

## İnternet Kullanıcılarının Dini İçerikli Kullanım Alışkanlıkları

Recep VARDI\*

**Özet:** İletişim, toplumsal kültürün bir parçası ve toplumun gelişim yönündeki hareketinin önemli bir sebebidir. İlk insanla birlikte başlayan iletişim, insanların birbirleriyle sözlü, yazılı, sesli, görüntülü ve sanal araçlarla kurduğu bağla günümüze kadar ulaştı. İletişimle uzaklar yakınlaştı, zaman daraldı ve dünya önce küresel bir köye, sonra da büyüğü küçük kutulara sığacak kadar küçüldü.

Günlük yaşamımızda ve kültürümüzde önemli bir yer tutmaya başlayan internet, aynı zamanda insanların dini inanç ve düşüncelerini de paylaştığı bir alan oldu. İnsanlar internet aracılığıyla kutsal gece ve bayramlarda birbirlerine elektronik posta gönderiyor, dini içerikli sayfaları ziyaret ediyor, haftanın hutbesini dinliyor, dini sohbet ve forumlara katılarak düşüncesini ifade ediyor ve dini hayatı ile ilgili örnek uygulamalar hakkında bilgi alışverişinde bulunuyor.

Bu makalede internet kullanıcılarının olgusal kimliği, internet kullanımı, dini içerikli internet sitelerini kullanım düzeyleri ve alışkanlıkları ile ilgili analiz sonuç ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

*Anahtar Kelimeler:* Din, İletişim, İnternet, Dini Bilgi

### Internet User's Habits of the Usage of the Religious Concepts

**Abstract:** Communication is a part of social culture and a reason for society's development. Communication which has started with the existence of first man, has reached today by oral, written, audiol, visual and cyber communication between human beings. By the help of

---

\* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalı Doktora Öğrencisi.

communication, distances have become shorter, time has got shorter and the world has turned into first a global village and then a very small thing that could get into small magical boxes.

Internet, began to hold an important place in our daily lives and our culture. At the same time internet is an area of people's religious beliefs and thoughts were shared. People are sending electronic mail to celebrate to each others holy nights and holidays, visiting the pages of religious content, listening to sermon of the week, expresses the idea of religion and religious life by participating in chat, and forums related to the exchange of information about the sample applications are located.

This article includes the analysis, outcome, and estimations about the internet users' factual identity, the use of the internet, and the level, and the habits of the usage of the religious sites.

*Key Words:* Religion, Communication, Internet, Religious Knowledge

### A. Giriş

İnternet günümüz teknolojisinin iletişim alanında ulaştığı son noktayı temsil etmektedir. Teknolojik ve kültürel bir alan olan internet değişen toplumsal yapıdaki etkileşimi hızlandırmaktadır. İnternet her geçen gün ağları ile dünyayı sarmakta ve küresel bir iletişim aracı olarak önemli toplumsal değişimlere öncülük etmektedir. Toplumun bütün dinamikleri, sınırları henüz çizilememiş bu ortamda yer arayışındadır.

Günümüzde internet birey ve toplumların hayatında önemli bir yer tutmaktadır. İnternet'in sosyal amaçlı olarak kullanılması konuya sosyolojik bir boyut kazandırmıştır. Bu durum internet'in sosyolojik açıdan da incelenmesini gerekli kılmaktadır.

İnternet bireylere ve dini guruplara, uygun teknolojiye eriştikleri takdirde, kendilerini geniş bir izleyici topluluğuna sunabilme fırsatı vermektedir. Vaazlar banttan ya da canlı yayımlanabilmekte veya e-posta, tartışma odaları ve web üzerinden dolaşıma girmektedir.<sup>1</sup>

İnternetle birlikte dini iletiler, sınırsız bir kitleye iletildi ve iletmeye de devam etmektedir. Dini bilgi ve dini hizmetlerin gerçekleştirilmesi için yardımcı bilgiler sunma veya dini bilgilerin yüz yüze alınabileceği kişi ve kurumlara yönlendirilmelerde internet, önemli bir iletişim işlevini yerine getirmektedir. Dini kurumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetler de internet aracılığıyla hızlı ve yaygın bir şekilde kitlelere ulaştırılmaktadır.

---

<sup>1</sup> Bunt, Gary R., *Dijital Çağda İslam*, Çev. Nil Erdoğan, İstanbul, Babil Yayınları, 2007, s. 24.

Aynı zamanda yapılan dini toplantı, seminer ve konferansların metinlerine internet'in arşivleme hizmetini kullanarak ulaşmak mümkündür.

İnternet kullanımının yaygınlaşması, internette sunulan dini bilgi ve hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından kaliteleşmesini ve geniş kitlelere ulaşmasını da sağlamıştır. Bireyin zararlı alışkanlık ve davranışlardan korunması, dinin tanıtılması, dini bilgi ve uygulamaların geniş kitlelere ulaştırılması için internet imkânları yaygın olarak kullanılmaktadır. İnternetle birlikte dini iletişim, yüz yüze (şifahi-sözel), sesli, görsel ve sanal iletişim şekillerini bir arada kullanma imkânına kavuşmuştur.

Günlük yaşamımızda ve kültürümüzde önemli bir yer tutmaya başlayan internet, aynı zamanda insanların dini inanç ve düşüncelerini de paylaştığı bir alan oldu. İnsanlar internet aracılığıyla kutsal gece ve bayramlarda birbirlerine elektronik posta gönderiyor, dini içerikli sayfaları ziyaret ediyor, haftanın hutbesini dinliyor, dini sohbet ve forumlara katılarak düşüncesini ifade ediyor ve dini hayatı ile ilgili örnek uygulamalar hakkında bilgi alışverişinde bulunuyor.

Bu çalışmada dinin iletişim araçlarından internet ile olan ilişkisi ve internetin dini öğreti ve iletilerin iletilmesinde kullanılması, internette dinin ve özellikle İslam'ın yer alış boyutları, İslam'ı öğrenme, kültürlenme ve İslam toplumunun sosyalleşmesinde internetin sunduğu imkân, fırsat ve olumsuz etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın amacı, genel olarak dinin muhataplarına iletilmesi sırasında günümüz iletişim araçlarından internetin dini iletişimdeki kullanım alanlarını inceleyerek belirlemektir.

## **B. Sınırlar ve Sınırlılıklar**

Araştırmamıza başlamadan önce benzer çalışmalar incelenerek araştırmamız için en uygun metod seçilmiş ve araştırmanın sınırları belirlenmiştir. The Pew Internet & American Life Project tarafından yapılan "Amerikalılar Online Olarak Dini Nasıl Takip Ediyorlar"<sup>2</sup> başlıklı araştırmada kullanmış oldukları ölçek ülkemizin dini ve kültürel yapısı dikkate alınarak uyarlanmış ve ilave edilen yeni sorularla da geliştirilmiştir. Buna göre Türkçe dini içerikli siteler, bu sitelerin takip eden internet kullanıcıları ve [millikulturumuz@yahoogleroups.com](mailto:millikulturumuz@yahoogleroups.com) çerçevesinde yapılan bir çalışmadır. Anketimiz bütün bir kitlenin incelenmesi yerine, ana kitleden daha önce özellikleri tesbit edilen örneklerin (kategorilerin)

---

<sup>2</sup> Elena Larsen, Siber İnanç, "Amerikalılar Online Olarak Dini Nasıl Takip Ediyorlar" 23 Aralık 2001, [www.pewinternet.org](http://www.pewinternet.org),

belli sınırlar dahilinde örnekleme yer almasını ifade eden “kota örnekleme”<sup>3</sup> tekniği kullanılarak 256 kişiyle yapılan anketle sınırlıdır. Anket Marmara Üniversitesi web sitesi üzerinde hizmete sunulmuş olan anket sistemi aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.<sup>4</sup>

Araştırmamız, çalışmayı yaptığımız zamanla sınırlıdır. Çalışma 18 Mart 2010 ile 24 Eylül 2011 tarihleri arasında katılımcıların Marmara Üniversitesi web sitesi Anket Sisteminde yer alan anketi cevaplandırmaları ile gerçekleştirilmiştir. Toplam 256 anket yapılmış, bunlardan 12 adedi, bazı soruların cevapsız bırakılması nedeniyle, değerlendirmeye alınmamıştır. Verilerin analizinde ve yorumların yapılmasında bütün bu sınırlılıklar dikkate alınmıştır.

### **C. Varsayımlar (Hipotez-Sayıltı veya Denenceleri)**

Çalışma aşağıda sıralanan sayıltı ve denenceler (hipotezler) araştırılması üzerine temellendirilmiştir.

Dini iletişimin gerçekleşmesi için internet, internet kullanıcıları tarafından etkin olarak kullanılmaktadır.

İnternetin dini içerik açısından kullanımı giderek artmaktadır.

İnternet dini bilgi, etkileşim, haberleşme açısından önemli bir iletişim aracıdır.

İnternet kullanıcıları, internet üzerinden dini bilgilenme konusunda dini içerikli sitelerden faydalanmaktadır.

İnternet, İslam toplumunun sosyalleşmesi ve kültürlenmesine hizmet etmektedir.

İnternet, dini gurupların amaçlarını, görüşlerini ve hizmetlerini gurup üyelerine iletmede kullanmış oldukları araçlardan biridir.

İnternetin dindar bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri vardır.

Tıpkı televizyon dindarlığı gibi internet dindarlığından ve hatta bir e-dindarlıktan bahsedilebilir.

### **D. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada dolaysız gözlem metodunun anket tekniği uygulanmıştır.

---

<sup>3</sup> Zeki Arslantürk-E.Hamit Arslantürk, *Uygulamalı Sosyal Araştırma*, İstanbul, Çamlıca Yayınları, 2010, s. 102.

<sup>4</sup> <http://anket.marmara.edu.tr/v2/survey.php?sid=247>

### **1-Araştırmanın Evreni**

Türkçe yayınlanmış olan dini içerikli internet siteleri ve [millikulturumuz@yahoo.com](mailto:millikulturumuz@yahoo.com); e-posta gurubunun incelenmesi ve bu gurup üyelerine uygulanan anket çalışması araştırmanın evrenini oluşturmaktadır.

