

The Effects of Generation Z Youth's Social Media Use on Their Religious Learning¹

Sümeýra YAKUT

İnönü University, Malatya-Türkiye

Cemil ORUÇ

İnönü University, Malatya-Türkiye

Article History

Submitted:23.07.2024

Accepted: 26.04.2025

Published Online: 30.04.2025

Keywords

Religious Education
Generation Z
Religious Learning
Social Media



DOI:10.29129/inugse.1521032

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to examine the social media usage patterns of Generation Z youth and the effect of this usage on religious learning processes in terms of variables such as gender, age, grade level and duration of social media usage and to reveal the positive or negative effects of social media interactions on religious learning.

Design & Methodology: Explanatory sequential design was used in the research. The "Social Media Effect on Religious Learning Survey" was applied to 282 students studying in different types of high schools in the Kahta district of Adıyaman province. Semi-structured interviews were conducted with 28 students. Quantitative data were analyzed with t-test and ANOVA using the SPSS 25.0 program, and qualitative data were analyzed with the descriptive analysis method using the MAXQDA 2022 program.

Findings: According to the findings, it was determined that young people mostly interact on social media to communicate with their friends, spend time and have fun. The effect of social media use on religious learning did not show a significant difference according to gender, age and grade level ($p>.05$). While the majority of the participants stated that social media interactions negatively affected religious learning, some participants stated that they made positive contributions with accurate content.

Implications & Suggestions: The results of the study show that social media contains both risks and opportunities in the religious learning processes of young people. Information pollution, individualization tendencies and degeneration of religious values were determined as risk factors. On the other hand, it was revealed that social media can support religious learning when used reliably and consciously. As a result, it is recommended that media literacy education be strengthened so that young people can evaluate social media content from a critical perspective.

¹ This study is based on the master thesis completed by Sümeýra Yakut under the supervision Prof. Dr. Cemil Oruç entitled "The effects of social media use of generation Z youth on religious learning: A phenomenological research".

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini Öğrenmelerine Etkileri ²

SümeYra YAKUT

İnönü Üniversitesi, Malatya-Türkiye

Cemil ORUÇ

İnönü Üniversitesi, Malatya-Türkiye

Makale Geçmişi

Geliş: 23.07.2024

Kabul: 26.04.2025

Online Yayın: 30.04.2025

Anahtar Sözcükler

Din Eğitimi
Z Kuşağı
Dini Öğrenme
Sosyal Medya



DOI:10.29129/inujse.1521032

Öz

Amaç: Bu araştırmanın amacı, Z kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanım biçimlerini ve bu kullanımın dini öğrenme süreçlerine etkisini cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi ve sosyal medya kullanım süresi gibi değişkenler açısından incelemek ve sosyal medya etkileşimlerinin dini öğrenmeye olan olumlu veya olumsuz etkilerini ortaya koymaktır.

Yöntem: Araştırmada açıklayıcı sıralı desen kullanılmıştır. Adıyaman ili Kahta ilçesindeki farklı lise türlerinde öğrenim gören 282 öğrenciye "Sosyal Medyanın Dini Öğrenmelere Etkisi Anketi" uygulanmıştır. Ölçüt örnekleme yöntemiyle seçilen 28 öğrenciyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nicel veriler SPSS 25.0 programı kullanılarak t-testi ve ANOVA ile, nitel veriler ise MAXQDA 2022 programı ile betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir.

Bulgular: Elde edilen bulgulara göre gençlerin sosyal medyada en çok arkadaşlarıyla iletişim kurmak, zaman geçirmek ve eğlenmek amacıyla etkileşimde bulundukları belirlenmiştir. Sosyal medya kullanımının dini öğrenmeye etkisi cinsiyet, yaş ve sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($p>.05$). Katılımcıların çoğunluğu sosyal medya etkileşimlerinin dini öğrenmeyi olumsuz etkilediğini ifade ederken, bazı katılımcılar doğru içeriklerle olumlu katkı sağladığını belirtmiştir.

