çocuklar; sosyal ağlarda paylaşımında bulunmayı eşyle ya da çocuğuyla geçireceği zamana tercih ediyor ve yanlış kişilerle yanlış ilişkiler kuruyorlar. Aileler çatırıyor, boşanma oranları artıyor, aile dramları yaşanıyor. Bunların acı sonuçlarını birkaç yıl içinde çok daha fazla hissetmeye başlayacağız.

Sosyal medyanın ahlaki değerler üzerindeki etkileri, konunun uzmanları tarafından farklı şekillerde yorumlanmaktadır. Bazı araştırmacılar sosyal medyanın ahlaki değerleri ve utanma duygusunu azalttığını savunurken bazılarına göre ise değişime uğratmaktadır. Kentel insanlığın yeni bir ilişki türüne geçmiş olduğunu ileri sürmektedir. Ahlaki değerler ilişkilerden kaynaklandığı için ilişkilerin değişmesiyle birlikte değerlerin değişmesi de kaçınılmaz olmaktadır. İlişkilerin değişime uğraması

<sup>30</sup> Zengin vd. “Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet: Facebook Mahremiyeti”, s. 130.

<sup>31</sup> Hülya Semiz Türkoğlu, “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlemesine Yönelik Bir Araştırma”, *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, S.54(2018), s.181.

<sup>32</sup> Mustafa Yalçın – Melis Yalçın, “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İçi İletişim İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11/57(2018), s.743.

<sup>33</sup> Vusala Güleç, “Aile İlişkilerinin Sosyal Medya ile Birlikte Çöküşü”, *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 2/1(2018), s.118-119.

<sup>34</sup> Yıldız, “Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme Ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi”, 535.

<sup>35</sup> Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, *Sosyal Paylaşım siteleri Soruşturması*, 2011, s. 16. (Erişim 9 Şubat 2022)



yeni taleplerin ve değerlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla sanal bir ortama taşınan ilişkiler zaman içinde yeni norm ve değerlerin doğmasını sağlayacak, asgari miktarda da olsa utanma duygusu taşıyacaktır.<sup>36</sup> Kılıçer ve arkadaşlarının “Sosyal Medya Kullanıcılarına Ait Siber Davranışların İnsani Değerler Bağlamında İncelenmesi” adını taşıyan araştırması bu görüşü desteklemektedir. Araştırma sonuçlarında sanal medya kullanıcılarının insani değerlere bağlılıklarının yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Barışçıl olma değerinin en yüksek yeterlilikte olduğu tespit edilirken bunu sırasıyla doğruluk, dayanışma hoşgörü ile saygı değerleri takip etmiştir. Ayrıca katılımcılar diğer kullanıcıların tepkisini çekecek paylaşım ve yorumlardan kaçındıklarını, sahte profil ve paylaşımlar yapmadıklarını, iyi ve kötü zamanlarda normal hayatta olduğu gibi birbirlerine destek olduklarını, farklılıklara karşı da oldukça hoşgörülü ve saygılı davrandıklarını ifade etmişlerdir<sup>37</sup> Katılımcıların bu şekilde ifade vermesi ise akıllara “klavye kahramanlığı”<sup>38</sup> kavramını getirmektedir. Sanal dünyada ortaya konulan test edilmesi zor bir ahlak anlayışının ne kadar geçerli olacağı ise tartışmaya açık bir konudur.

Sosyal medya, kullanıcıların duygu ve düşünce dünyasına önemli etkiler bırakmaktadır. Hatta bir araştırma göstermektedir ki sosyal medya kullanıcısı olan üniversite öğrencilerinin büyük bir bölümü, hayatlarının gidişatına sosyal medyanın karar verdiğini düşünmektedir.<sup>39</sup> Her ne kadar bu abartılı bir düşünce olsa da gençlerin sosyal medyada geçirdikleri süre ve sosyal medyada takip edilen kullanıcılara verilen değer düşünüldüğünde çıkan sonuçların pek de şaşırtıcı olduğu söylenemez. Gençlerin sosyal medyanın zararlı etkilerinden korunması adına ebeveyn ve eğitimciler başta olmak üzere bütün yetkili kurumların üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmeleri iyi bir gelecek adına büyük önem taşımaktadır.

Sosyal medyanın denetlenmesi oldukça güç bir yapısı vardır. Aynı anda milyarlarca kullanıcının aktif bir şekilde sosyal medya kullanması ciddi bir denetim zafiyeti oluşturmakta, yalnızca ahlaki dejenerasyona değil aynı zamanda kötü niyetli kullanıcıların çeşitli suçlar işlemesine de elverişli bir zemin hazırlamaktadır. Kullanıcılar sanal ortamda kolaylıkla sahte hesaplar açarak suç niteliğinde işlemler gerçekleştirebilmektedir. Sosyal medya araçlarının global firmalara ait olması, devlet denetiminin onlara karşı zayıf kalmasına neden olmaktadır. Bu platformlarda kullanıcılar dolandırıcılık, şantaj, aldatma, aşağılama, tehdit gibi diğer bireylere yönelik suçlar işleyebildiği gibi aynı zamanda kamu huzurunu bozma, din, ırk, cinsiyet ayrımcılığı yapma, nefret söylemi, bazı gruplara hakaret etme, halkı düşmanlığa yöneltme gibi topluma karşı da suç niteliği taşıyan davranışlar sergileyebilmektedir. Öte yandan devlete yönelik bile suçların görülmesi devletin adalet mekanizmasını devreye sokmuş, bunlara karşı tedbir niteliğinde yasalar çıkarmaya itmiştir. Sosyal medya suçları bireye, topluma ve devlete karşı olmak üzere üç sınıfa ayrılmıştır.<sup>40</sup> Sosyal medya kişiye, topluma ve devlete karşı suç işlemek için de elverişli bir ortam sağlamaktadır. Suç ve güzel ahlak birbiriyle negatif ilişki içinde olan kavramlar olduğu için sosyal medyanın güzel ahlaka etkisi bağlamında aşağıdaki tablo incelenebilir.

<sup>36</sup> Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, *Sosyal Paylaşım siteleri Soruşturması*, 2011, s. 17. (Erişim 9 Şubat 2022)

<sup>37</sup> Kerem Kılıçer vd., “Sosyal Medya Kullanıcılarına Ait Siber Davranışların İnsani Değerler Bağlamında İncelenmesi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:56(2018), 32.

<sup>38</sup>Klavye kahramanlığı: “Elektronik ortamda sürekli paylaşım yapan, bazen takipçilerinin gözünde sosyal anlamda sorumlu bir kişi imajı vermek için, bazen de olumsuz niyetlerle kendisi ile aynı fikirde olmayan ötekilere sataşmak amacıyla mesajlar atmak fakat gerçek hayatta icraatı olmayan kişiler için “klavye kahramanlığı” tabiri oluştu.”(Kaynak:formsante.com.tr Erişim: 23.05.2022)

<sup>39</sup> Gülçin Cebecioğlu vd., “Dijital Şiddet: Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine Bir Araştırma”, *Sakarya University Journal of Education*, 7/2(2017), 4.

<sup>40</sup> Bahar Atalay, “Bilişim Suçları, İletişim Ve Sosyal Medya”, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10/3(2018), 4.