### **2-Araştırmanın Örnekleme**

Araştırmamıza daha önce yapılmış olan benzer çalışmaların incelenmesinden sonra en uygun metot seçilmiş ve araştırmanın sınırları belirlenmiştir. Araştırmamız [millikulturumuz@yahoo.com](mailto:millikulturumuz@yahoo.com); e-posta gurubu çerçevesinde yapılan bir çalışmadır. Anketimiz bütün bir kitlenin incelenmesi yerine, ana kitleden daha önce özellikleri tesbit edilen örneklerin (kategorilerin) belli sınırlar dahilinde örnekleme yer almasını ifade eden “kota örnekleme” tekniği kullanılarak 256 kişiyle yapılan anketle sınırlıdır. Anket Marmara Üniversitesi web sitesi üzerinde hizmete sunulmuş olan anket sistemi aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalışma 18 Mart 2010 ile 24 Eylül 2011 tarihleri arasında katılımcıların Marmara Üniversitesi web sitesi Anket Sisteminde yer alan anketi cevaplandırmaları ile gerçekleştirilmiştir. Toplam 256 anket yapılmış, bunlardan 12 adedi, bazı soruların cevapsız bırakılması nedeniyle, değerlendirmeye alınmamıştır. Bu örneklem gurubunun evrenimizi temsil ettiğini varsayıyoruz.

### **3-Veri Toplama Teknikleri.**

Araştırmamızda temel bilgi toplama aracı olarak “anket” metodu kullanılmıştır.

Araştırmanın bağımlı değişkeni olarak “internet ve dindarlık algısını” ölçmek amacıyla beşli likert tipi “internet ve dindarlık algısı ölçeği” uygulanmıştır.

### **4-Veri Değerlendirme Tekniği**

Araştırma verilerinin değerlendirilmesinde çeşitli istatistiksel tekniklerden yararlanılmıştır. Tüm istatistiksel işlemler SPSS 16.00 ile yapılmıştır.

### **1.Katılımcıların Olgusal Durumları İle İlgili Bulgular**

Bu bölümde, uygulamalı araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, örneklem gurubunun olgusal kimliğine ilişkin bilgilere,

internet kullanımı, dini içerikli internet sitelerini kullanım düzeyleri ve alışkanlıkları ile ilgili analiz, sonuç ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

Ankete katılan deneklerin cinsiyet bakımından % 36,9'u kadın ve % 63,1'i de erkektir. Araştırmaya katılanların yaş dağılımı; %21,3'ü 18-24 yaş grubu, %43,9'u 25-34 yaş grubu, %27'i 35-44 yaş grubu, %4,5'u 45-54 yaş grubu, %3,3'ü ise 55 ve üzeri yaş grubundan meydana gelmektedir. Ankete katılanların eğitim durumları: % 2,5'u ilköğretim, % 15,6'sı lise, % 59,4'ü üniversite, % 17,6'sı ise yüksek lisans ve % 4,9'u doktora mezunudur. Ankete katılanların % 60,7'si evli, % 38,1'i bekâr ve % 1,2'si boşanmıştır. Ankete katılanların meslek dağılımı şöyledir: % 22,5'u öğrenci, % 2,5'u işçi, % 8,2'si yönetici, % 7'si serbest meslek, % 3,7'si akademisyen, % 3,7'si ev hanımı, % 7'si doktor, %9,5 memur, % 20,9 öğretmen, % 14,8'i ise diğer meslek grubundandır.

Ankete katılanların gelir düzeyleri incelendiğinde % 9,8'i 250-500 TL arası, % 18,9'u 500-1000 TL arası, % 39,3'ü 1000-2000 TL arası, %17,6'sı 2000-3000 TL arası, % 9,4'ü 3000-5000 arası % 4,9 'unun ise 5000 TL'den fazla aylık gelir elde ettiklerini söylemek mümkündür.

Ankete katılanların % 0,4'ü 0-6 ay, % 3,3'ü 1-2 yıl, % 18'i 3-5 yıl, % 51,2'si 5-10 yıl, % 27'si 10 yıldan daha fazla bir zaman içerisinde internet kullanmaya başladıklarını ifade etmişlerdir.

Ankete katılanların % 67,2'si ev, % 26,2'si işyeri, % 2,5'u okul, % 1,2'si internet kafe, % 0,4'ü kütüphaneden internete bağlanırken, % 2,5'u ise diğer yerlerden internete bağlanmaktadır.

Ankete katılanların % 69,7'si her gün mutlaka, % 27,5'u haftada 3-4 kez veya daha fazla, % 2,5'u haftada 1-2 kez ve % 0,4'ü ayda 3-4 kez veya daha fazla sıklıkla internet kullandıklarını ifade etmektedirler.

Ankete katılanların, % 6,1'i 1 saatten az, % 29,5'u 1 saat, % 45,1'i 2-3 saat, % 9'u 3-4 saat, % 3,3'ü 5 saat ve % 7'si 5 saatten fazla bir zaman dilimini internette geçirmektedirler.

Ankete katılanların, % 34'ü bir adet e-posta adresine, % 65,6'sı birden fazla e-posta adresine ve % 0,4'ü bir e-postasının olmamakla birlikte almayı düşündüğünü belirtmektedirler.

Ankete katılanlar internette online iken % 21,5'u araştırma yapma veya haber okuma, % 16,7'si iletişim (e-posta alıp göndermek, Messenger vb.), % 9,7'si bankacılık işlemleri, % 11,5'u dosya indirme (film, müzik, program vb.), % 11,8'i video izleme (dizi, film, program vb.), % 7,2'si e-devlet işlemleri, % 5,4'ü oyun oynama, % 13,3'ü sosyal ağ sitelerini kullanma (facebook, twitter vb.) ve % 2,9'u diğer işlemleri yapmaktadırlar.

Araştırmaya katılan deneklerin internet kullanarak dini ve manevi bilgilere bakma sıklığı; % 17,6'sı her gün, % 50,4'ü haftada birkaç kez, % 17,2'si ayda birkaç kez, % 6,6'sı iki üç ayda bir kez, 0,8'i altı ayda bir kez, % 3,3'ü yılda bir kez, % 2,9'u fikrim yok, % 1,2'si cevap yok şeklindedir.

Ankete katılanların kendilerini dini inanca olan bağlılık bakımından nasıl algıladıkları tutum ve davranışlarına yükledikleri anlam açısından büyük bir önem arz etmektedir. Denekler kendilerini dindar % 67,6, çok dindar % 14,3, biraz dindar % 12,7, dindar değil % 2,9, fikrim yok % 0,4 ve cevapsız % 2 olarak nitelemişlerdir.

Kendilerini % 94,7 ile dindar olarak niteleyen deneklerin ibadet etme sıklıkları incelendiğinde, düzenli olarak günde beş vakit namaz kılanların oranı % 77,5 ile temsil edilmektedir. Günde bir ibadet etme sıklığı % 4,5 iken haftada birkaç kez ibadet etme oranı ise % 7'dir. Haftada bir Cuma Namazı % 4,1, ayda birkaç kez ibadet etme % 1,2, birkaç ayda bir ibadet etme % 0,8, bayram namazları % 0,4, fikir belirmeyenler % 1,6 ve cevapsız ise % 2,9 oranında ifade edilmektedir.

## 2. İnternet ve Din: Dini İçerikli Kullanım Alışkanlıkları

### 2.1. Kendi İnancı Hakkında Bilgi Arama

Kendi İnancı Hakkında Bilgi Arama	Sayı	%
Evet	222	91,0
Hayır	22	9,0
Toplam	244	100,0

Ankete katılan deneklerin, % 91,0'i internette online iken kendi inancı hakkında bilgi ararken, % 9,0'u internette online iken kendi inancı hakkında bilgi aramadığını belirtmiştir.

### 2.2. Diğer İnançlar Hakkında Bilgi Arama

Diğer İnançlar Hakkında Bilgi Arama	Sayı	%
Evet	184	75,4

Hayır	60	24,6
Toplam	244	100,0

Ankete katılan deneklerin, % 75,4'ü internette online iken diğer inançlar hakkında bilgi aradıklarını ifade ederken, % 24,6'sı internette online iken diğer inançlar hakkında bilgi aramadıklarını belirtmişlerdir. İnternette online iken diğer inançlar hakkında bilgi aradıklarını ifade edenlerin oranının % 75,4 olması, internet kullanıcılarının diğer inançlar hakkında bilgi sahibi olmak istediklerini göstermektedir.

### 2.3. İnanç Merkezli Sohbet Odalarına Katılma

İnanç Merkezli Sohbet Odalarına Katılma	Sayı	%
Evet	93	38,1
Hayır	151	61,9
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların inanç merkezli sohbet odalarına katılma oranlarını incelediğimizde deneklerin % 38,1'i inanç merkezli sohbet odalarına katıldıklarını belirtirken, % 61,9'u ise inanç merkezli sohbet odalarına katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar inanç merkezli sohbet odalarına katılımın azlığını gösterirken aynı zamanda % 38,1'lik inanç merkezli sohbet odalarına katılım oranı internet ortamındaki inanç merkezli sohbet odalarının varlığını ortaya koymaktadır.

### 2.4. İnanç Merkezli Danışmanlık Alma-Verme

İnanç Merkezli Danışmanlık Alma	Sayı	%
Evet	110	45,1
Hayır	134	54,9
Toplam	244	100,0

Ankete katılanlara İnanç merkezli danışmanlık alma ve verme konusunda katılımcılara yöneltilen soruya deneklerin % 45,1' i evet derken,



% 54,9'u hayır cevabını vermişlerdir. Bu sonuçlar bize internet kullanıcılarının internet ortamında inanç merkezli danışmanlık aldıklarını ve ayrıca danışmanlığa ihtiyaç duyan internet kullanıcılarına da danışmanlık ettiklerini göstermektedir.