Sonuçlar ve Öneriler: Araştırmanın sonuçları, sosyal medyanın gençlerin dini öğrenme süreçlerinde hem riskler hem de fırsatlar barındırdığını göstermektedir. Bilgi kirliliği, bireyselleşme eğilimleri ve dini değerlere yönelik aşınmalar risk unsuru olarak belirlenmiştir. Buna karşılık, güvenilir ve bilinçli kullanımda sosyal medyanın dini öğrenmeye destek sağlayabileceği ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, gençlerin sosyal medya içeriklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilmeleri için medya okuryazarlığı eğitiminin güçlendirilmesi önerilmektedir.

² Bu çalışma Prof. Dr. Cemil Oruç danışmanlığında SümeYra Yakut tarafından tamamlanan "Z kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanımlarının dini öğrenmelerine etkileri: Fenomenolojik bir araştırma" başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

GİRİŞ

Hızla dijitalleşen dünyada sosyal medya platformları, bireylerin günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. 2023 yılı itibarıyla dünya genelinde sosyal medya kullanıcılarının sayısı 4,89 milyara ulaşmış ve bu rakam dünya nüfusunun %61'ini oluşturmaktadır (Global Digital Overview, 2025). Sosyal medya, her geçen gün yaygınlaşan ve insan hayatını etkileyen bir alan olarak, iletişim biçimlerini dönüştürdüğü gibi günlük yaşam pratiklerini de değiştirmektedir. Sosyal medyanın bireylerin ve toplumların üzerindeki bu derin etkisinin ortaya çıkarılması ve incelenmesi her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Öyle ki, başta insan ilişkileri olmak üzere pek çok dinamiği önemli ölçüde etkilemiş ve bir tür toplumsal paradigma değişimine yol açmıştır. Toplumda oluşan bu dijital tabanlı değişim aynı zamanda inanç sistemlerini de derinden etkisi altına almıştır.

Çocuklardan yetişkinlere kadar pek çok birey tarafından yoğun olarak kullanılan sosyal medya araçları insanların yaşam alışkanlıklarını ve dünyaya bakışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bununla birlikte inanç sistemleri, dünyayı algılama şekli, toplumsal ve kültürel öğeler bireyin maruz kaldığı veya bilinçli olarak karşılaştığı sosyal medya içerikleri ile şekil değiştirmekte ve dönüşmektedir. Toplumun her katmanında hissedilen bu dönüşüm dijital bir kültür yaratmıştır. Söz konusu kültür yapılanması giderek yayılmakta ve genişlemektedir (Kaya, 2022).

Sosyal medya, bireylerin yalnızca iletişim biçimlerini dönüştürmekle kalmayıp, öğrenme süreçleri üzerinde de güçlü etkiler yaratmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya aracılığıyla öğrenme süreçlerinin yeniden şekillenmesi, bilgiye erişim hızını artırırken, bireylerin bu bilgiyi nasıl işlediği ve değerlendirdiği konusunu da gündeme getirmektedir. Özellikle dijital çağda bireylerin geniş bilgi kaynaklarına anında ulaşabilmesi, bilgi edinme süreçlerini hızlandırırken, aynı zamanda bilgi kaynaklarının doğruluğu ve güvenilirliği konusunda çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu durum, bireylerin medya içeriklerini bilinçli bir şekilde değerlendirebilmesini ve eleştirel düşünebilmesini gerektirmektedir (Haqqi, & Harjanto, 2025; Nurfathiyah vd., 2025).