Tablo 1: Sosyal Medyada İşlenen Suçlar<sup>41</sup>

Kişiyeye Karşı İşlenen Suçlar	Toplum Karşı İşlenen Suçlar	Devlete Karşı İşlenen Suçlar
Tehdit-Hakaret-Şantaj (TCK 106, 125, 107)	Nefret ve Ayrımcılık (TCK 122)	Devletin Egemenlik Alametlerini Aşağılama (TCK 300)
Dolandırıcılık (TCK 158)	Kişilerin Huzur ve Sükununu Bozma (TCK 123)	5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanun
Adil Yargılamayı Etkilemeye Teşebbüs (TCK 288)	Kişiler Arasındaki Konuşmaların Dinlenmesi ve Kayda Alınması (TCK 133)	Türk Milletini, Türkiye Cumhuriyeti Devletini, Devletin Kr.ve Org. Aşağılama (TCK 301)
Müstehcenlik (TCK 226) Fuhuş (TCK 227) Cinsel taciz (TCK 105)	Suç İşlemeye Tahrik (TCK 214)	Savaşta Yalan Haber Yayma (TCK 323)
İftira (TCK 267)	Halkı Kin ve Düşmanlığa Tahrik veya Aşağılama (TCK 216)	Gizli Kalması Gereken Bilgileri Açıklama (TCK 330) Yasaklanan Bilgileri Açıklama (TCK 336)
Güveni Kötüye Kullanma (TCK 155)	Kanunlara Uymamaya Tahrik (TCK 126)	Göreve İlişkin Sırrın Açıklanması(TCK 258) Gizliliğin ihlali (TCK 285)
Suç Delillerini Yok etme, Gizleme veya Değiştirme (TCK 281)	Kumar Oynanması İçin Yer ve İmkân Sağlama (TCK 228)	Yasaklanan Bilgileri Siyasal veya Askeri Casusluk Maksadıyla Açıklama (TCK 337)
Ses veya Görüntülerin Kayda Alınması (TCK 286)	Halkı Askerlikten Soğutma (TCK 318)	Cumhurbaşkanına Hakaret (TCK 299)
Adil Yargılamayı Etkilemeye Teşebbüs (TCK 288)	Askerleri İtaatsizliğe Teşvik (TCK 319)	Suç İşlemek Amacıyla Örgüt Kurma Suçu (TCK 220)

Araştırmalar sosyal medya kullanımına paralel olarak sosyal medyada işlenen suçların da artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Teknolojinin hızlı bir şekilde değişmesi suçların tespit edilmesi ve yakalanmasını bir yandan kolaylaştırırken diğer yandan zorlaştırmaktadır. Emniyet güçleri bu anlamda kendini geliştirirken diğer tarafta suç örgütleri ve kötü niyetli kullanıcılar da kendilerini geliştirmektedir. Tabloda belirtilen suçların sadece İstanbul'da işlendiğini düşündüğümüzde ülkemizde ve dünyada sosyal medyanın suç işleme konusunda ne kadar büyük bir potansiyel taşıdığını daha iyi anlayabiliriz.

### 1.3. Sosyal Medya Dindarlığı

İnsanların iletişim ve ilişki biçimlerinde değişim meydana getiren sosyal medya, yeni değer ve davranış formlarının oluşmasında etkili olduğu gibi yeni birtakım dijital dindarlık biçimlerinin de ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Günümüzde hayatı tüm yönleriyle kuşatan, hemen her alanda kullanıcılara yeni kapılar aralayan sosyal medya, dinî hayata yönelik de birçok imkân sunmaktadır. Dinî hassasiyetleri olan ya da kendilerini o şekilde lanse etmek isteyen sosyal medya kullanıcıları dinî duygu, düşünce veya eylemlerini sosyal medyada paylaşabilmektedir. Konuyu tartışmaya açık hale getiren nokta ise bu tür paylaşımlar yapan kullanıcıların bu paylaşımları gerçekten samimi duygularla mı yoksa popülizm adına mı yaptıklarını anlamının güç olmasıdır.

Dindarlık kavramı genel manada dinî inanç ve uygulamalara bağlılık olarak nitelense de toplumdaki topluma ya da kişiden kişiye farklı yorumlanabilen bir kavramdır. Kimi toplumlara göre

<sup>41</sup> Rıdvan Cem Erdem, Sosyal Medya Aracılığı İle İşlenebilecek Suç Tiplerine Genel Bakış, 2021, <https://www.hukukihaber.net/makale/sosyal-medya-araciligi-ile-islenebilecek-suc-tiplerine-genel-bakis-h441853.html> (Erişim 13 Şubat 2022)

kişinin dindar kabul edilebilmesi için namaz, oruç, zekât, hac gibi ibadetlerin eksiksiz yerine getirilmesi temel şart kabul edilirken bazı toplumlar dindarlığı ahlakla ilişkilendirebilmektedir.<sup>42</sup>

Dindarlığın algılanma biçimi toplumlar arasında farklılık gösterdiği gibi aynı toplum içindeki gruplar ya da bireyler arasında da farklılaşması mümkündür. Toplum içindeki köylü, işçi, esnaf, patron gibi farklı sosyal sınıflar, aynı zamanda farklı dindarlık biçimlerinin de oluşmasında etkili olmuştur. Her sosyal sınıf dindarlığı içinde bulunduğu yaşam şartları içinde farklı şekilde algılayıp yaşamasına olanak sağlamaktadır. İletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişip toplumu tüm yönleriyle kuşatması, insanlar tarafında kolayca benimsenmesi yeni bir dindarlık türü olarak sosyal medya dindarlığının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sosyal medya dindarlığı tamamen sanal bir temele dayanır. Kişinin gerçekte ne kadar sağlam bir inanca sahip olduğuna, ibadetlerini yerine getirme konusunda ne kadar hassas olduğuna veya dinin ortaya koymuş olduğu ahlaki ilkelere ne kadar uygun hareket ettiğine bakmaksızın sosyal medyada göstermiş olduğu dinî faaliyet performansıyla ölçülür. Gerçek hayatlarında herhangi bir dinî faaliyette bulunmasa da sosyal medyada aktif bir şekilde dinî paylaşımlar yapan kullanıcılar, böylece diğer kullanıcılara kolay bir şekilde dindar oldukları izlenimini verebilmektedir. Dinin en temel değerlerinden biri olan ihlastan uzak bir şekilde ortaya konulduğunda bu tür bir dindarlığa “gösteriş dindarlığı” da denebilir. Modern dünyanın sosyal değişimlerinde rol oynayan popüler kültür, dinin yorumlanmasında da değişimlere sebep olarak dinin popülist bir obje haline gelmesine sebep olmuştur.<sup>43</sup>

Popüler kültürün etkisiyle gerçek hayatta dinle hiç ilgisi olmayan insanların, başka kullanıcıların ilgisini çekmek ve popülerliğini artırmak için dinî paylaşımlar yapması artık alışılmış bir durum haline gelmiştir. Hayatında camiye gitmemiş insanlar Cuma mesajı, Kuran okumayı bilmeyenler ayet, gerçek hayatta İslam’dan uzak yaşayan kullanıcılar da İslam’ın faziletleriyle ilgili paylaşımlar yapabilmektedirler. Kimi kullanıcılar ise normal zamanlarda dinî yaşantıdan uzak paylaşımlar yapmasına rağmen kandil veya bayram gibi dinî günlerde toplumdaki dindar kesim üzerinde etki uyandırabilmek için dinî paylaşımlar yapabilmektedir. Özellikle siyaset, ekonomi, spor ve sanat camiasından olup popüleritesini dindar kitleye de yayarak daha fazla genişletmeye çalışan kullanıcılar bu tür paylaşımlara daha sık başvurmaktadır.

Gezginci ile ışıklı, toplumu temsil etme özelliğine sahip olduklarını düşündüğü 200 Facebook kullanıcısı üzerinde bu konuya dair araştırma yapmıştır. Yapılan araştırma her üç kullanıcıdan birinin sosyal medya ortamında dinî paylaşımlar yaptıklarını göstermiştir. Araştırmaya göre kullanıcıların %35’i “dinî inançları açıklama hakkı ve özgürlüğü” gerekçesiyle paylaşım yaptığını ortaya koyarken %28’i ise manevi açıdan daha iyi hissetmek için yapmaktadır. Katılımcıların %20’lik kesimi “aynı duygu ve düşüncedeki insanların iletişim halinde olması” seçeneğini işaretlerken “irşat ve tebliğde bulunma” amacıyla paylaşım yapanların oranı %13 olarak belirlenmiştir. Sosyal medyada dinî paylaşım yapmanın iyi bir şey olduğunu düşünüp sevap kazanmayı umanların oranı ise yalnızca %4’tür. Katılımcıların üçte birinden fazlasını oluşturan %35’lik kısmı ise sosyal medya paylaşımlarının bu paylaşımları yapan kişilerde gösteriş ve riyakârlığa sebep olduğunu itiraf etmiştir.<sup>44</sup> Ulaşılan sonuçlara göre sosyal medyada gerçekleştirilen dinî aktivitelerin irşat amacıyla ya da Allah’ın rızasını kazanmak için yapıldığını söylemek mümkün görünmüyor. Dindarlığın ve dinî faaliyetlerin özünde Allah’ın rızasını kazanmak için ortaya koyulan bir çaba olduğunu düşündüğümüzde sosyal medya paylaşımlarının gerçekten dinî olduğunu söylemek güç hale geliyor. Dolayısıyla söz konusu araştırma, sosyal medyanın ortaya çıkardığı gösteriş ve riyakarlığa dayanan sosyal medya dindarlığının varlığını doğrular niteliktedir.