### 2.5. Düğün veya Cenaze Gibi Önemli Dini Törenler İçin Fikir Elde Etme

Düğün veya Cenaze Gibi Önemli Dini Törenler İçin Fikir Elde Etme	Sayı	%
Evet	146	59,8
Hayır	98	40,2
Toplam	244	100,0

Ankete katılanlar düğün veya cenaze gibi önemli dini törenler için fikir elde etme konusunda deneklerin % 59,8'i internet ortamında aradıkları bilgiyi elde ettiklerini belirtirken % 40,2'si ise düğün veya cenaze gibi önemli dini törenler için fikir elde etme konusunda internet kullanmadıklarını belirtmektedirler. Bu sonuçlara göre düğün veya cenaze gibi önemli dini törenler için fikir elde etmek isteyen internet kullanıcıları için internet ortamında yeterli bilgi ve malzemenin var olduğunu söyleyebiliriz.

### 2.6. Dini Tatilleri Kutlamak İçin Fikir Edinme

Dini Tatilleri Kutlamak İçin Fikir Edinme	Sayı	%
Evet	140	57,4
Hayır	104	42,6
Toplam	244	100,0

Ankete katılanlar dini tatilleri kutlamak için fikir edinme konusunda % 57,4'ü internette yer alan dini içerikli siteleri kullandıklarını belirtirken, % 42,6'sı ise dini tatilleri kutlamak için fikir edinme konusunda internet kullanmadıklarını ifade etmişlerdir.

### 2.7. Dini Gurup, Cemaat, Tarikat, Dini Dernek ve Vakıflar Hakkında Araştırma Yapma

Dini Gurup, Cemaat, Tarikat, Dini Dernek ve Vakıflar Hakkında Araştırma Yapma	Sayı	%
Evet	198	81,1
Hayır	46	18,9
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların % 81,1'i dini gurup, cemaat, tarikat, dini dernek ve vakıflar hakkında araştırma yapmak için internet kullandıklarını ifade ederken, ankete katılanların % 18,9'u ise dini gurup, cemaat, tarikat, dini dernek ve vakıflar hakkında araştırma yapmak için internet kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre dini gurup, cemaat, tarikat, dini dernek ve vakıfların kendi tanıtımlarını yapmak için interneti kullandıkları ve internet ortamında dini gurup, cemaat, tarikat, dini dernek ve vakıflar hakkında araştırma yapmak isteyenler için yeterli bilgini mevcut olduğunu göstermektedir.

### 2.8. Mübarek Gün ve Gecelerin Kutlanması -Bayram ve Kandiller- Amacıyla E-Posta Alıp Gönderme

Mübarek Gün ve Gecelerin Kutlanması -Bayram ve Kandiller- Amacıyla E-Posta Alıp Gönderme	Sayı	%
Evet	209	85,4
Hayır	35	14,6
Toplam	244	100,0

Kandil, bayram, mübarek gün ve gecelerin kutlanması amacıyla zamanına göre gelişen iletişim araçları kullanılmıştır. Günümüzün iletişim araçlarından olan cep telefonu ve internet mesaj iletme özellikleri ile kandil, bayram, mübarek gün ve gecelerin kutlanması amacıyla da kullanılmaktadır. Bu çerçevede ankete katılanlara yöneltilen, kandil, bayram, mübarek gün ve gecelerin kutlanması amacıyla e-posta alıp

gönderdiniz mi? sorusu için, katılımcıların % 85,4'ü evet, % 14,6'sı da hayır demişlerdir. Tabloyu incelediğimizde % 85,4'lük oranla kandil, bayram, mübarek gün ve gecelerde kutlanma amacıyla e-posta alıp göndermenin gerçekleşmesi, kutsal zaman dilimlerinde dini içerikli e-posta alışverişinin yoğun olarak kullanıldığını göstermektedir.

### 2.9. Dini İçerikli Bir E-Posta Gurubundan E-Posta Alıp Gönderme

Dini İçerikli Bir E-Posta Gurubundan E-Posta Alıp Gönderme	Sayı	%
Evet	178	73,0
Hayır	66	27,0
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların % 73,0'ü dini içerikli bir e-posta gurubundan e-posta alıp gönderdiklerini için ifade ederken, ankete katılanların % 27,0'si ise dini içerikli bir e-posta gurubundan e-posta alıp göndermediklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre katılımcıların % 73,0'ünün dini içerikli bir e-posta gurubu ile e-posta alıp gönderme konusunda etkileşim halinde olduklarını söyleyebiliriz.

### 2.10. Dini İçerikli Bir E-Posta Gurubuna Üyelik

Dini İçerikli Bir E-Posta Gurubuna Üyelik	Sayı	%
Evet	121	49,6
Hayır	123	50,4
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların % 49,6'sı dini içerikli bir e-posta gurubuna üye olduklarını ifade ederken, ankete katılanların % 50,4'ü ise dini içerikli bir e-posta gurubuna üye olmadıklarını belirtmişlerdir. İnternet kullanımının hızla artması, internet kullanıcılarının internet kullanım amaçlarının çeşitlenmesi ve internetteki dini içerikli sitelerin sayısının her geçen gün artması sonucu itibari ile dini içerikli e-posta gurup ve üye sayılarının da

artacağını söyleyebiliriz.

### 2.11. Üyesi Olunan Dini İçerikli E-Posta Guruplarının İsimleri

Ankete katılan katılımcılardan 117 kişi üyesi oldukları dini içerikli e-posta gurubunun ismini aşağıda yer aldığı şekilde belirtmişlerdir. Bu bilgiler doğrultusunda dini içerikli e-posta gurupları aracılığıyla dini içerikli bilgiler üyeler arasında dolaşımında olduğunu söyleyebiliriz.

1hafta1ayetcom@googlegroups.com  
ahir\_zaman@googlegroups.com  
aliimran@googlegroups.com  
ayet\_hadis@yahogroups.com  
basortusu-onurumuzdur@googlegroups.com,  
bir\_hadis@googlegroups.com  
dinimizislam@googlegroups.com  
dkabplatformu@googlegroups.com  
esmaulhusna@yahogroups.com  
fethimiz@yahogroups.com  
gonulerleri@googlegroups.com  
gulpembe@googlegroups.com  
hadisgentr.googlegroups.com  
huzurkapisi@googlegroups.com  
huzurpinari@yahogroups.com  
ilahiyatalemi@googlegroups.com  
islam\_gunesi@yahogroups.com  
islamdahayat@googlegroups.com  
islam-hukuku@google groups.com  
islamipaylasim@googlegroups.com  
islamsohbetgrubu@yahogroups.com  
islamtoplumu@googlegroups.com  
islam-tr@googlegroups.com  
islamvebilim@googlegroups.com

islamvetasavvuf@googlegroups.com  
kadinveislam@yahogroups.com  
kalbin-zumrut-tepeleri@googlegroups.com  
kurandinle@googlegroups.com  
kuranim@googlegroups.com  
kuranmesaji@googlegroups.com  
kurannuru@yahogroups.com  
kuranokuyalim@yahogroups.com  
kuranyolu@yahogroups.com  
millikulturumuz@yahogroups.com  
muhkemhadis,ussaki-yolu@yahogroups.com  
muslumansohbet@yahogroups.com  
namazgönüllüleri@yahogroups.com  
namazim@yahogroups.com  
namazzamani@googlegroups.com  
notification+os9z4ofy@facebookmail.com  
nurdenizi@googlegroups.com  
nurpenceresi@googlegroups.com  
nurstudentsofamerica@googlegroups.com  
okumayeri@googlegroups.com  
semazen@yahogroups.com  
sorularlailamiyet@googlegroups.com  
TasavvuF@yahogroups.com  
TasavvufKuran@yahogroups.com  
turkislamgrubu@googlegroups.com  
zahidan@googlegroups.com  
Zahidan@yahogroups.com  
zikrullah@yahogroups.com

### 2.12. Online Olarak Dini ve Manevi Bilgi Almanın Önemi

Online Olarak Dini ve Manevi Bilgi Almanın Önemi	Sayı	%
Çok Önemli	51	20,9
Önemli	111	45,5
Biraz Önemli	55	22,5
Hiç Önemli Değil	19	7,8
Fikrim Yok	8	3,3
Toplam	244	100,0

Ankete katılan denekler, online olarak dini ve manevi bilgi almanın önemi ile ilgili olarak % 20,9'u çok önemli, % 45,5'i önemli, % 22,5'i biraz önemli, % 7,8'i hiç önemli olmadığını ifade ederken, % 3,3'ü de fikir beyan etmemişlerdir. Bu sonuçlara göre katılımcıların % 88,9'unun online olarak dini ve manevi bilgi almanın önemli olduğunu belirttiklerini söyleyebiliriz.

### 2.13. Online Olarak Dini Ders Alma

Online Olarak Dini Ders Alma	Sayı	%
Evet	82	33,6
Hayır	162	66,4
Toplam	244	100,0

İnternet ortamında online olarak dini dersler almak isteyenler için fırsatlar sunulmaktadır. Kur'an-ı Kerim Elif Ba'sı, tecvid, kıraat, tefsir ve hadis dersleri internette online dini dersler halinde yer almaktadır. Online olarak dini ders alma hususunda ankete katılanların % 33,6'sı evet derken, % 66,4'ü de hayır demektedirler. Bu sonuçlar internet ortamında online olarak dini ders almanın mümkün olduğunu göstermektedir.

### 2.14. Dini İçerikli Bilgisayar Oyunları Oynama veya İndirme

Dini İçerikli Bilgisayar Oyunları Oynama veya İndirme	Sayı	%
Evet	82	33,6

Hayır	162	66,4
Toplam	244	100,0

Dini içerikli bilgisayar oyunları oynama veya indirme konusunda ankete katılanlara yöneltilen soruya deneklerin % 27,0'si evet derken, % 73,0'ü ise hayır demektedirler. Dini içerikli bilgisayar oyunları oynama veya indirme oranının % 27,0'lerde olması, dini içerikli oyunların varlığına işaret etmekte ve aynı zamanda dini içerikli oyunların diğer oyun kategorileri içerisindeki yerini de göstermektedir.