Z kuşağı olarak adlandırılan ve 1997-2012 yılları arasında doğan bireyler, dijital teknolojilerle büyümüş olmaları sebebiyle "dijital yerliler" olarak tanımlanmaktadır (Dimock, 2019). Van den Akker ve diğerleri (2017), Z kuşağını "metamodernizm kuşağı" olarak nitelendirmekte ve bu neslin, hızlı toplumsal değişimlerin bir sonucu olarak kurum ve organizasyonların dönüşümüne neden olan metamodernizmi bir kültürel fenomen olarak algıladığını belirtmektedir. Z kuşağı, medeniyetin önceki evrelerinin değerlerini sürdürmekle birlikte, modern çağın taleplerine uyum sağlayarak hem geçmişin hem de dijital çağın etkisiyle şekillenen bir "evrensel kültür simülasyonu" oluşturma eğilimindedir. Bu bağlamda, Z kuşağının tarihi ve kültürel mirası determinist bir çerçeveye bağlı kalmaksızın değerlendirdiği ve çağdaş kültürü çok yönlü bir şekilde ele aldığı gözlemlenmektedir. Sonuç olarak, Z kuşağı, metamodernizmin etkisiyle hem geçmişin hem de çağdaş kültürün değerlerini harmanlayan bir yaklaşımı benimsemekte ve bu durum, onların kültürel, sanatsal ve ahlaki tutumlarında belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir.

Haqqi ile Harjanto'nun (2025) çalışması, Z kuşağı üyelerinin klasik ve modern müzik ile görsel sanatların çeşitli tarzlarına karşı açık ve olumlu bir tutum sergilediklerini ortaya koymaktadır. Geleneksel yaklaşımların aksine bu nesil sanatı gençlik alt kültürleri açısından değerlendirmek yerine, onu geniş bir kültürel bilgi birikimi olarak kabul etmektedir. Ayrıca, farklı müzik ve görsel sanat tarzlarının destekçileri ile güzel sanatlar arasında geleneksel olarak gözlemlenen bölünmeler, Z kuşağı arasında pek yaygın değildir. Bu tutum, onların dijital ortamla iç içe olmaları ve bilgi tabanlı toplumun koşullarına uyum sağlama becerileriyle ilişkilendirilmektedir.

Bu kuşak, sosyal medyayı yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda bilgi edinme, eğlence ve sosyalleşme platformu olarak da aktif bir şekilde kullanmaktadır (Shokri vd., 2024). Z kuşağının sosyal medyada geçirdiği süre, onların zihin ve kalp dünyasını önemli ölçüde şekillendirmekte ve onların yaşamında önemli bir parametre haline gelmektedir. Öyle ki, günümüzde insanlar ayda 6.8 farklı sosyal medya platformunda çevrimiçi olmakta ve günde yaklaşık iki buçuk saat zaman geçirmektedir (GDO, 2025). Amerika'daki günlük sosyal medya kullanımını incelemek için yapılan bir anket çalışması sonucunda, sosyal medyanın yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiği ve ankete katılan kişilerin günlük sosyal medya kullanım süresinin ortalama 144 dakika olduğu görülmüştür. Bu süre yemek yemeye, sosyalleşmeye ve spor yapmaya ayrılan süreden daha fazladır (Lee vd., 2022). Sosyal medyanın bu kadar yoğun bir şekilde hayata dahil olması, yalnızca bireylerin günlük yaşam pratiklerini değil, aynı zamanda öğrenme ve eğitim süreçlerini de etkilemiştir.

Bilgi çağı olarak isimlendirilen 21. yüzyılda hızlı bir ilerleme ve gelişme gösteren teknoloji, öğrenmeyi olumlu yönlerden etkileme potansiyeline sahiptir. Teknolojiden ayrı bir biçimde düşünülemeyecek olan eğitimde, her geçen gün beklenti ve ihtiyaçlarda değişimler meydana gelmiştir. Bu beklentiler sonucunda öğretim faaliyetlerinde değişimler yaşanmıştır. Çeşitli öğrenme modelleri ortaya çıkmış, eğitim portalları ve sosyal medyanın eğitim alanına etkisinde artış görülmüştür. Bu durum eğitimin yapısının formalden informale geçişine sebep olmuştur (Ekici & Kırıyıcı, 2012; Akgündüz & Akınoğlu, 2017). Hızlı bir şekilde yaygınlaşan sosyal ağlar doğru bir biçimde kullanıldıkları zaman pedagojik olarak güçlü araçlar haline dönüşebilirler. Sosyal alanlar Vygotsky'nin belirttiği yakınsak gelişim alanına ortam hazırlar. Yakınsak gelişim alanında bir tetikleyicinin desteğiyle daha üst düzey öğrenmeler sağlanabilmektedir. Sosyal ağlar çocuklar için anneleri, babaları veya akranları gibi tetikleyici görevi görebilmektedir (Ferdig, 2007; Kaya vd., 2021).