Sosyal medyada artık sıkça rastlanan samimiyetten uzak ve şüpheli paylaşımlar, toplum tarafından yeterince güvenli görülmemektedir. Geleneksel dinî kurum ve kaynaklar şu an için toplumdaki yerini korumaktadır. Yaygınlaşan dijital dindarlık dalgasına rağmen dinin kul ile Allah arasında kalması gerektiği şeklindeki geleneksel anlayış da toplum üzerindeki etkisini

<sup>42</sup> Mehmet Ali Kirman, *Din Sosyolojisi Terimler Sözlüğü*, (İstanbul: Rağbet Yayınları, 2011), 90.

<sup>43</sup> Nihat Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14/28(2016), 140.

<sup>44</sup> Gamze Gezginci vd., “Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1/1(2018), 119.

sürdürmektedir. Bu yüzden kullanıcıların sosyal medya üzerinden yaptıkları dinî faaliyetler, hayır hasenat ve ibadetler antipatik karşılanmaktadır. Bu tür paylaşımları toplum, riyakârlık ve gösteriş olarak algılamaktadır. Ayrıca toplumun bir kısmı bu paylaşımların politik olduğunu düşünmektedir. Araştırmacılar katılımcıların yanıtlarından yola çıkarak son dönemdeki siyasi ortamın etkisiyle toplumun dinselleştiğini iddia etmektedir. Buna göre sosyal medya kullanıcıları dinî paylaşımlar yaparak toplumda görülen dinselleşme akımının içinde yer almaktadır. Neticede akıma dâhil olmanın gerekliliklerini yerine getirerek bu grupta olmanın sağladığı imkânlardan yararlanma olanağı elde etmektedirler.<sup>45</sup>

## 2. Yöntem

### 2.1. Araştırmanın Ana ve Alt Problemleri

Araştırmamızın en önemli problemi sosyal medya kullanımının genç kullanıcıların dinî inanç ve davranışları üzerindeki etkilerini anlamaktır. Gençlerin dinî inanç ve davranışları üzerinde sosyal medya kullanımı anlamlı bir fark oluşturmakta mıdır? Oluşturuyorsa bu hangi düzeydedir? Sosyal medya kullanım özellikleri ile dinî inanç ve davranış özellikleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

### 2.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma hipotezlerinin ortaya çıkmasındaki temel dayanak, daha önce yapılmış olan araştırmalarda ortaya çıkan olgusal genellemeler ve gözlemlerdir.<sup>46</sup> Araştırmamızın hipotezleri, sosyal medyanın etkileriyle ilgili daha önce yapılmış olan araştırma sonuçlarına ve öğretmenlik hayatımız boyunca gençler üzerinde yapmış olduğumuz gözlemlere dayanmaktadır.

H1: Sosyal medya kullanımı gençlerin dinî inanç ve davranışları üzerinde anlamlı bir fark oluşturmaktadır.

H2: Sosyal medya kullanım özellikleri gençlerin dinî inanç ve davranışları üzerinde anlamlı bir fark oluşturmaktadır.

H3: Sosyal medya kullanımı gençlerin dinî inanç ve davranış özellikleri üzerinde farklı düzeylerde etki oluşturmaktadır.

### 2.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma yalnızca Bursa il merkezindeki 12 ortaöğretim kurumunda eğitim gören öğrencileri kapsamaktadır. Farklı bölge, il, ilçe veya köylerde eğitim gören öğrenciler, bursa il merkezindeki diğer ortaöğretim kurumlarında eğitim gören öğrenciler ya da lise çağında olup okula gitmeyen sosyal medya kullanıcıları araştırma kapsamı dışındadır. Ayrıca araştırma yapılan okullarda okuyup da hiç sosyal medya kullanmayan lise öğrencileri araştırmaya dâhil edilmemiştir.

### 2.4. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2020-2021 yılında Bursa il merkezinde bulunan 14-18 yaş aralığındaki lise gençleri oluşturmaktadır. Araştırmaya 9, 10, 11 ve 12. sınıf öğrencileri katılım sağlarken hazırlık sınıfı öğrencileri araştırmanın dışında tutulmuştur. Örneklem seçimi konusunda *basit tesadüfi örneklem* metodu uygulanmıştır. Bu kapsamda sistematik örnekleme yöntemiyle evreni temsil etme yeteneğine sahip olduğu düşünülen Bursa şehir merkezindeki farklı akademik seviye ve okul türleri arasından 12 okulda ölçek uygulanmıştır. Araştırmaya mevcut eğitim öğretim sistemindeki bütün ortaöğretim okul türleri (Fen Liseleri, Anadolu Liseleri, İmam Hatip Liseleri ve Mesleki ve Teknik Anadolu) dâhil edilmiştir. Bu lise türlerinden yüksek, orta ve düşük akademik düzeye sahip üçer lisede 760 öğrenciye anket uygulanmıştır. Okulların akademik düzeylerinin belirlenmesinde LGS (Liseye Geçiş Sınavı) taban puanları esas alınmıştır. Ölçek, okulların yüz yüze eğitime kapalı olması ve pandemi kuralları

<sup>45</sup> Gezginci vd., "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz", 129.

<sup>46</sup> Birsen Gökçe, *Toplumsal Bilimlerde Araştırma*, (Ankara: Savaş Yayınevi, 2007), s. 52

sebebiyle çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla gerekli resmi kurumlardan izin alınarak (Bkz. Ek 1) ilgili okulların müdürlükleriyle iletişim kurulup sınıfların whatsapp gruplarında ölçeğin paylaşılması sağlanmıştır. Daha sonra hatalı veya eksik doldurulduğu belirlenen ölçekler değerlendirme dışı bırakılarak kalan 760 öğrencinin verilerinin gerekli analizler için uygun olduğuna karar verilmiştir.

## 2.5. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın etik kurul izni, Bursa Uludağ Üniversitesi Araştırma ve Yayın Etik Kurullarının 02.10.2021 tarihli 04 no'lu kararı ile alınmıştır. Araştırmada Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve Dinî İnanç ve Davranış Ölçeği olmak üzere üç bölümden oluşan bir anket uygulanmıştır. Kişisel bilgi formunda yaş, cinsiyet, akademik başarı durumu, ailenin gelir durumu gibi demografik özelliklerin bulunduğu sorular yer almıştır. Kişisel bilgi formundaki sorular, kullanıcıların demografik özelliklerinin sosyal medya kullanımı ve dinî hayatları açısından anlamlı fark oluşturup oluşturmadığını açıklamak amacıyla kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım ölçeğinde ise öğrencilerin sosyal medyaya karşı tutumlarını ve sosyal medya kullanım yoğunluklarını ölçen 5'li Likert tipi "Tamamen Katılıyorum" ve "Hiç Katılmıyorum" cevaplarının yer aldığı 10 soru bulunmaktadır. Anket aracının son bölümünde yer alan dinî inanç ve davranış ölçeğinde ise katılımcıların dinî inançlarını ve dinî davranışlarını ölçen 20 soru yer almaktadır. Bu bölümde katılımcıların dinî inanç ve davranışları sayısal değerlerle tespit edilmesi amaçlanmıştır. Son bölümdeki anket sorularının büyük bölümü (15 soru) Veysel Uysal'ın 1995 yılında hazırlamış olduğu İslami Dindarlık Ölçeği'nden alınmıştır. 20 soruluk ölçekteki 5 soru ise araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Eklenen soruların seçiminde çeşitli din eğitimcilerinin görüşleri alınarak ölçeğe uyum sağlanmasına özen gösterilmiştir. Ayrıca pilot uygulaması lise öğrencileri üzerinde test edilerek Cronbach's Alpha değeri ,918 olarak tespit edilmiştir.