### 2.15. Dini İçerikli İzdivaç veya Arkadaşlık Sitelerine Katılma

Dini İçerikli İzdivaç ve Arkadaşlık Sitelerine Katılma	Sayı	%
Evet	37	15,2
Hayır	207	84,8
Toplam	244	100,0

İnternette arkadaşlık ve evlilik siteleri bulunmakta, dini içerikli izdivaç veya arkadaşlık siteleri de bu sitelerin içerisinde yer almaktadır. Ankete katılanlar dini içerikli izdivaç veya arkadaşlık sitelerine katılma konusunda, % 15,2'si evet derken, %84,8'i ise hayır demişlerdir. Tabloya göre çıkan sonuçları değerlendirdiğimizde dini içerikli izdivaç veya arkadaşlık sitelerinin var olduğu ve bu sitelere katılımın da düşük seviyede olduğunu ifade edebiliriz.

### 2.16. Dini İçerikli Müzik Dinleme veya İndirme

Dini İçerikli Müzik Dinleme veya İndirme	Sayı	%
Evet	214	87,7
Hayır	30	12,3
Toplam	244	100,0

Ankete katılanlar internetten dini içerikli müzik dinleme veya indirme ile ilgili olarak kendilerine yöneltilen soruya % 87,7 oranında evet ve % 12,3 oranında da hayır demişlerdir. Dini içerikli müzik, ilahi vb. malzemeler

genel müzik dinleme ve indirme sitelerinde de alt kategori olarak yer alırken aynı zamanda dini içerikli sitelerde de ilahi, kaside vb. müzikler de bulunmaktadır. Diğer yandan videoların yayınlandığı youtube vb. sitelerde de dini içerikli müzikler klipleri ile birlikte de yayınlanmaktadır.

### 2.17. Dini Vaaz Dinleme veya İndirme

Dini Vaaz Dinleme veya İndirme	Sayı	%
Evet	191	78,3
Hayır	53	21,7
Toplam	244	100,0

Vaaz, hutbe ve sohbetler video ve ses kaydı şeklinde internette yer almakta ve internet kullanıcılarının bilgisayara indirebilmeleri için fırsatlar da sunulmaktadır. Ankete katılanların % 78,3'ü dini vaaz dinleyip, indirdiklerini belirtirken, % 21,7'si ise dini vaaz dinlemediklerini ve indirmediklerini ifade etmişlerdir. Tabloya göre oluşan sonuçları değerlendirdiğimizde dini vaaz dinleme ve indirmenin % 78,3 oranında olması, dini vaazların internet aracılığıyla geniş kitlelere ulaştığını göstermektedir.

### 2.18. Dini İçerikli Materyaller (kitap, cd., vb.) Satın Alma

Dini İçerikli Materyaller (kitap, cd, vb.) Satın Alma	Sayı	%
Evet	139	57,0
Hayır	105	43,0
Toplam	244	100,0

Dini içerikli materyaller (kitap, cd., vb.)'in satın alınmasına imkan sağlayan web siteleri internet ortamında bulunmaktadır. Ankete katılanların % 57,0'si dini içerikli materyalleri internet üzerinden satın aldıklarını ifade ederken, % 43,0'ü ise dini içerikli bir ürün satın



almadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre internet üzerinden dini içerikli materyallerin satın alınabildiğini göstermektedir.

### 2.19. Sosyal Paylaşım Sitelerinde Dini İçerikli Bilgi Paylaşımı

Sosyal Paylaşım Sitelerinde Dini İçerikli Bilgi Paylaşımı	Sayı	%
Evet	155	63,5
Hayır	89	36,5
Toplam	244	100,0

İnternet kullanıcıları sosyal paylaşım sitelerinde fikirlerini ifade etmekte ve görüş alışverişinde de bulunmaktadır. Sosyal medya araçlarından birinde hesabı olan dini içerikli internet kullanıcıları da kutsal zaman dilimleri ve belirli aralıklarla güncel olaylar çerçevesinde gelişen dini konularda görüşlerini belirtmekte ve dini içerikli bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Ankete katılanlar sosyal paylaşım sitelerinde dini içerikli bilgi paylaşımı ile ilgili olarak, % 63,5'i bilgi paylaştıklarını belirtirken, % 36,5'i bilgi paylaşımında bulunmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar sosyal medya kullanıcılarının hesapları olan sitelerde aktif bir şekilde dini içerikli bilgi paylaşımında bulduklarını göstermektedir.

### 2.20. Online Olarak Kur'an-ı Kerim Okuma, Dinleme veya İndirme

Online Olarak Kur'an-ı Kerim Okuma, Dinleme veya İndirme	Sayı	%
Evet	207	84,8
Hayır	37	15,2
Toplam	244	100,0

Online olarak Kur'an-ı Kerim okuma, dinleme veya indirme ile ilgili olarak internet ortamında siteler bulunmaktadır. Bu sitelerde ünlü karilerden Kur'an-ı Kerim okuyuşları sunulmakta ve isteyen internet kullanıcıları için bilgisayara indirebilme imkânı da verilmektedir. Yine bu sitelerde bulunan hatim programları çerçevesinde internet kullanıcıları Kur'an-ı Kerim hatmi yapabilir ve mukabelelere katılabilirler. Ankete katılanların % 84,8'i online olarak Kur'an-ı Kerim okuma, dinleme veya

indirme işleminde bulduklarını belirtirken, % 15,2'si online olarak Kur'an-ı Kerim okuma, dinleme veya indirme işleminde bulunmadıklarını ifade etmişlerdir. Tabloya göre oluşan sonuçları değerlendirdiğimizde Kur'an-ı Kerim okuma, dinleme veya indirmenin % 84,8 oranında olması, Kur'an-ı Kerim okuma ve dinlemenin internet aracılığıyla geniş kitlelere ulaştığını söyleyebiliriz.

### 2.21. Online Olarak Dini Konularda Fetva Sorma veya Arama

Online Olarak Dini Konularda Fetva Sorma veya Arama	Sayı	%
Evet	168	68,9
Hayır	76	31,1
Toplam	244	100,0

İnternette yer alan dini içerikli bilgilenme fırsatlarından biri de fıkhi konularda fetva sorma, sorulan soruların cevaplarına erişerek benzer konularda bilgi edinebilmedir. Dini içerikli konularla ilgili soruların sorulabildiği genel soru cevap sitelerinin yanı sıra sadece fıkhi konularla ilgili soruların sorulabildiği ve cevaplandırıldığı sitelerde mevcuttur. Diğer yandan fıkıh konusunda ihtisas sahibi ilim adamlarına ait kişisel sitelerde bulunmaktadır. Ankete katılanların % 68,9'u online olarak dini konularda fetva sorma ve arama işleminde bulduklarını belirtirken, % 31,1'i online olarak dini konularda fetva sorma ve arama yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Tabloya göre oluşan sonuçları değerlendirdiğimizde online olarak dini konularda fetva sorma ve aramanın % 68,9 oranında olması, internet aracılığıyla fıkhi konularda bilgilenmenin mümkün olduğunu göstermektedir.

### Dini ve Manevi Danışmanlık Alma-Verme ve Paylaşımında Bulunma, Dini Aktivite Planlama ve Dua İstemek İçin E-Posta Kullanma

Dini ve Manevi Danışmanlık Alma-Verme ve Paylaşımında Bulunma, Dini Aktivite Planlama ve Dua İstemek İçin E-Posta Kullanma e Olarak Dini Konularda Fetva Sorma veya Arama	Sayı	%
Evet	137	56,1
Hayır	90	36,9
Fikrim yok	14	5,8
Cevap yok	3	1,2
Toplam	244	100,0

Ankete katılanlar dini ve manevi danışmanlık alma-verme ve paylaşımında bulunma, dini aktivite planlama ve dua istemek için e-posta kullanma ile ilgili kendilerine yöneltilen soruya % 56,1'i evet, % 36,9'u hayır derken, % 5,8'i fikirlerinin olmadığını ve % 1,2'si de cevap vermemiştir. Bu sonuçlara göre internet kullanıcılarının dini ve manevi danışmanlık alma-verme ve paylaşımında bulunma, dini aktivite planlama ve dua istemek için e-posta ile etkileşim içinde olduklarını söyleyebiliriz.

### 2.23. Dini İnanç ve Gelenek Hakkında Genel Bilgi Bulmak İçin İnternet Kullanma

Dini İnanç ve Gelenek Hakkında Genel Bilgi Bulmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	219	89,8
Hayır	25	10,2
Toplam	244	100,0

Dini inanç ve gelenek hakkında genel bilgi bulmak için internet kullanma ile ilgili olarak katılımcılara yöneltilen soruya deneklerin % 89,8'i evet ve % 10,2'si hayır demişlerdir. Sonuçları değerlendirdiğimizde internet kullanıcılarının % 89,8'inin dini inanç ve gelenek hakkında genel

bilgi bulmak için internette yer alan dini içerikli siteleri kullandıklarını ve bu sitelerde aramış oldukları bilgilere ulaştıklarını söyleyebiliriz.

#### 2.24. Dini Eğitim veya İbadet İle İlgili Materyal (malzeme) Bulmak İçin İnternet Kullanma

Dini Eğitim veya İbadet İle İlgili Materyal (malzeme) Bulmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	205	84,0
Hayır	39	16,0
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların % 84,0'ü dini eğitim veya ibadet ile ilgili materyal (malzeme) bulmak için internet kullandıklarını belirtirken, % 16,0'sı ise dini eğitim veya ibadet ile ilgili materyal (malzeme) bulmak için internet kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Elde edilen sonuca göre internet kullanıcılarının dini eğitim veya ibadet ile ilgili materyal (malzeme) bulmak için internet kullandıklarını ve internet ortamında aradıkları ürünlere de ulaştıklarını söyleyebiliriz.