Sosyal medya bilgi elde etmeyi çok kolay ve hızlı bir şekilde sağlaması itibarıyla her yaş grubundaki bireylere hitap etmektedir (Demir, 2019). Etki gücü ve ekonomik olması sebebiyle din eğitiminde kullanılması konusunda diğer öğretim araçlarına nazaran sosyal medyaya artan bir yönelimin olduğu görülmektedir (Gümüş, 2019). COVID-19 pandemisi sırasında sosyal medya, dini bilgilerin yayılması açısından önemli bir araç haline gelmiştir. Bu dönemde yapılan çalışmalar, sosyal medyanın dini öğrenmeyi hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilediğini göstermiştir. Örneğin, bir çalışmada (Choi vd., 2022) pandeminin ilk dönemlerinde sosyal medyanın dini topluluklar arasında bir bağ kurma aracı olarak kullanıldığı, ancak aynı zamanda yanlış bilgilerin yayılmasına da neden olduğu görülmüştür. Bu durum, sosyal medyanın doğru ve bilinçli kullanımının önemini ortaya koymaktadır.

2022 yılında yapılan bir çalışmada, Z kuşağının %75'inin sosyal medyayı birincil bilgi kaynağı olarak kullandığı belirtilmiştir (Smith & Duggan, 2022). Bu durum, sosyal medyanın Z kuşağı üzerindeki etkisini anlamayı önemli hale getirmektedir. Ancak, bu platformların sunduğu bilgi kaynaklarının doğruluğu ve güvenilirliği konusundaki sorunlar, gençlerin bilgi edinme süreçlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Özellikle dini bilgi gibi kritik önem arz eden konularda, sosyal medyada yer alan içeriklerin kaynağı sorgulanmaksızın kabul edilmesi, öğrenme süreçlerinde yüzeyselliğe yol açmaktadır. 2023 yılında yapılan bir araştırma, sosyal medyada paylaşılan dini içeriklerin %40'ının doğruluğunun şüpheli olduğunu ortaya koymuştur (Akhyar vd., 2025).

Türkiye'de gençlerin deizme karşı algı ve tutumlarını anlamak amacıyla yapılan bir çalışmada; genelde teknolojinin özelde ise sosyal medyanın gençleri olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Z kuşağı gençlerinin diğer kuşaklara oranla çevredeki uyarıcılar sebebiyle daha büyük sorunlar yaşadığı, ebeveynlerinin kendi gençlik dönemleriyle yola çıkarak karşılaştırmalar yaptıkları görülmüştür. Gençliğin ilk yıllarında, sosyal medyanın dini bilgi edinme sürecinde etkili kaynaklardan biri olduğu gözlemlenmiş

ve bunun deizmin yaygınlaşmasına katkıda bulunabileceği ileri sürülmüştür. Dönemin ilerleyen evrelerinde bireylerin inançlarında değişimler yaşandığına dair bulgular elde edilmiştir (Ermiş, 2019).