## 2.6. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

Ölçekte yer alan maddelerin benzer şartlar altında tutarlı sonuçlar verip vermediğinin anlaşılması için kullanılan güvenilirlik analizi, ölçeğin güvenilir sonuçlara ulaştırması konusunda en önemli ön koşullardan biri olarak sayılmaktadır.<sup>47</sup> Güvenilirlik analizlerinde en sık başvurulan değerlerden biri Cronbach's Alpha( $\alpha$ ) katsayısıdır. Bu katsayının aldığı değerlere göre ölçeğin güvenilirlik durumu aşağıdaki şekildedir:<sup>48</sup>

- 0,00  $\leq \alpha \leq$  0,40 güvenilir değil.
- 0,40  $\leq \alpha \leq$  0,60 düşük güvenilirlikte.
- 0,60  $\leq \alpha \leq$  0,80 oldukça güvenilir.
- 0,80  $\leq \alpha \leq$  1,00 yüksek derecede güvenilir.

Tablo 2: Dinî İnanç ve Davranış Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonucu

Cronbach's Alpha	Standartlaştırılmış Ögelere Dayalı Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
,959	,963	20

Tablo 3: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonucu

Cronbach's Alpha	Standartlaştırılmış Ögelere Dayalı Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
,827	,826	10

<sup>47</sup>Remzi Altunışık vd., *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*, (Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2010) 122.

<sup>48</sup>Zeynep Filiz, "Servqual Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi", *International Journal of Research and Development*, 3/1(2011), 40.

Tablo 2 incelendiğinde görülmektedir ki Dinî İnanç ve Davranış Ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının ,959 olarak tespit edildiği görülmektedir. Sonuç olarak Dinî İnanç ve Davranış Ölçeğinin yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Sosyal Medya Kullanım Ölçeğinin de Cronbach's Alpha katsayısı ,827 olarak bulunmuştur. Yani Sosyal Medya Kullanım Ölçeği de yüksek derecede güvenilirdir.

Ölçek maddeleri arasındaki korelasyonu esas alarak maddelerin birbiriyle ilişkilerinin anlaşılmasına yarayan faktör analizi ise ayrıca çok sayıdaki ölçek maddesinin gruplara ayrılıp daha az faktör elde edilmesi için de kullanılır.<sup>49</sup>

Tablo 4: Faktör Analizi Sonuçları

	Dinî İnanç	Dinî Davranış	Sosyal Medya Kullanımı	Sosyal Medya Tutumu
Çok sayıda farklı platformda(instagram, facebook vs.) sosyal medya hesabım var.			0,790	
Gün içinde sosyal medyada çok vakit geçiriyorum.			0,827	
Uzun süredir sosyal medya kullanıyorum.			0,776	
Sosyal medyadaki arkadaş/takipçi sayım çoktur.			0,683	
Çok sık sosyal medyaya giriyorum.			0,848	
Sosyal medyada çok kişi tarafından takip edilmek ve beğenilmek bana iyi hissettirir.				0,633
Sosyal medyada takip ettiklerim düşünce ve davranışlarımı etkiler.				0,760
Sosyal medyada gördüklerimin benzerlerini ben de yaparım.				0,779
Sosyal medyada takip ettiğim sayfa ve kişilere değer veririm.				0,623
Sosyal medya hayatımda önemli bir yere sahiptir.				0,667
Allah birdir ve ondan başka ilah yoktur.	0,896			
Hz. Muhammed Allah'ın kulu ve elçisidir.	0,899			
Kuran'da anlatılanların hepsi doğru ve gerçek olup her çağda geçerlidir.	0,835			
Hz. Muhammed'in güvenilir kaynaklarda belirtilen sünnetleri ve hadisleri ideal dinî yaşantıyı temsil eder.	0,828			
Ölümden sonra ahiret (Cennet ve Cehennem) hayatı vardır.	0,839			
İbadetler (namaz, oruç, zekat, hac) kişi ve toplum için faydalı ve birleştirici olduğu için mutlaka yerine getirilmelidir.	0,672			
İnanç ve ibadetler insanı kötülüklerden korur.	0,714			
Yardım ve İyilik Allah rızası için	0,765			

<sup>49</sup> Ercan Gegez, *Pazarlama Araştırmaları*, (İstanbul: Beta Yayınları, 2010), 316.

yapılmalıdır.				
Dindar olmak için dinî görevlerin yerine getirilmesi gerekir.		0,567		
Din, hayatın anlamını kavrama ve bu konudaki birçok soruya cevap bulmada yardımcıdır.	0,708			
Günah işlediğimde pişmanlık hissederim.		0,516		
Zor zamanlarımda dinî inancımın manevi destek bulurum.	0,507	0,583		
Farz olan namaz ibadetlerini yerine getiririm.		0,720		
Farz olan oruç ibadetlerini yerine getiririm.	0,584	0,499		
Günlük hayatımda karar verirken Allah'ın hoşnut olup olmayacağını göz önünde bulundururum.		0,617		
Sıklıkla Kuran'ı Kerim okurum(arapça veya meal).		0,784		
Maddi yardıma muhtaç insanlara "sadece Allah rızası için" yardım ederim.		0,508		
Manevi desteğe ihtiyacı olan insanlara "sadece Allah rızası için" destek olurum.		0,585		
Harama bakmama konusunda dine uygun hareket ederim.		0,652		
Allah'a her zaman dua ederim.	0,586	0,509		

Tablo 4 incelendiğinde maddelerin sosyal medya kullanım yoğunluğu, sosyal medya tutumu, dinî inanç ve dinî davranış olarak dört alt faktöre ayrıldığı görülmektedir. Bazı değişkenlerin faktör yükleri birbirine yakın olsa da göz ardı edilebilecek düzeyde olması ve anketin güvenilirliğinin zarar görmemesi için maddeler iptal edilmemiştir.

## 2.7. Verilerin İstatistiksel Analizi

Anket uygulanarak elde edilen veriler SPSS 17.0 programında işlenmiştir. Grupların normallik koşulu sağlanmadığı için araştırmada parametrik olmayan ölçme yöntemleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda üç ve daha fazla sayıdaki gruplar arasındaki anlamlı ilişkilerin tespit edilmesinde Kruskal Wallis testi uygulanırken, iki gruplu anlamlı ilişkilerin tespitinde Mann-Whitney U testi tercih edilmiştir. Araştırmadaki bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerin tespitinde ise Spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Korelasyon ilişkilerinin incelenmesi sonucunda değerlendirmeler ise aşağıdaki kriterlerle<sup>50</sup> ışığında yapılmıştır:

<u>R</u>	<u>İlişki</u>
0,00-0,25	Çok Zayıf
0,26-0,49	Zayıf
0,50-0,69	Orta
0,70-0,89	Yüksek
0,90-1,00	Çok Yüksek

<sup>50</sup> Şeref Kalaycı, *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, (Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti, 2006), 116.

## 2.8. Bulgular

Bu bölümde kullanılmış olan ölçek araçlarıyla elde edilen verilerden daha önce belirtmiş olduğumuz testlerin uygulanması sonucu ulaşılan bulgulara yer verilmiştir. Ayrıca ortaya çıkan bulgular yorumlanarak sonuçların daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır.