#### 2.25. Kurban, Zekât, Fitre vb. Dini Sorumlulukları Yerine Getirmek İçin İnternet Kullanma

Kurban, Zekât, Fitre vb. Dini Sorumlulukları Yerine Getirmek İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	132	54,1
Hayır	112	45,9
Toplam	244	100,0

Kurban, zekât, fitre vb. dini sorumlulukların yerine getirilmesi için internet ortamında bilgi, belge vb. malzemeler yer alırken diğer yandan bu sorumlulukların yerine gelmesi konusunda internet kullanıcılarının kurban, zekât, fitre vb. yardımlarını toplayan ve ihtiyaç sahiplerine ileten yardım kuruluşlarına ait internet siteleri de mevcuttur. Yardım kuruluşları bu çerçevede online tahsilat yapmakta ve kredi kartları aracılığıyla yapılan yardımları kabul etmektedirler. Ankete katılanların % 54,1'i kurban, zekât,

fitre vb. dini sorumlulukların yerine getirilmesi için internet kullandıklarını belirtirken, % 45,9'u kurban, zekât, fitre vb. dini sorumlulukların yerine getirilmesi için internet kullanmadıklarını ifade etmektedirler. Bu sonuçlara göre internet kullanıcıları dini sorumluluklarını yerine getirirken internet ortamında bu sorumlulukları ile ilgili detaylı bilgiler edinebilmekte ve aynı zamanda bu sorumluluklarını yerine getirmeleri için aracı olan yardım kuruluşları ile iletişime de geçebilmektedirler.

#### 2.26. Üyesi Olunan Dini Guruptaki İnsanlarla İletişime Geçmek İçin İnternet Kullanma

Üyesi Olunan Dini Guruptaki İnsanlarla İletişime Geçmek İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	88	36,1
Hayır	156	63,9
Toplam	244	100,0

Anket katılanların % 36,1'i üyesi oldukları dini guruptaki insanlarla iletişime geçmek için internet kullandıklarını ifade ederlerken, % 63,9'u da dini guruptaki insanlarla iletişime geçmek için internet kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Elde edilen verilere göre internet kullanıcılarının % 36,1'i üyesi olunan dini guruptaki insanlarla iletişime geçmek için iletişim aracı olarak interneti kullanmaktadırlar.

#### 2.27. Üyesi Olunan Dini Gurubun Liderinin Sohbet ve Vaazlarını Dinlemek veya İndirmek, Makale ve Kitaplarını Temin Etmek İçin İnternet Kullanma

Üyesi Olunan Dini Gurubun Liderinin Sohbet ve Vaazlarını Dinlemek veya İndirmek, Makale ve Kitaplarını Temin Etmek İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	112	45,9
Hayır	132	54,1
Toplam	244	100,0

Üyesi olunan dini gurubun liderinin sohbet ve vaazlarını dinlemek veya indirmek, makale ve kitaplarını temin etmek için internet kullanma ile ilgili soruya ankete katılanların % 45,9'u evet derken, % 54,1'i de hayır demiştir. Tablodan da anlaşıldığı üzere internet kullanıcıları üyesi oldukları dini gurubun liderinin sohbet ve vaazlarını dinlemek veya indirmek, makale ve kitaplarını temin etmek için internet kullanmaktadırlar.

### 2.28. Dini İçerikli Sohbet Odaları ve Forumlara Katılmak İçin İnternet Kullanma

Dini İçerikli Sohbet Odaları ve Forumlara Katılmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	94	38,5
Hayır	150	61,5
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların dini içerikli sohbet odaları ve forumlara katılma oranlarını incelediğimizde deneklerin % 38,5'i dini içerikli sohbet odaları ve forumlara katıldıklarını belirtirken, % 61,5'i ise dini içerikli sohbet odaları ve forumlara katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlara göre internet kullanıcıları dini içerikli sohbet odaları ve forumlara katılmak için internet kullanmaktadırlar.

### 2.29. Dini İçerikli Film ve Video Seyretmek veya İndirmek İçin İnternet Kullanma

Dini İçerikli Film ve Video Seyretmek veya İndirmek İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	174	71,3
Hayır	70	28,7
Toplam	244	100,0

İnternet ortamında videolar yer aldığını özel siteler olmakla birlikte genel sitelerde alt kategori olarak videolar yayınlanmaktadır. Dini içerikli internet siteleri de dini içerikli film, çizgi film ve videolar yayınlamaktadırlar. İnternet kullanıcıları bu siteler aracılığıyla dini içerikli

videoları seyredebilir ve bilgisayarlarına da indirebilirler. Ankete katılanların % 71,3'ü dini içerikli film ve video seyretmek veya indirmek için internet kullandıklarını belirtirken, % 28,7'si ise dini içerikli film ve video seyretmek veya indirmek için internet kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar internet kullanıcılarının dini içerikli film ve video seyretmek veya indirmek için internet kullandıklarını göstermektedir.

### 2.30. Süreli Olarak Basılan Gazete-Dergi vb. Yayınlardaki Dini ve Manevi İçerikli Bilgilere Ulaşmak İçin İnternet Kullanma

Süreli Olarak Basılan Gazete-Dergi vb. Yayınlardaki Dini ve Manevi İçerikli Bilgilere Ulaşmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	178	73,0
Hayır	66	27,0
Toplam	244	100,0

Süreli olarak basılan gazete-dergi vb. yayınlarda kutsal zaman dilimleri ve güncel dini konular çerçevesinde dini ve manevi içerikli bilgiler yayınlanmakta ve bu yayınların basılmış olan haber içerikleri internet sayfalarında da yer almaktadır. Ankete katılanların % 73,0'ü süreli olarak basılan gazete-dergi vb. yayınlardaki dini ve manevi içerikli bilgilere ulaşmak için internet kullandıklarını ve % 27,0'si ise kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar çerçevesinde dini içerikli bilgi elde etmek isteyen internet kullanıcıları süreli olarak basılan gazete-dergi vb. yayınlardaki dini ve manevi içerikli bilgilere ulaşmak için internet kullanmaktadırlar.

### 2.31. Özellikle Dini ve Manevi İçerikli Olarak Basılan Gazete-Dergi vb. Süreli Yayınlardaki Bilgilere Ulaşmak İçin İnternet Kullanma

Özellikle Dini ve Manevi İçerikli Olarak Basılan Gazete-Dergi vb. Süreli Yayınlardaki Bilgilere Ulaşmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	175	71,7
Hayır	69	28,3
Toplam	244	100,0

Özellikle dini ve manevi içerikli olarak basılan gazete-dergi vb. süreli yayınlardaki bilgilere ulaşmak için internet kullanma konusunda kendilerine soru yöneltilen ankete katılımcılarının, % 71,7'si evet derken, % 28,3'ü hayır demişlerdir. Tabloya bakarak özellikle dini ve manevi içerikli olarak basılan gazete-dergi vb. süreli yayınlar internet ortamında yer almakta ve internet kullanıcıları tarafından dini ve manevi içerikli bilgi elde etmek için kullanılmaktadır.

### 2.32. Dini İçerikli Televizyon ve Radyo Yayınlarını Dinlemek-Seyretmek veya İndirmek İçin İnternet Kullanma

Dini İçerikli Televizyon ve Radyo Yayınlarını Dinlemek-Seyretmek veya İndirmek İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	169	69,3
Hayır	75	30,7
Toplam	244	100,0

Dini İçerikli Televizyon ve Radyoların kendi internet siteleri bulunmakta bu siteler üzerinden canlı yayınlar yapılmakta, aylık, haftalık ve günlük yayın akışları yayınlanmakta ve geçmiş programların arşivleri de tutulmaktadır. İnternet kullanıcıları bu siteler aracılığıyla canlı yayını takip edebildikleri gibi geçmiş programları arşivden izleyebilmekte ve bilgisayarına da indirebilmektedirler. Ayrıca televizyon ve radyoda yayınlanan programların e-posta adresleri ile dinleyici ve izleyicinin soru ve görüşleri de alınabilmektedir. Ankete katılanların % 69,3'ü dini içerikli televizyon ve radyo yayınlarını dinlemek-seyretmek veya indirmek için internet kullandıklarını ifade ederken, % 30,7'si ise dini içerikli televizyon ve radyo yayınlarını dinlemek-seyretmek veya indirmek için internet kullanmadıklarını belirtmektedirler. Tabloya göre internet kullanıcılarının dini içerikli televizyon ve radyo yayınlarını dinlemek-seyretmek veya indirmek için internet kullandıklarını söyleyebiliriz.

### 2.33. Kutsal Mekânlara Ziyaret Organizasyonu (Hac ve Umre) Hakkında Bilgi Alma ve Planlama İçin İnternet Kullanma

Kutsal Mekânlara Ziyaret Organizasyonu (Hac ve Umre) Hakkında Bilgi Alma ve Planlama	Sayı	%
--	------	---



İçin İnternet Kullanma		
Evet	134	54,9
Hayır	110	45,1
Toplam	244	100,0

İnternette hac ve umre ile ilgili olarak bilgi, belge ve videolarla birlikte kutsal mekânlara ziyaret organizasyonu (hac ve umre) düzenleyen tur şirketlerine ait siteler de mevcuttur. Diğer yandan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Hac Organizasyonu, Hac ve Umre ile ilgili yazılı ve görüntülü yayınlar ve 2011 yılında başlanılan uygulama ile hac kurlarının sonuçları da internet üzerinden sorgulanmaktadır. Bu süreçte yoğun veri trafiğinden dolayı zaman zaman başkanlığın sitesinde kilitlenmeler yaşanmaktadır. Ankete katılanlar, kutsal mekânlara ziyaret organizasyonu (hac ve umre) hakkında bilgi alma ve planlama için internet kullanma ile ilgili olarak % 54,9'u evet, % 45,1'de hayır demişlerdir. Tabloyu değerlendirdiğimizde kutsal mekânlara ziyaret organizasyonu (hac ve umre) hakkında bilgi alma ve planlama için internet kullanılmaktadır.