Sosyal medya, her geçen gün gençler arasında daha popüler bir kanal haline gelmektedir. Sosyal medyanın doğru ve etkili bir biçimde kullanılması gençlerin dini öğrenmelerinde olumlu etkilere sahiptir. Dini paylaşım yapan bireylerin takipçilerinin ihtiyaç ve ilgilerine yönelik içerikler paylaşılması ile bu bireylerin manevi sorunlarına çözüm sunabilmesi gençlerin dine karşı ilgilerinin artmasına katkı sağlamaktadır (Bocala-Wiedemann, 2022). Her açıdan gelişime ve değişime açık olan bu kişilerin eylem ve davranışlarına olan etkisi açısından sosyal medya büyük bir öneme sahiptir. Çünkü sosyal medya artan bilgi ihtiyacını tatmin edici içerikler üretmeye başlamış ve bu yönüyle eğitimin yaygınlaşmasında önemli bir aktör durumuna gelmiştir (Vrabec vd., 2013). Sosyal medya ile gençlerin etkileşimini din eğitimi açısından değerlendirmek literatüre katkı sağlayacaktır (Turanalp, 2016). Günümüzde dijitalleşmenin ve sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkisi giderek artarken, bu durum din eğitimi bağlamında yeterince incelenmemiştir. Özellikle gençlerin dini bilgiyi edinme, yorumlama ve uygulama biçimleri sosyal medya ortamlarında önemli değişimlere uğramaktadır. Ancak, bu değişimin olumlu ve olumsuz yönleri hakkında literatürde sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışma, sosyal medyanın dijital çağda gençlerin dini öğrenme süreçlerini nasıl şekillendirdiğini, bu etkileşimin gençlerin dini kimlik gelişimine olan etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarında yayılan dini içeriklerin doğruluğu ve gençler üzerindeki etkisi, akademik olarak yeterince ele alınmamış bir alan olup, bu çalışmayla bu boşluğun doldurulması hedeflenmektedir.

Sosyal medyanın Z kuşağı gençlerinin dini öğrenmelerine etkisini inceleyen bu çalışmanın temel problemi “Z kuşağı gençlerinin sosyal medyayı algılama şekilleri nasıldır ve bu algılama biçimlerinin dini öğrenmeye ne tür bir etkisi vardır?” şeklinde belirlenmiştir. Bu çerçevede aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır.

Araştırmanın Nicel Boyutuna İlişkin Alt Problemler

1. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya üzerinden gerçekleşen etkileşimlerinin amaçlarına ilişkin görüşlerinin dağılımı nasıldır?
2. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya üzerinden gerçekleşen etkileşimlerinin, dini öğrenmelere etkisine ilişkin görüşleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
3. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya üzerinden gerçekleşen etkileşimlerinin, dini öğrenmelere etkisine ilişkin görüşleri yaşa göre farklılık göstermekte midir?
4. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya üzerinden gerçekleşen etkileşimlerinin, dini öğrenmelerine etkisine ilişkin görüşlerinin dağılımı nasıldır?
5. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanım süreleri ile gerçekleştirdikleri etkileşimlerin, dini öğrenmelerine etkilerine ilişkin görüşleri anlamlı mıdır?

Araştırmanın Nitel Boyutuna İlişkin Alt Problemler

1. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya üzerinden etkileşim kurma amaçları nelerdir?
2. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya üzerinden kurdukları etkileşimleri, dini öğrenmelerine ne tür etkilerde bulunmaktadır?

YÖNTEM

Desen

Bu araştırmada Creswell'in (2021) sunduğu karma yöntem desenlerinden açıklayıcı sıralı desen kullanılmıştır. Karma yöntem, araştırma problemini çok boyutlu bir şekilde ele almak ve daha derinlemesine bir anlayış geliştirmek amacıyla, nicel verilerin sağladığı genel eğilimler ile nitel verilerin sunduğu derinlemesine içgörüyü birleştirir (Creswell, 2013). Pragmatist felsefe doğrultusunda, bu yöntem farklı veri türlerini bütünleştirerek daha kapsamlı sonuçlara ulaşmayı mümkün kılar.