### 2.8.1. Tanımlayıcı İstatiksel Bulgular

Katılımcıların %42,4'ü 9. sınıf, %27,6'sı 10. sınıf, %20,9'u 11. sınıf ve %8,9'u 12. sınıfta okumaktadır. 100'lük sistemdeki akademik başarı durumlarına bakıldığında %0,8'i 0-45 aralığında, %3,8'i (f=29) 45-55 aralığında, %16,7'si (f=127) 55-70 aralığında, %25,8'i (f=196) 70-85 aralığında, %52,9'u (f=402) 85-100 aralığında notlar almaktadır. Ebeveyn gelir durumlarına bakıldığında %1,2'si (f=9) çok düşük, %9,1'i (f=69) düşük, %77,8'i (f=591) normal, %11,2'si (f=85) yüksek ve %0,8'i (f=6) çok yüksek gelir durumuna sahip olduğunu belirtmiştir. Sürekli olarak internete erişim durumlarında ise; %0,4'ü (f=3) hiç internet erişiminin olmadığını, %2,8'i (f=21) kötü, %7'si (f= 53) kısıtlı olduğu, %46,7'si (f=355) iyi ve %43,2'si çok iyi olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların okul türleri incelendiğinde ise; %41,4'ü (f=315) Fen, %17,4'ü (f=132) Mesleki ve Teknik Anadolu, %23,9' u (f=182) İmam Hatip, %17,2'si (f=131) ise Anadolu Lisesi'nde okuduklarını belirtmiştir. Sosyal medya kullanım durumlarına bakıldığında ise; %87,1'i (f=662) kullandıklarını, %12,9'u (f=98) sosyal medya kullanmadıklarını belirtmiştir.

### 2.9. Katılımcıların Demografik Özellik-Dinî Durum İlişkisi

Bu bölümde katılımcıların daha önce belirtmiş olduğumuz demografik özellikleri ile dinî inanç ve dinî davranış faktörleri arasındaki ilişkileri analiz edilecektir.

Cinsiyet değişkeniyle dinî inançlar arasındaki ilişki incelendiğinde erkeklerin kızlara göre namaz ve oruç gibi İslam'daki temel ibadetleri yerine getirme konusundaki inanç ve uygulamalarının pozitif yönde ayrıştığı tespit edilmiştir.

Dinî inanç ve davranışlarla okul türü değişkeni arasındaki ilişki incelendiğinde araştırmanın bütün sorularında okul türü ile dinî inanç ve davranışlar arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre İmam Hatip Lisesi'nde okuyan katılımcıların dinî inanç ve davranış yönüyle pozitif ayrıştığı, eğer okul türlerinin dindarlığa göre sıralamak gerekirse İmam Hatip Lisesi, Anadolu Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Fen Lisesi şeklinde sıralanacağı, Fen lisesi öğrencilerinin birkaç soru dışında bütün sorularda diğer okul türlerinden negatif olarak ayrıştığı, İmam Hatip Lisesi'nde okuyan öğrencilerin en fazla pozitif olarak ayrışmasına karşın Fen Lisesi'nde okuyan katılımcıların en fazla negatif ayrıştığı faktörün dinî davranışlar noktasında olduğu bulgulanmıştır.

Sınıf düzeyi ile dinî inanç ve davranışlar arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise katılımcıları en dindar olduğu sınıf düzeyinin 9. sınıf olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan 11. sınıfa kadar dinî inanç ve davranışlarda azalma meydana gelirken 12. sınıfa gelindiğinde tekrar yükseliş olduğu bulgulanmıştır.

Akademik başarı düzeyi ile dinî inanç ve davranışlar arasındaki ilişki incelendiğinde akademik başarı ile dinî inanç ve davranışlar arasında anlamlı bir ilişki bulunamazken akademik başarısı 0-45 ortalamasında olanların neredeyse bütün maddelerde negatif ayrıştığı tespit edilmiştir.

Aile gelir durumları ile dinî inanç ve davranışlar arasındaki ilişki incelendiğinde ise gelir durumu çok düşük ve çok yüksek olan ailelerin çocuklarının diğerlerinden negatif ayrıştığı tespit edilirken en dindar grubun orta düzey gelir durumuna sahip olanlar olduğu tespit edilmiştir. Dindarlığın en düşük olduğu grubun "çok yüksek" gelire sahip olanlar olduğu görülürken gelir durumu düşük olan katılımcıların farz namazları yerine getirme oranları daha yüksektir.

Ebeveynlerin evli, bekar, sağ ve ölmüş olma durumları ile dinî inanç ve davranışları arasındaki ilişki incelendiğinde ise en dindar grubun ebeveynlerinden biri vefat edenler ile ebeveynleri sağ ve birlikte yaşayanlar olduğu bulgulanmıştır. Dinî inanç ve davranışları en yüksek olan grup ebeveynleriyle birlikte yaşayanlarken en düşük olanın ise ikisini de kaybedenler olduğu tespit edilmiştir.



## 2.10. Katılımcıların Demografik Özellik-Sosyal Medya İlişkisi

Bu bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile sosyal medya kullanım yoğunluğu ve sosyal medyaya karşı tutum ve sosyal medya faktörleri arasındaki ilişkiler değerlendirilecektir.

Araştırma bulgularına göre kızların erkeklere göre sosyal medyada daha fazla vakit geçirdikleri ve sosyal medyada gördüklerini kendi hayatlarında uygulama konusunda daha istekli oldukları belirlenmiştir. Okul türüne göre; sosyal medya kullanım yoğunluğu ve tutum değeri en yüksek grup Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileriyken en az kullanan grubun İmam Hatip Lisesi öğrencileri olduğu görülmüştür. Sınıf düzeyine göre; sosyal medyayı en az 9. sınıflar kullanırken bu durum 11. sınıfa kadar giderek yükselmekte 12. sınıfta ise tekrar düşüş göstermektedir. Akademik başarıya göre; genel anlamda akademik başarı ile sosyal medya kullanım durumu arasında negatif bir ilişkiden söz edilebilir. Yani akademik başarı arttıkça sosyal medya kullanım oranı düşmektedir. Gelir durumuna göre; katılımcıların ailelerinin gelir durumu ile sosyal medya kullanımını arasında pozitif bir ilişkiden söz edilebilir. Yani gelir durumu arttıkça sosyal medya kullanımını da artmaktadır.

## 2.11. Sosyal Medyanın Dinî İnanç ve Davranışlara Etkisi

Araştırmamızın en önemli amacı ve temel sorumuz sosyal medya kullanımının dinî inanç ve davranışlar üzerinde etkisinin olup olmadığını anlamaktadır. Bu amaçla sosyal medya kullanım yoğunluğu ve sosyal medyaya karşı tutumu içeren sosyal medya ölçeği ile dinî inanç ve davranış ölçeğine verdikleri cevaplar arasındaki ilişkiler Spearman korelasyon analizi ile test edilmiştir.

Tablo 5: Sosyal Medya - Dinî İnanç ve Davranış İlişkisi

		SMGenel	DinGenel
SMGenel	Korelasyon	1,000	-,104**
	Anlamlılık	.	,005
DinGenel	Korelasyon	-,104**	1,000
	Anlamlılık	,005	.

\* $p < ,05$ , \*\* $p < ,01$ .

Tablo 5 incelendiğinde görülmektedir ki sosyal medya kullanımı ile dinî inanç ve davranışlar arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki (\*\* $p < ,01$ ) bulunmaktadır. Katılımcıların dinî inanç ve davranışları sosyal medya kullanımı ile -,104\*\* korelasyon katsayısında negatif ilişki içindedir. Yani katılımcıların sosyal medya kullanımları arttıkça dinî inanç ve davranışlarında azalma meydana gelmektedir.

Tablo 6: Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu -Dinî İnanç İlişkisi

		SMkullanım	Dinî_İnanc
Spearman's rho	SMkullanım	Korelasyon	1,000
		Anlamlılık	.
Dinî_İnanc	Dinî_İnanc	Korelasyon	-,097**
		Anlamlılık	,009

\* $p < ,05$ , \*\* $p < ,01$ .