#### 2.34. Dini Guruplara Ait Dernek ve Vakıfların Çalışmalarına Katılmak İçin İnternet Kullanma

Dini Guruplara Ait Dernek ve Vakıfların Çalışmalarına Katılmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	110	45,1
Hayır	134	54,9
Toplam	244	100,0

Dini guruplara ait dernek ve vakıflar çalışmalarını tanıtmak, duyurmak ve çalışmalarına katılımları arttırmak için internetin imkânlarından da yararlanmaktadırlar. Ankete katılanların % 45,1'i dini guruplara ait dernek ve vakıfların çalışmalarına katılmak için internet kullandıklarını belirtirken, % 54,9'u da dini guruplara ait dernek ve vakıfların çalışmalarına katılmak için internet kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Tabloya göre internet kullanıcılarının da dini guruplara ait dernek ve vakıfları tanımak ve çalışmalarına katılmak için internet kullandıklarını söylemek mümkündür.

### 2.35. Üyesi Olunan Dini Gurup, Dernek, Vakıf veya Cemaate Bağış Yapmak İçin İnternet Kullanma

Üyesi Olunan Dini Gurup, Dernek, Vakıf veya Cemaate Bağış Yapmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	55	22,5
Hayır	189	77,5
Toplam	244	100,0

Ankete katılanlar, üyesi olunan dini gurup, dernek, vakıf veya cemaate bağış yapmak için internet kullanma ile ilgili soruya % 22,5'i evet, % 77,5'i hayır demişlerdir. Tablodan çıkan sonuç, üyesi olunan dini gurup, dernek, vakıf veya cemaate bağış yapmak için de internetin kullanıldığını göstermektedir.

### 2.36. Ortak Hatim (Kur'an-ı Kerim'i baştan sona okuma) ve Duaya Katılmak İçin İnternet Kullanma

Ortak Hatim (Kur'an-ı Kerim'i baştan sona okuma) ve Duaya Katılmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	108	44,3
Hayır	136	55,7
Toplam	244	100,0

İnternet ortamında online olarak Kur'an-ı Kerim okuma, dinleme veya indirme ile ilgili olarak siteler bulunmakla birlikte, aynı zamanda bu sitelerde bulunan hatim programları ve müstakil hatim ve mukabele siteleri aracılığıyla internet kullanıcıları Kur'an-ı Kerim hatmi yapabilmekte ve mukabelelere katılabilmektedirler. Ankete katılanların % 44,3'ü ortak hatim (Kur'an-ı Kerim'i baştan sona okuma) ve duaya katılmak için internet kullandıklarını belirtirken, % 55,7'si ortak hatim (Kur'an-ı Kerim'i baştan sona okuma) ve duaya katılmak için internet kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Tablodan çıkan sonucu değerlendirdiğimizde, önceki sorularda katılımcıların online olarak Kur'an-ı Kerim okuma, dinleme veya indirme oranı % 84,8 iken ortak hatim (Kur'an-ı Kerim'i baştan sona okuma) ve duaya katılma oranı % 44,3 olarak çıkmıştır. Aradaki % 40,5'lik oranın

ortak hatime katılma veya bireysel hatim yapmanın uzun süreli ve iradeli bir tutumu gerektirdiğinden dolayı oluştuğunu ifade edebiliriz.

### 2.37. Din ve İnanç Özgürlüğüne Yönelik Sosyal Baskılarla Mücadele Etmek İçin İmza Kampanyasına Katılma, Dilekçe Yazma ve E-Posta Alıp-Gönderme vb. Organizasyonlara Katılmak İçin İnternet Kullanma

Din ve İnanç Özgürlüğüne Yönelik Sosyal Baskılarla Mücadele Etmek İçin İmza Kampanyasına Katılma, Dilekçe Yazma ve E-Posta Alıp-Gönderme vb. Organizasyonlara Katılmak İçin İnternet Kullanma	Sayı	%
Evet	153	62,7
Hayır	91	37,3
Toplam	244	100,0

İnternet sınırsız bilgi, kolay iletişim, alışveriş, e-devlet ve bankacılık vb. hizmetleri ile hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Ayrıca özgürlüğü kısıtlanmış ve baskılara maruz kalmış bireyler için de haklarını aradıkları bir platform özelliğini taşımaktadır. Din ve inanç özgürlüğüne yönelik sosyal baskılarla mücadele etmek için imza kampanyasına katılma, dilekçe yazma ve e-posta alıp-gönderme vb. organizasyonlar için internet de kullanılmaktadır. Sosyal medyada da din ve inanç özgürlüğüne yönelik sosyal baskılarla mücadele etmek için sayfalar açılmakta ve bu sayfalar yoğun ilgi ve katılımı elde etmektedirler. Din ve inanç özgürlüğüne yönelik sosyal baskılarla mücadele etmek için imza kampanyasına katılma, dilekçe yazma ve e-posta alıp-gönderme vb. organizasyonlara katılmak için internet kullanma ile ilgili olarak ankete katılanlara yöneltilen soruya katılımcıların % 62,7'si evet, % 37,3'ü de hayır demişlerdir.

### 2.38. Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Girişte İslami Bilimlerle İlgilenme

Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Girişte İslami Bilimlerle İlgilenme	Sayı	%
Tefsir	168	14,0
Hadis	174	14,6
İslam Hukuku	93	7,8

Kelam	40	3,4
Akaid	37	3,1
İslam Tarihi	120	10,0
Siyer	112	9,4
İslam Felsefesi	59	4,9
İslam Sanatları	67	5,6
Fıkıh	141	11,7
Tasavvuf	116	9,8
İslam Mezhepleri tarihi	69	5,7
Toplam	1196	100,0

İnternette temel İslami bilimlerin her biri ile ilgili olarak hazırlanmış siteler olmakla beraber genel olarak hazırlanmış İslami içerikli sitelerde de temel İslami bilimler alt kategoriler halinde yer almaktadır. Dini ve manevi bilgi içerikli sitelere girişte dini içerikli internet kullanıcılarının % 14,0'ü Tefsir, % 14,6'sı Hadis, % 7,8'i İslam Hukuku, % 3,4'ü Kelam, % 3,1 Akaid, % 10,0'u İslam Tarihi, % 9,4'ü Siyer, % 4,9'u İslam Felsefesi, % 5,6'sı İslam Sanatları, % 11,7'si Fıkıh, % 9,8'i Tasavvuf, ve % 5,7'si de İslam Mezhepleri Tarihi ile ilgilenmektedirler. Tabloyu değerlendirdiğimizde temel İslami bilimlerden, Tefsir, Hadis, İslam Tarihi, Siyer, Fıkıh ve Tasavvuf internet kullanıcıları tarafından en fazla ilgilenen bilimler olduğunu söyleyebiliriz. (Bu soruda ankete katılanların birden fazla seçenek işaretlemelerine müsaade edilmiştir.)

### 2.39. Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Girişte Dini Bilimlerle İlgilenme

Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Girişte Dini Bilimlerle İlgilenme	Sayı	%
Din Sosyolojisi	168	14,0
Din Felsefesi	174	14,6
Din Psikolojisi	93	7,8
Din Eğitimi	40	3,4
Dinler Tarihi	37	3,1
Toplam	1196	100,0

İnternette dini bilimler ile ilgili olarak hazırlanmış siteler olmakla beraber genel olarak hazırlanmış dini içerikli sitelerde de dini bilimler alt kategoriler halinde yer almaktadır. Dini ve manevi bilgi içerikli sitelere girişte dini içerikli internet kullanıcılarının % 20,8'i Din Sosyolojisi, % 11,9'u Din Felsefesi, % 19,7'si Din Psikolojisi, % 27,1'i Din Eğitimi ve % 20,5'i Dinler Tarihi ile ilgilenmektedirler. Tabloyu değerlendirdiğimizde dini bilimlerden, Din Eğitiminin % 27,1'lik oranla internet kullanıcıları tarafından en fazla ilgilenilen dini bilim olduğunu söyleyebiliriz. (Bu soruda ankete katılanların birden fazla seçenek işaretlemelerine müsaade edilmiştir.)

**2.40. Din konusunda eğitici veya öğretici materyaller bulma, Manevi tartışmalara katılma, ibadetle ilgili kaynaklar bulma, Dini gurup önderleri veya manevi öğüt vericiler ile etkileşim, Dini guruplara ait dernek ve vakıfların çalışmalarına katılmak için araştırma yapma, Dini görüşlerini paylaşan insanları bulma vb. faaliyetlerin online (çevrim içi) veya offline (çevrimdışı) yapmanın daha kolay olması**

Din konusunda eğitici veya öğretici materyaller bulma, Manevi tartışmalara katılma, ibadetle ilgili kaynaklar bulma, Dini gurup önderleri veya manevi öğüt vericiler ile etkileşim, Dini guruplara ait dernek ve vakıfların çalışmalarına katılmak için araştırma yapma, Dini görüşlerini paylaşan insanları bulma vb. faaliyetlerin online (çevrim içi) veya offline (çevrimdışı) yapmanın daha kolay olması	Sayı	%
Online (çevrim içi)	119	48,8
Offline (çevrim dışı)	38	15,6
Fark yok	41	16,8
Fikrim yok	34	13,9
Cevap yok	12	4,9
Toplam	244	100

Din konusunda eğitici veya öğretici materyaller bulma, Manevi tartışmalara katılma, ibadetle ilgili kaynaklar bulma, Dini gurup önderleri veya manevi öğüt vericiler ile etkileşim, Dini guruplara ait dernek ve vakıfların çalışmalarına katılmak için araştırma yapma, Dini görüşlerini

paylaşan insanları bulma vb. faaliyetlerin online (çevrim içi) veya offline (çevrimdışı) yapmanın daha kolay olması ile ilgili soruya ankete katılanların % 48,8'i online (çevrim içi), % 15,6'sı offline (çevrim dışı), % 16,8'i fark yok derken, % 13,9'u fikir beyan etmemiş ve % 4,9'u da cevap vermemiştir. Buna göre dini içerikli bilgi, belge bulma, manevi tartışmalara katılma dini guruplara ait dernek ve vakıfların çalışmalarına katılmak için araştırma yapma, Dini görüşlerini paylaşan insanları bulma vb. uygulamalara online olarak ulaşmanın daha kolay olduğunu söyleyebiliriz.