Bu yöntemin tercih edilmesinin temel nedenleri arasında, veri çeşitliliği, tamamlayıcılık ve geliştirme yer almaktadır. Veri çeşitliliği, farklı yöntemlerle elde edilen sonuçların karşılaştırılmasını; tamamlayıcılık, bu sonuçların daha detaylı açıklanmasını; geliştirme ise, bir yöntemin diğerini yönlendirmesini sağlar (Plano vd., 2023). Araştırmanın ilk aşamasında nicel bir çalışma yapılarak, betimsel tarama ve ilişkisel tarama desenlerinden nedensel karşılaştırma ve korelasyonel desen kullanılmıştır.

Çalışmanın ikinci aşamasında nitel bir çalışma yapılarak farkında olunduğu halde hakkında derinlemesine bir anlayışa sahip olunmayan olgulara, birkaç kişinin deneyimlerinin ortak anlamını tanımlayan olgubilim araştırma deseni kullanılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2013). Olgubilim deseninde "bireysel deneyimlerin oluşturduğu bakış açısı" çalışmanın başlangıç noktası olarak kabul edilir (Saban & Ersoy, 2019, s. 83). Bu araştırma kapsamında Z kuşağı gençlerinin sosyal medya ile etkileşimleri bir olgu olarak alınmış ve bu etkileşim sonucunda gerçekleşen öğrenmelerin gençlerin dini öğrenmelerine etkileri incelenmiştir.

Evren, Örneklem ve Katılımcılar

Araştırmanın evrenini, Aralık 2021 itibarıyla Kahta ilçesinde öğrenim gören 30.425 öğrenci oluşturmaktadır. Ancak, tüm öğrencilere ulaşmak zaman ve imkân açısından zor olduğundan, örneklem alma yoluna gidilmiştir. Araştırmada tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak, okullar belirli kriterlere göre tabakalara ayrılmış ve her tabakadan rastgele örnekleme yöntemiyle öğrenciler seçilmiştir. Örneklem olarak Cohen, Manion, Morrison'un (2007) hazırladığı Örneklem Hesaplama Tablosu'na göre %90 güven aralığında belirlenmiştir (Kahta İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, 2021).

Tablo 1

Örneklem Büyüklüğü-Güven Aralıkları

Evren (N)	Örneklem (n) (%90 güven seviyesi)	Örneklem (n) (%95 güven seviyesi)	Örneklem (n) (%99 güven seviyesi)
100	73	79	87
500	176	217	285
1000	214	278	399
10.000	265	370	622
30.000	270	379	649
50.000	271	381	655
150.000	272	383	661
200.000	272	383	661

(Cohen, Manion, & Morrison, 2007, s. 104)

Araştırmanın ilk aşamasında veri toplama aracının ön uygulama formu 334 öğrenciye uygulanmış ve eksik ya da yanlış doldurulan formlar çıkarılmıştır. Kalan 282 kişiden elde edilen veriler analiz edilerek aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 2
Cinsiyet, Yaş ve Sınıf Seviyesine göre Frekanslar

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
<i>Cinsiyete göre</i>	Kadın	171	60,6	60,6	60,6
	Erkek	111	39,4	39,4	100,0
	Toplam	282	100,0	100,0	
<i>Yaşa</i>	13-15	111	39,4	39,4	39,4
	16-18	171	60,6	60,6	100,0
	Toplam	282	100,0	100,0	
<i>Sınıf seviyesine</i>	9	76	27,0	27,0	27,0
	10	62	21,9	22,0	48,9
	11	45	16,0	16,0	64,9
	12	99	35,1	35,1	100,0
	Toplam	282	100,0	100,0	