Tablo 6 incelendiğinde görülmektedir ki sosyal medya kullanımı ile dinî inançlar arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki (\*\* $p < ,01$ ) tespit edilmiştir. Katılımcıların dinî inançları sosyal medya kullanımı ile -,097 korelasyon katsayısında negatif ilişki içindedir. Yani sosyal medya kullanımları arttıkça dinî inançlarında azalma meydana gelmektedir.

Tablo 7: Sosyal medya kullanım yoğunluğu-dinî davranış ilişkisi

		SMkullanım	Dinî_Davranis
Spearman's rho	SMkullanım	Korelasyon	1,000
		Anlamlılık	.

Dinî_Davranis	Korelasyon	-,146**	1,000
	Anlamlılık	,000	.

\* $p < ,05$ , \*\* $p < ,01$ .

Tablo 7 incelendiğinde görülmektedir ki sosyal medya kullanım yoğunluğu ile dinî davranışlar arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki (\*\* $p < ,01$ ) bulunmaktadır. Katılımcıların dinî davranışları sosyal medya kullanım yoğunluğu ile -,146 korelasyon katsayısıyla negatif ilişki içindedir. Yani sosyal medya kullanım yoğunluğu arttıkça dinî davranışlarda azalma meydana gelmektedir. Bu bölümdeki dikkat çekici noktalardan biri ise araştırmadaki en yüksek düzeydeki anlamlı ilişkinin sosyal medya kullanım yoğunluğu ile dinî davranışlar arasında tespit edilmiş olmasıdır.

Sosyal medya kullanımı ile dinî inanç ve davranış ölçeğindeki maddeler arasındaki ilişkilere bakıldığında ise:

Tablo 8: Sosyal Medya Kullanımı ile Bazı Dinî İnanç ve Davranış Ölçeği Maddeleri Arasındaki İlişki

Ölçek Maddesi	Anlamlılık
“Dinin hayatın anlamını kavrama ve bu konudaki birçok soruya cevap bulmada yardımcı olduğu inancı”	$r = -,080^*$ , * $p < ,05$
“Zor zamanlarında dinî inancından manevi destek bulma durumu”	$r = -,075^*$ , * $p < ,05$
“Farz olan namaz ibadetlerini yerine getirme durumu”	$r = -,174^{**}$ , ** $p < ,01$
“Farz olan oruç ibadetlerini yerine getirme durumu”	$r = -,095^*$ , * $p < ,05$
“Günlük hayatında karar verirken Allah’ın hoşnut olup olmayacağını göz önünde bulundurma durumu”	$r = -,115^{**}$ , ** $p < ,01$
“Kur’an-ı Kerim okuma durumu”	$r = -,181^{**}$ , ** $p < ,01$
“Maddi yardıma muhtaç insanlara Allah rızası için yardım etme durumu”	$r = -,076^*$ , * $p < ,05$
“Manevi desteğe ihtiyacı olan insanlara Allah rızası için yardım etme durumu”	$r = -,078^*$ , * $p < ,05$
“Harama bakmama konusunda dine uygun hareket etme durumu”	$r = -,132^{**}$ , ** $p < ,01$

Korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında sosyal medya kullanım yoğunluğu ile en yüksek ilişki içinde olan maddelerin Kuran okuma ve namaz ibadetleri olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların sosyal medya kullanım yoğunluğu arttıkça Kuran okuma ve namaz kılma durumlarında azalma olduğu tespit edilmiştir.

## Sonuç ve Değerlendirme

Web teknolojilerindeki gelişmeler 21. yüzyılda iletişim araçlarında yeni bir anlayışın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Web 2.0 ile birlikte kullanıcılar medya içeriklerine müdahale edebilir ve toplumdaki her birey kendi medyasını oluşturabilir hale gelmiştir.<sup>51</sup> Bu gelişmeyle birlikte yeni teknolojinin sunduğu imkânlar doğrultusunda sosyal medya araçları ortaya çıkmış ve hızlı bir şekilde tüm dünyada kullanılır hale gelmiştir. Ortaya koyulan raporlar sosyal medya araçlarının her geçen gün etki alanını artırdığını ve geleneksel medya araçlarının yerini aldığını göstermektedir.<sup>52</sup> Medya ve iletişim alanında yaşanan bu hızlı ve köklü değişim çeşitli alanlarda daha başka değişimleri de beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın toplum tarafından yaygın bir şekilde kullanılması ve toplum hayatında önemli değişimlere sebep olması araştırmacıların sosyal medyaya yoğun ilgi duymalarına sebep olmuştur.

Gençlere verilecek din eğitiminin niteliğinin artırılması için onların dinî hayatlarını etkileyen unsurların iyi anlaşılması önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle değişen medya dinamiklerinin

<sup>51</sup> Recep Okur, “Web 2.0 ve Sonrası”, *Yeni İletişim Teknolojileri*, ed. T. Yüzer, & M. E. Mutlu, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 2013, s.130.

<sup>52</sup> <https://wearesocial.com/digital-2021> (15.10.2020)

dinî hayata etkilerinin anlaşılması gerekir. Yapmış olduğumuz bu araştırmanın amacı sosyal medyanın gençlerin dinî inanç ve davranışlarına etkilerini bilimsel yöntemlerle ortaya koymaktır.

Araştırmamızın ilk bölümünde sosyal medyanın dinî etkilerine yönelik daha önce yapılmış olan çalışmalara yer verilmiştir. Bu bağlamda öncelikle sosyal medyanın, gençlerin materyalizme yönelimleri konusunda yapmış olduğu etkiye değinilmiş, ahlaki dejenerasyon ve suçla ilgili ilişkisi incelenmiş ve sosyal medyanın hayatımıza girmesinden sonra görülen dijital dindarlık kavramı ele alınmıştır.

Yapılan literatür taramaları göstermektedir ki sosyal medya kullanımı kullanıcılar üzerinde tüketim baskısı oluşturarak kullanıcıların dünyevileşmelerine sebep olmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, sürekli tüketim ve eğlence gönderilerine maruz kalarak diğer kullanıcıların tüketerek iyi vakit geçirdiklerini düşünmektedir. Bu durum tekrarlandıkça kullanıcılar zaman içinde daha fazlasına sahip olmanın ve daha fazla eğlenmenin temel gaye edinildiği seküler bir yaşam biçimine yönelmektedir. Öte yandan sosyal medya kullanımının ahlaki yozlaşmayla ve suç oranlarıyla ilişkisini inceleyen çalışmalar ve raporlar da sosyal medyanın dinin bir başka boyutu olan ahlaki alana da zarar verdiğini göstermektedir. Geleneksel olarak toplumda görmeye alıştığımız, kültürün parçası olan birçok değer sosyal medya araçları ile erozyona uğramıştır. Mahremiyet, kanaatkârlık, fedakârlık, alçakgönüllülük, yardımlaşma ve dayanışma gibi geleneksel kültürümüzde önemli bir yeri olan değerler sosyal medya ile kısmen etkisini yitirmiştir.<sup>53</sup> Ahlaki değerlerde görülen dejenerasyon ise yeni suç türlerinin ortaya çıkmasına ve mevcut suç oranlarında artışların yaşanmasına sebep olmuştur.<sup>54</sup> Sosyal medyanın kullanımına paralel olarak suç oranlarında da artış yaşanması, sosyal medya ile ilintili suçlarda yaşanan artışlar, sosyal medyanın toplum ahlakında oluşturduğu etkinin farklı bir boyutunu göstermektedir.<sup>55</sup> Gerçek hayatta dinle ilgisi olmayan ya da sosyal medyada lanse ettiği kadar dindar olmayan bazı kullanıcıların sosyal medya araçlarının iletişimde sunduğu olanakları algı oluşturmak için kullanması ise “sosyal medya dindarlığı” adında yeni bir dindarlık türünü ortaya çıkarmıştır. Kimi kullanıcılar bunu içinde bulunduğu grupta popülerliğini artırmak için yaparken kimi kullanıcılar ise toplumun farklı kesimlerinin ilgisini çekmek için yapabilmektedir. Elbette samimi niyetlerle dinî duyguların dışı vurumu olarak dindarlığını sanal mecralara taşıyan kullanıcılar da olabilir. Ancak kul ile Allah arasındaki duyguları ifade eden dindarlığın samimiyetsiz bir şekilde gösteriş amacıyla ortaya koyulması noktasında dikkatli olunması gerekir. Sosyal medyanın dinî hayata etkileriyle ilgili vermiş olduğumuz örnekler araştırmamızın ikinci bölümünde ortaya koymuş olduğumuz sonuçlarla uyum göstermektedir.