#### 2.41. Genel Olarak İnternet Kullanımının İnsanların İbadetleri Üzerindeki Etkisinin Çoğunlukla Olumlu/Olumsuz ya da Etkisiz Olduğunu Düşünme

Genel Olarak İnternet Kullanımının İnsanların İbadetleri Üzerindeki Etkisinin Çoğunlukla Olumlu/Olumsuz ya da Etkisiz Olduğunu Düşünme	Sayı	%
Çoğunlukla Olumlu	105	43,0
Çoğunlukla Olumsuz	71	29,1
Etkisiz	38	15,6
Fikrim yok	24	9,8
Cevap yok	6	2,5
Toplam	244	100

Genel olarak internet kullanımının insanların ibadetleri üzerindeki etkisinin çoğunlukla olumlu/olumsuz ya da etkisiz olduğu ile ilgili ankete katılan dini içerikli internet kullanıcılarının % 43'ü çoğunlukla olumlu, % 29,1'i çoğunlukla olumsuz, % 15,6'sı etkisiz olduğunu belirtirken, % 9,8'i fikrim yok ve % 2,5'i de cevap yok demişlerdir. Bu sonuçlara göre internet kullanımının insanların ibadetleri üzerinde olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinin de olduğunu söyleyebiliriz.

#### 2.42. Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Online Olarak Girilen En Son Zaman

Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Online Olarak	Sayı	%
--	------	---

Girilen En Son Zaman		
Bugün	71	29,1
Dün	49	20,1
Birkaç gün önce	35	14,3
Geçen hafta	14	5,7
Bir iki hafta önce	17	7,0
Bir ay önce	5	2,0
Bir iki ay önce	10	4,1
Altı ay önce	6	2,5
Bir sene önce	6	2,5
Fikrim yok	23	9,4
Cevap yok	8	3,3
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların dini ve manevi bilgi içerikli sitelere online olarak girdikleri en son zamanı incelediğimizde katılımcıların % 29,1'i bugün, % 20,1'i dün, % 14,3'ü birkaç gün önce, % 5,7'si geçen hafta, % 7'si bir iki hafta önce, % 2'si bir ay önce, % 4,1'i bir iki ay önce, % 2,5'u altı ay önce, % 2,5'u bir sene önce dini ve manevi bilgi içerikli sitelere online olarak girdiklerini belirtirken, % 9,4'ü fikir beyan etmemiş ve % 3,3'ü de cevap vermemişlerdir. Sonuçları değerlendirdiğimizde ankete katılanların % 63,3'ü haftalık aralıklarla, % 19,2'si aylık aralıklarla ve % 2,5'u da yıllık aralıklarla dini ve manevi bilgi içerikli sitelere online olarak girmektedirler.

#### 2.43. İnternete En Son Girişte Aranılan Dini İçerikli Bilgi veya Siteye Kolay veya Zor Ulaşma

İnternete En Son Girişte Aranılan Dini İçerikli Bilgi veya Siteye Kolay veya Zor Ulaşma	Sayı	%
Çok kolay	165	67,6
Biraz kolay	49	20,1
Biraz zor	13	5,3
Fikrim yok	10	4,1
Cevap yok	7	2,9

Toplam	244	100,0
--------	-----	-------

İnternete en son girişte aranılan dini içerikli bilgi veya siteye ulaşmanın kolaylığı ve zorluğu ile ilgili ankete katılanların % 67,6 çok kolay, % 20,1'i biraz kolay, % 5,3'ü biraz zor ulaştıklarını ifade ederken, % 4,1'i fikrim yok ve 2,9'u da cevap yok demişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre % 87,7'lik bir oranla internet kullanıcılarının internete en son girişlerinde aradıkları dini içerikli bilgi veya siteye kolay bir şekilde ulaştıklarını göstermektedir.

#### 2.44. İnternete En Son Girişte Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Bakmak İçin Ziyaret Edilen Site Sayısı

İnternete En Son Girişte Dini ve Manevi Bilgi İçerikli Sitelere Bakmak İçin Ziyaret Edilen Site Sayısı	Sayı	%
Bir	24	9,8
İki-Üç	109	44,7
Dört-Beş	67	27,5
Altı-On	15	6,1
Onbir-Yirmi	6	2,5
Yirmiden fazla	3	1,2
Fikrim yok	12	4,9
Cevap yok	8	3,3
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların internete en son girişlerinde dini ve manevi bilgi içerikli sitelere bakmak için ziyaret ettikleri site sayısını incelediğimizde % 9,8'i bir, % 44,7'si iki-üç, % 27,5'i dört-beş, % 6,1'i altı-on, % 2,5'u onbir-yirmi ve % 1,2'si yirmiden fazla dini içerikli siteyi ziyaret ettiklerini belirtirken, % 4,9'u fikrim yok ve % 3,3'ü de cevap yok demişlerdir. Buna göre ankete katılan internet kullanıcılarının % 82'si internete en son girişlerinde birden fazla dini ve manevi bilgi içerikli siteyi ziyaret ettiklerini göstermektedir.

#### 2.45. Dini İçerikli Bilgi İçin Araştırmaya Başlama Şekli



Dini İçerikli Bilgi İçin Araştırmaya Başlama Şekli	Sayı	%
Google veya Yahoo gibi arama motorlarında	170	69,8
Özellikle dini bilgi içeren sitelerde	35	14,3
Üyesi olduğum dini guruba ait bir sitede	9	3,7
Daha önce kullandığım özel bir sitede	13	5,3
Diğer	3	1,2
Fikrim yok	5	2,0
Cevap yok	9	3,7
Toplam	244	100,0

Ankete katılanların dini içerikli bilgi için araştırmaya başlama şekline baktığımızda % 69,8'i Google ve Yahoo gibi arama motorlarında, % 14,3'ü özellikle dini bilgi içeren sitelerde, % 3,7'si üyesi olduğu dini guruba ait bir sitede, % 5,3'ü daha önce kullandığı özel bir sitede ve % 1,2'si de diğer şekillerle dini içerikli bilgi için araştırmaya başladıklarını ifade ederken, % 2'si fikrim yok ve % 3,7'si de cevap yok demişlerdir. Tabloya göre ankete katılan internet kullanıcıları araştırdıkları dini içerikli bilgiye Google ve Yahoo gibi arama motorları aracılığıyla ulaşmışlardır.

#### 2.46. Sürekli Olarak Girilen Dini veya Manevi Bilgi İçerikli Favori Site Sayısı

Sürekli Olarak Girilen Dini veya Manevi Bilgi İçerikli Favori Site Sayısı	Sayı	%
Tek bir site	19	7,7
Birden çok site	182	74,6
Fikrim yok	27	11,1
Cevap yok	16	6,6
Toplam	244	100,0

Sürekli girilen dini veya manevi bilgi içerikli favori site sayısı ile ilgili olarak anket katılımcılarının % 7,7'si tek bir siteye, % 74,6'sı birden çok siteye girdiklerini belirtirken, % 11,1'i fikrim yok ve % 6,6'sı da cevap yok diye ifade etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre dini içerikli internet kullanıcılarının % 74,6'sı birden çok dini veya manevi bilgi içerikli favori siteyi ziyaret etmektedirler.

### 2.47. Sürekli Olarak Girilen Dini veya Manevi Bilgi İçerikli Sitelerin İsimleri

ahmetsahin.org, ailevekadın.com, akradyo.net, amentu.com, ankebut.net, ateizm.org, darulkitab.com, dindersi.com, diniform.org, dinimizislam.com, dinkulturuogretmeni.com, diyanet.gov.tr, dunyabizim.com, ebedi.com, ebristan.com, ezan.gen.tr, f.gulen.com, fetva.net, gonuldostlari.web.tr, gonulsultanlari.com, haber7.com, habervaktim.com, hadis.enson.org, hadisgen.tr, hakdin.net, haksozhaber.net, hatimindirelim.com, hayrettinkaraman.net, herkul.org, hikmet.net, huseyinatay.com, huzuradogru.com, huzurpinari.com, ihlsözlük.com, ihya.org, ilkvahiy.net, isam.org, iskenderpasa.com, iskenderpasa.net, iskenderpasa.org, islamhukukusayfasi.com, islamiform.net, islamisanat.net, islamiyet.gen.tr, islam-tr.net, islamvebiz.net, islamvetasavvuf.org, ismailaga.info, ismetozel.org, kadinveaile.com, kalemguzel.net, kitapkaynagi.com, kuran.gen.tr, kurandinle.org, kuranimiz.net, kuranmealı.com, kuranmektebi.org, kuranmucizeleri.com, kuranyolu.com, maneviyat.com, menzil.net, moralhaber.com, muhaddis.com, mukabele.com, mustafaislamoglu.biz, mustafaislamoglu.com, namazim.com, namazvakti.com, nihathatipoglu.com, nurpenceresi.com, ortakhatim.com, resulullah.org, risaleinur.com, samanyoluhaber.com, semazen.net, serdengeçti.org, serdengeçti.com, sizinti.com, sonpeygamber.info, sonsuznur.net, sorularlaislamiyet.com.tr, sorularlarisale.com, sufiform.com, sumeyyedyari.com, tefsirdersi.com, tevbe.org, umutfm.com, zaferdergisi.com, zaman.com.tr, zikrullah.com

### 2.48. Herhangi Bir Dini Gurup, Dernek, Vakıf, Camii veya Diğer Dini Kuruluşlara, Maddi Yardımda Bulunma

Herhangi Bir Dini Gurup, Dernek, Vakıf, Camii veya Diğer Dini Kuruluşlara, Maddi Yardımda Bulunma	Sayı	%
Evet	191	78,3
Hayır	32	13,1
Fikrim yok	6	2,5
Cevap yok	15	6,1
Toplam	244	100,0

Herhangi bir dini gurup, dernek, vakıf, camii veya diğer dini

kuruluşlara, maddi yardımda bulunma ile ilgili olarak ankete katılanların % 78,3'ü evet, % 13,1'i hayır, % 2,5'u fikrim yok ve % 6,1'i ise cevap yok demişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların % 78,3'ünün herhangi bir dini gurup, dernek, vakıf, camii veya diğer dini kuruluşlara, maddi yardımda bulduklarını söyleyebiliriz.

#### 2.49. Online Olarak Erişilen Dini ve Manevi Organizasyonlara Para, Değerli Eşya veya Herhangi Bir Şekilde Bağış Yapma

Online Olarak Erişilen Dini ve Manevi Organizasyonlara Para, Değerli Eşya veya Herhangi Bir Şekilde Bağış Yapma	Sayı	%
Evet	104	42,6
Hayır	123	50,4
Fikrim yok	3	1,2
Cevap yok	14	5,8
Toplam	244	100,0

Online olarak erişilen dini ve manevi organizasyonlara para, değerli eşya veya herhangi bir şekilde bağış yapma ile ilgili olarak ankete katılanların % 42,6'sı evet, % 50,4'ü hayır, % 1,2'si fikrim yok ve % 5,8'i ise cevap yok demişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların % 42,6'sının online olarak eriştikleri dini ve manevi organizasyonlara para, değerli eşya veya herhangi bir şekilde bağış yaptıklarını göstermektedir. Aynı zamanda dini ve manevi organizasyonların da internette yapmış oldukları tanıtım ve faaliyetlerle internet kullanıcılarının % 42,6'sına ulaştıklarını da söyleyebiliriz.

#### 2.50. Dini ve Manevi Organizasyonlara Yapılan bağışın Web Sitesi Üzerinden Online Olarak veya Diğer Yollarla Yapılması

Dini ve Manevi Organizasyonlara Yapılan bağışın Web Sitesi Üzerinden Online Olarak veya Diğer Yollarla Yapılması	Sayı	%
Web sitesi üzerinden online olarak	34	13,9
Nakit olarak	105	43,0
Cep telefonu mesajı olarak	14	5,8
Malzeme temin ederek	5	2,0
Fikrim yok	18	7,4
Cevap yok	68	27,9
Toplam	244	100,0

Online olarak erişilen dini ve manevi organizasyonlara yapılan bağışın web sitesi üzerinden online olarak veya diğer yollarla yapılması ile ilgili olarak ankete katılanların % 13,9'u web sitesi üzerinden online olarak, % 43,0'ü nakit olarak, % 5,8'i cep telefonu mesajı olarak, % 2,0'si malzeme temin ederek online olarak eriştikleri dini ve manevi organizasyonlara bağışta bulduklarını belirtirken, % 7,4'ü fikrim yok ve % 27,9'u ise cevap yok demişlerdir. Tablodaki sonuçlara göre katılımcıların % 13,9'unun online olarak eriştikleri dini ve manevi organizasyonlara web sitesi üzerinden online olarak bağışta bulduklarını göstermektedir.

### **Sonuç**

Yüz yüze başlayıp, sesli, görsel ve sanal (internet) olarak devam eden dini iletişim, gelişen ve değişen iletişim araçlarını dini iletileri iletmek üzere kullanmıştır. Nesilden nesile aktarılan dini metinler, söz olarak başladığı yolculuğunda önce harflerle yazıldı, baskı makinelerinde basıldı, radyo yayımları ile evlere sesini ulaştırdı, televizyon ile görüntüsünü izleyiciye aktardı, bilgisayar ile yazı ve sesini birleştirdi ve son olarak da internette bütün geçmişi ile birlikte muhataplarına ulaştı.

İnternetle birlikte dini iletiler, sınırsız bir kitleye iletildi ve iletmeye de devam edecektir. Dini bilgi ve dini hizmetlerin gerçekleştirilmesi için yardımcı bilgiler sunma veya dini bilgilerin yüz yüze alınabileceği kişi ve kurumlara yönlendirilmelerde internet, önemli bir iletişim işlevini yerine getirmektedir. Dini kurumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetler de internet aracılığıyla hızlı ve yaygın bir şekilde kitlelere ulaştırılmaktadır. Aynı zamanda yapılan dini toplantı, seminer ve konferansların metinlerine internet'in arşivleme hizmetini kullanarak ulaşmak mümkündür.

Dini bilgiye ulaşmada büyük imkanlar sunan internet aynı zamanda yanlış ve eksik bilgilerin yayılmasına da neden olmaktadır. Hatalı, tutarsız, dini kaynaklara ve literatüre aykırı, taraflı ve bütünlük arz etmeyen bilgi sunan siteler de bulunmaktadır. Resmi kurumlarca hazırlanan dini sitelerin nitelik ve niceliklerinin yetersizliği, dini bilgi içeren sitelerin kontrol edilememesi dini bilginin yanlış ve eksik iletilmesine sebep olmaktadır. Bu noktada Diyanet İşleri Başkanlığı, İlahiyat Fakülteleri, Müftülükler ve vakıfların web sayfalarının sınırları genişletilmeli, sunulan dini bilgiler de ilmi halle sınırlandırılmamalıdır. Dinin kaynak eserleri, internet ortamına aktararak, güvenilir ve hatasız bilgi sunulmalıdır.

İnternet, dinle ilgili olumlu hizmetlerin sunulmasına imkan sağlarken aynı zamanda dinlerin yasaklamış olduğu içki, kumar, seks, pornografi,

satanzim, büyü gibi kötü alışkanlık ve davranışların anlatıldığı siteleri bireylere kontrolsüz ve kısıtlanmamış bir şekilde iletir. İnternette dini bilgiye ulaşmak için kişi çaba gösterirken, seks, kumar ve pornografik içeriklere sahip site, bilgi ve görüntüler istenilmediği halde sunulmaktadır. Özel kişilerce hazırlanmış ve ücretsiz yayınlanan sitelerin içeriği ile birlikte seks, kumar ve pornografik içerikler, internet kullanıcılarına istek dışı iletilmektedir. Zararlı içerikler taşıyan sitelerin, kişilere istek dışı olarak sunulması, servis sağlayıcılarının yapacakları çalışmalar ile engellenmelidir.

Ankete katılan deneklerin internetteki dini içerikli kullanım alışkanlıklarının dini öğrenme, öğretme, aynı duygu ve düşüncüyü paylaşan dini guruplar arasında iletişim ve etkileşim, kutsal zaman dilimlerinin kutlanması ve bu zaman dilimleri ile ilgili etkinliklerin düzenlenmesi, dini sorumlulukların yerine getirilmesi, ortak dua ve hatim okuma, dini yaşayışa yönelik kısıtlama ve baskılarla mücadele etme, dinin tanıtımı, dini bilgi ve öğretici malzemelerin temini, dini bilginin güvenilirliği ve doğruluğunun sınanması gibi konularda etkin bir şekilde internet kullandıkları gözlemlenmektedir.

Araştırmamızın başında oluşturduğumuz hipotezlerin incelenmesi sonucunda; din, iletişim alanındaki gelişen ve değişen iletişim araçlarını kullanarak iletilerini muhataplarına iletmekte ve iletişim araçları da, dini iletinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Din iletişim araçlarının sunduğu imkânları zamanına ve yerine göre değişik formlarda kullanmaktadır. Din gelişmiş iletişim araçlarını kullanırken diğer iletişim araç ve formlarının kullanımını da terk etmemektedir. İletilerini iletirken gereken tüm iletişim araçları ve formlarını kullanmaktadır. İnternet, bilgilenme, tanıtım, karşılıklı sohbet, bilgi alışverişi, kitap okuma, kaynak eserlere ulaşma, ibadet uygulamalarını öğrenme, dini soru ve problemlere cevap arama gibi konularda dini iletişimi sağlamaktadır. İnternetle, dini ileteler sınırsız kitleye hızlı bir şekilde iletilmiş ve internet hakikatin ilan edildiği yeni bir alan olmuştur.

İnternet kullanımının yaygınlaşması, internette sunulan dini bilgi ve hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından kaliteleşmesi ve geniş kitlelere ulaşmasını da sağlamıştır. Din bireyi zararlı alışkanlık ve davranışlardan korumak, dini tanıtmak, dini bilgi ve uygulamaları geniş kitlelere ulaştırmak için internetin imkânlarını yaygın olarak kullanacaktır. İnternetle birlikte din yüz yüze (şifahi-sözel), sesli, görsel ve sanal iletişim şekillerini bir arada kullanma imkânına kavuşmuştur. Ve din için internet; hakikatin ilan edildiği yeni bir forumdur. Dini iletişimin gerçekleşmesi için internet, internet kullanıcıları tarafından etkin olarak kullanılmaktadır.

İnternetin dini içerik açısından kullanımını giderek artmaktadır. İnternet dini bilgi, etkileşim, haberleşme açısından önemli bir iletişim aracıdır. İnternet kullanıcıları, internet üzerinden dini bilgilenme konusunda dini içerikli sitelerden faydalanmaktadırlar. İnternet, İslam toplumunun sosyalleşmesi ve kültürlenmesine hizmet etmektedir. İnternet, dini gurupların amaçlarını, görüşlerini ve hizmetlerini gurup üyelerine iletmede kullanmış oldukları araçlardandır. İnternetin dindar bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri vardır. Tıpkı televizyon dindarlığı gibi internet dindarlığından ve hatta bir e-dindarlıktan bahsedilebilir.

#### *Kaynaklar*

Bunt, Gary R., *Dijital Çağda İslam*, Çev. Nil Erdoğan, İstanbul, Babil Yayınları, 2007,

Arslantürk, Zeki., Arslantürk, E.Hamit., *Uygulamalı Sosyal Araştırma*, İstanbul, Çamlıca Yayınları, 2010

Elena Larsen, Siber İnanç, “Amerikalılar Online Olarak Dini Nasıl Takip Ediyorlar” 23 Aralık 2001, [www.pewinternet.org](http://www.pewinternet.org),

<http://anket.marmara.edu.tr/v2/survey.php?sid=247>