Araştırmamızın ikinci bölümünde sosyal medyanın dinî inanç ve davranışlara etkileriyle ilgili yapmış olduğumuz alan araştırması yer almaktadır. Farklı tür, akademik ve sınıf düzeylerinde eğitim gören 12 ortaöğretim kurumu öğrencilerinin katıldığı araştırmada nicel tarama ve ilişkisel tarama modeli uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar şu şekildedir:

Katılımcıların demografik özellikleri ile dinî inanç ve davranışları arasındaki ilişkileri incelendiğinde; erkekler kızlara göre ibadetlerini yerine getirmeye daha fazla özen göstermektedir. Okul türüne göre öğrencilerin dindarlık sıralaması İmam Hatip Lisesi, Anadolu Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Fen Lisesi şeklinde sıralanmıştır. Sınıf düzeyine göre 9. sınıftan itibaren 11. sınıfa kadar dindarlık düşerken 12. sınıfta tekrar yükselmektedir. Aile gelir durumuna göre orta düzeydeki katılımcıların dindarlıkları daha yüksek bulunurken çok yüksek ve çok düşük olanların dindarlıkları daha düşüktür.

Katılımcıların sosyal medya kullanımları ile dinî inanç ve davranışları arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise; sosyal medya kullanımıyla dinî inanç ve davranışların negatif ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Yani sosyal medya kullanımı arttıkça dinî inanç ve davranışlarda azalma meydana gelmektedir. Ölçek faktörleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise en yüksek düzeydeki ilişkinin

<sup>53</sup> Asiye Kakırman Yıldız, “Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme Ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi”, *Bilgi Dünyası*, 2/13(2012), s.541.

<sup>54</sup> Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, *Sosyal Paylaşım siteleri Soruşturması*. <https://uhim.org/sosyal-paylasim-siteleri-sorusturmasi.html>, 2011, s. 31.

<sup>55</sup>Bahar Atalay, “Bilişim Suçları, İletişim ve Sosyal medya”, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, C.10, S.3(2018), s.4

sosyal medya kullanım yoğunluğu ile dinî davranışlar arasında olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımıyla dinî inanç ve davranış ölçeğindeki maddeler arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise sosyal medya kullanımının en çok Kur'an-ı Kerim okuma, namaz kılma ve harama bakma konusundaki dinî ilkelere göre hareket etme ile negatif korelasyon içinde olduğu tespit edilmiştir. Arıcı'nın, gençlerin din tasavvurlarının oluşmasında sosyal medyanın etkisini incelediği çalışmasında da benzer şekilde sosyal medyanın dinî inanç ve değerlerden uzaklaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır.<sup>56</sup> Benzer şekilde Yazıcı ve Gazneli'nin çalışmaları da sosyal medyanın, kullanıcıları dinî hayattan uzaklaştırdığını ortaya koymuştur. Yazıcı'nın araştırmasına göre gençlerin sosyal medya kullanımları arttıkça materyalist algıları artmakta ve kullanıcılar dünyevi menfaatlere daha fazla önem verir hale gelmektedir.<sup>57</sup> Gazneli'nin araştırması ise sosyal medyanın dinî değerleri bir tüketim metası haline getirerek kullanıcıları dinî hayattan uzaklaştırdığını göstermiştir.<sup>58</sup> Korkmaz ve Mehmedoğlu'nun araştırması da problemlili internet kullanımı ile dindarlık arasında negatif ilişki olduğu ortaya koymuştur. Kurttekin'in sosyal medyanın din ve değerlerle ilişkisini incelediği araştırmasında ise sosyal medyanın gençleri manevi değerlerden uzaklaştırarak kimlik karmaşası yaşamaya riskine karşı dikkat çektiği görülmektedir.<sup>59</sup>

Kapital güçler kendi kültürlerini dünyanın farklı bölgelerine ihraç etmek ve geniş kitlelere daha hızlı ulaşmak için medya araçlarına özel bir ilgi duymuştur. Medya araçlarında yaşanan gelişmeler küresel güçlerin ticari ürünlerini ve kültürel değerlerinin daha iyi pazarlanmasına olanak sağlamıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan son gelişmelerle birlikte medya araçları adeta çağ atlayarak yeni bir dönemin kapılarını açmıştır. Günümüzde iletişim öylesine hızlanmıştır ki dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan önemli bir gelişme anlık olarak dünyanın her yerinden yankı bulmaktadır. İletişimin ve medya araçlarının bu kadar güçlü hale gelmesi aynı zamanda dünya üzerinde hâkim olan popüler kültürün tüm dünyada toplumun en ücra noktalarına kadar sirayet etmesinin önünü açmıştır. Günümüzde toplumumuzun sosyal medyayla ilişkisine bakıldığında kentlerin arka mahallerinde hatta köylerde yaşayan insanların bile sosyal medya araçlarına erişim sağlayabilecekleri teknoloji cihazlarına sahip olduklarını, her gün birbirine benzer sosyal medya fenomenlerinin video ve görsellerini takip ettiğini görmekteyiz. Sosyal medyanın toplum üzerindeki sirayeti öylesine artmıştır ki her gün herkes aynı içerikleri izlemekte, aynı şeylere gülmekte ve aynı şeyleri düşünmektedir. Her gün maruz kalınan içerikler eğlence ve zevk kültürünün toplumumuza empoze edilmesi anlamına gelmektedir. Dinî ve insani değerlerin güçlenmesi adına sosyal medyada yürütülen çalışmalar ise cılız kalmaktadır. Bu durumda İslami kimlik dejenerasyona uğramakta, hayat gayesi gezmek ve eğlenmek olan popüler kültürün etkisi altında büyüyen kimliksiz bir neslin yetişme tehlikesi ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple gençlerin sosyal medyanın zararlı etkilerinden korunması adına aileler, öğretmenler, akademisyen ve kamu kurumları sorumluluk altındadır. Bu noktadan hareketle yapacağımız öneriler şu şekildedir:

- 1- Sosyal medyanın doğru bir şekilde kullanılması için gençlere dijital okuryazarlık konusunda eğitim verilmelidir. Bu sayede gençler sosyal medyadan sağlayacakları yararları artırarak zararı minimuma indirebilir.
- 2- Gençlerin yararlanacakları faydalı sosyal medya uygulamalarının ve sosyal medya içeriklerinin sayısı artırılmalıdır. Global olarak hizmet veren sadece eğitim içerikli sosyal medya uygulamalarının benzerleri ülkemizde de oluşturulmalı, gençlerin bu uygulamaları kullanmalarına teşvik edilmelidir.
- 3- Gençlerin sosyal medya yerine daha faydalı aktivitelerde vakit geçirmeleri için sosyal, sportif ve sanatsal faaliyetlere daha fazla teşvik edilmeli ve özendirilmelidir.

<sup>56</sup> Handan Yalvaç Arıcı, "Ergen Din Tasavvurunun İnşasında Sosyal Medya", *Kalemname*, 12(2021), s.88.

<sup>57</sup> Yazıcı, *Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları İle Materyalistlik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, 85.

<sup>58</sup> Didem Gazneli, "Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye'de Yeni Medyanın Muhafazakârlığın Dönüşümü ve Dinî Değerlerin Metalaşması Üzerine Etkisi" Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020, s. 151-152.

<sup>59</sup>Kurttekin, Fatma, "Bilişim Çağında 'Gençlik, Din ve Değer' Konularını Ele Alan Makaleler Üzerine Bir İnceleme", *Eskiye*, 45(2021), s.791.

- 4- Ebeveynlerin sosyal medya ve internetin etkileriyle ilgili bilinçlenmeleri adına verilen seminer, kongre, konferans gibi eğitim faaliyetlerinin sayısı artırılmalıdır.
- 5- Sosyal medyanın dinî inanç ve davranışlara verdiği zararların anlaşılması ve bu zararların önlenmesine yönelik daha fazla akademik çalışma yapılmalıdır.
- 6- Gençlerin dinî ve insani değerlerine zarar veren, dinî değerleri aşığılayan sosyal medya fenomenleri için hukuki olarak caydırıcı önlemleri alınmalıdır.

### Kaynakça

- Akgündüz, Devrim. Fen Eğitiminde Harmanlanmış Öğrenme Ve Sosyal Medya Destekli Öğrenmenin Öğrencilerin Başarı, Motivasyon, Tutum Ve Kendi Kendine Öğrenme Becerilerine Etkisi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 2013.
- Altunışık, Remzi vd.. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Spss Uygulamalı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2010.
- Arıcı, Handan Yalvaç. "Ergen Din Tasavvurunun İnşasında Sosyal Medya". Kalemname, 12(2021), 67-93.
- Atalay, Bahar. "Bilişim Suçları, İletişim ve Sosyal Medya". İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 10/3 (2018), 1-36.
- Ayaydın, Yakup – Ayaaydın, Hatice Yıldız. "Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi". Değerler Eğitimi Dergisi, 16/35(2018), 57-89.
- Balıkçioğlu, Betül - Volkan, Pelin. "Sosyal Medya, Televizyon ve Akran İletişiminin Materyalizm ve Gösteriş Tüketimi Üzerindeki Etkisi: Tüketici Sosyalleşmesi Perspektifi". Mustafa Kemal Üniversitesi S.B.E.D., 13/35(2016), 299-319.
- Cebecioğlu, Gülçin – Altıparmak, İpek Beyza. "Dijital Şiddet: Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine Bir Araştırma". Sakarya University Journal of Education, 7/2(2017), 423-431.
- Çuhadar, Mustafa. "Postmodernizm, Dijitalleşme ve Hibrit Dindarlık". Selçuk Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi, 2/1(2021), 67-88.
- Filiz, Zeynep. "Servqual Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi". International Journal of Research and Development, 3/1(2011) ss.78-89.
- Gazneli, Didem. Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye'de Yeni Medyanın Muhafazakârlığın Dönüşümü Ve Dinî Değerlerin Metalaşması Üzerine Etkisi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Gegez, Ercan. Pazarlama Araştırmaları. İstanbul: Beta Yayınları, 2010.
- Gerlevik, Derya. İnternet Üzerinden Alışverişin Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi. Ankara: Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2005.
- Gezginci, Gamze ve Işıklı, Şevki. "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz". Medya ve Din Araştırmaları Dergisi, 1/1(2018), 111-133.
- Güleç, Vusala. "Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü". Yeni Medya Elektronik Dergi, 2/1(2018), 105-120.
- Haberli, Mehmet. "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü". Medya ve Din Araştırmaları Dergisi, 2/2(2019), 307-315.
- HO Shirley S., LWIN May O., LEE Edmund W.J., "Till Logout do us Part? Comparison of Factors Predicting Excessive Social Network Sites Use and Addiction Between Singaporean Adolescents and Adults". Computers in Human Behavior, 75(2017), 632- 642.
- Irak, Dağhan ve Yazıcıoğlu, Onur. Türkiye ve Sosyal Medya. Ankara: Okyanus Yayınları, 2012.
- İstanbul Emniyet Müdürlüğü Siber Suçlarla Mücadele Şubesi 1 Ocak 2016- 31 Aralık 2017 Verileri, 2020, Erişim Adresi: <https://www.egm.gov.tr/siber/raporlarimiz> (08.05.2020)
- Kadioğlu, Zeynep Kaban. "Teknoloji Çağında E-Tüketim ve Genç Tüketicilerin Değişen Tüketim Algıları". AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 4/13(2013), 109-114.
- Kalaycı, Şeref. Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., 2006.

- Kılıçer, Kerem vd. "Sosyal Medya Kullanıcılarına Ait Siber Davranışların İnsani Değerler Bağlamında İncelenmesi". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 56(2018), 19-39.
- Kirman, Mehmet Ali. Din Sosyolojisi Terimler Sözlüğü. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2011.
- Kurttekin, Fatma. "Bilişim Çağında 'Gençlik, Din ve Değer' Konularını Ele Alan Makaleler Üzerine Bir İnceleme". Eskiye, 45(2021), 781-795.
- Okur, M. Recep. "Web 2.0 ve Sonrası". Yeni İletişim Teknolojileri, ed. T. Yüzer, & M. E. Mutlu, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 2013, s.130.
- Oyman, Nihat. "Sosyal Medya Dindarlığı". Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 14/28(2016), 125-167.
- Özkan, Abdurrahman. Dijital Medya ve Çocuk: Sosyalleşmenin Yeni Boyutları. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2016.
- Öztürk, Şerife. "Sosyal Medyada Etik Sorunlar". Konya, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9/1(2015), 287-301.
- Patterson, Nancy G. "Hipermetin Ve Değişen Okuyucu Roller". AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, çev. Şevki Işıklı, 6/20(2015), 66-74.
- Richins, Marshal – Dawson, Scott. "A Consumer Values Orientation For Materialism And Its Measurement: Scale Development And Validation". Journal Of Consumer Research, 19/3(1992), 303-316.
- Tokgöz, Emrah. "Materyalist Değerler Statü Tüketimi Ve Dürtüsel Satın Alma Arasındaki İlişki". Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 16/Özel Sayı(2018), 1-19.
- Türkoğlu, Hülya Semiz. "Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma". Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, 54(2018) 163-189.
- Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, Sosyal Paylaşım siteleri Soruşturması, 2011, Erişim Adresi: <https://uhim.org/sosyal-paylasim-siteleri-sorusturmasi.html>, (07.05.2020).
- Ünal, Asife. "Sosyal Medya Ve Din: Facebook Örneğinde Dinî İçerikli Paylaşımlar Üzerine Bir Değerlendirme". Geçmişten Geleceğe Ahlak, Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları, 23(2015), 509-531.
- Walker, Chris Stokel. Din, Akıllı Telefonlar ve Sosyal Medya ile Nasıl Değişiyor?, Sophos Akademi, 2 Aralık 2018, <https://www.sophosakademi.org/din-akilli-telefonlar-ve-sosyal-medya-ile-nasil-degisiyor/> (02.12.2018).
- Yalçın, Mustafa- Yalçın, Melis. "Sosyal Medya Kullanımı Ve Aile İçi İletişim İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11/57(2018), 738-743.
- Yazıcı, Tuğba Nur. Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları İle Materyalistlik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.
- Yıldız, Ali – Demir Mehmet. "Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği". Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, 17/37(2016), 18-36.
- Yıldız, Asiye Kakırman. "Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme Ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi". Bilgi Dünyası, 2/13(2012), ss.529-542.
- Zengin, Mücahid vd.. "Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet: Facebook Mahremiyeti, G. Ü. İ. F. E. D., 3/2(2015), Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları, 112-136.

### İnternet Kaynakları

- Erdem, Rıdvan Cem. Sosyal Medya Aracılığı İle İşlenebilecek Suç Tiplerine Genel Bakış, 2020, Erişim Adresi: <https://www.hukukihaber.net/makale/sosyal-medya-araciligi-ile-islenebilecek-suc-tiplerine-genel-bakis-h441853.html> (08.05.2020)
- Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri Raporu 2021, <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, Sosyal Paylaşım siteleri Soruşturması, 2011, <https://uhim.org/sosyal-paylasim-siteleri-sorusturmasi.html> (07.05.2020)