Araştırmanın nitel boyutunda katılımcılar, nicel bir çalışmanın bulgularını detaylandırmak amacıyla (Büyüköztürk vd., 2020) amaçlı örnekleme yöntemlerinden, ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Katılımcıların Z kuşağına mensup olmaları, sosyal medya ile etkileşim içerisinde olmaları ve araştırmaya katılmaya gönüllü olmaları temel ölçütlerdir (Creswell, 2013). Araştırmanın katılımcıları, Adıyaman ilinin Kahta ilçesinden sosyal medyada etkileşim kuran, araştırmaya katılmaya gönüllü olan 6 farklı liseden, 28 öğrenciden oluşmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada, açıklayıcı desen (Büyüköztürk, vd., 2020) kullanılmıştır. Bu bağlamda, öncelikle nicel verilerin toplanması ve analiz edilmesi, ardından elde edilen bulgulara dayalı olarak derinlemesine nitel verilerin toplanması ve analiz edilmesi hedeflenmiştir. Nicel verilerin toplanması amacıyla “Sosyal Medyanın Z Kuşağı Gençlerinin Dini Öğrenmelerine Etkisi Anketi (DÖA)” geliştirilmiştir. Anketin geliştirilme sürecinde, öncelikle literatür taraması yapılmış ve bu doğrultuda sorulması gereken sorular belirlenmiştir. Daha sonra, alan uzmanlarının görüşleri alınarak soruların kapsam geçerliği değerlendirilmiştir. Geliştirilen anket, pilot uygulama ile test edilmiş ve gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Anket maddeleri, yanıtlayıcıların görüşlerini dereceli bir biçimde ifade edebilmelerine olanak sağlamak amacıyla “Kesinlikle katılmıyorum, Katılmıyorum, Kısmen katılıyorum, Katılıyorum, Kesinlikle katılıyorum” biçiminde 5’li Likert ölçeği şeklinde yapılandırılmıştır. Veriler, Aralık 2021’de Google Formlar aracılığıyla çevrimiçi olarak toplanmıştır. Toplanan veriler Excel formatına dönüştürülmüş ve SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu araştırmanın nitel boyutu, bireylerin belirli bir olguya ilişkin kişisel deneyimlerini ve bu olguyu nasıl anlamlandırdıklarını derinlemesine incelemeyi amaçlayan fenomenolojik desen çerçevesinde yürütülmüştür. Fenomenolojik desen, katılımcıların yaşantılarına dayalı anlamların ortaya çıkarılmasını hedefleyen bir nitel araştırma yaklaşımıdır. Araştırmada, sosyal medya kullanımı ölçüt olarak belirlenmiş ve veri çeşitliliğini sağlamak amacıyla farklı lise türlerinden (Fen Lisesi, Anadolu Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Proje İmam Hatip Lisesi, Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi ve Erkek Anadolu İmam Hatip Lisesi) katılımcılar seçilmiştir.

Nitel verilerin toplanması amacıyla, nicel verilerden elde edilen bulgular ve literatür taramasında ortaya çıkan kavramlar temel alınarak yarı yapılandırılmış görüşme formları hazırlanmıştır. Görüşme formunda yer alacak sorular, literatürden ve nicel analiz sonuçlarından elde edilen temalar doğrultusunda tasarlanmıştır. Taslak form, alan uzmanlarının görüşüne sunulmuş; uzmanlardan alınan geri bildirimler doğrultusunda kapsam geçerliği sağlanarak sorulara son şekli verilmiştir.

Araştırma, 12 haftalık bir program çerçevesinde yürütülmüştür. İlk aşamada, katılımcılarla tanışma ve kişisel bilgilerin yer aldığı bir formun doldurulması sağlanmıştır. İkinci aşamada ise görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sırasında katılımcıların samimi cevaplar verebilmesi için yönlendirmelerden ve yorum yapmaktan özenle kaçınılmıştır. Görüşmeler, her bir katılımcıyla iki kez gerçekleştirilmiş ve her biri yaklaşık 20-25 dakika sürmüştür. İlk görüşmede katılımcılarla güven ilişkisi kurulması hedeflenmiş, çalışmaya esas olan sorulara ikinci görüşmede geçilmiştir. Veri toplama sürecinde, görüşmeler ses kaydı alınarak kaydedilmiş ve görüşme sonunda kayıtlar katılımcılara dinletilmiştir. Katılımcıların istemedikleri bölümler belirlenmiş ve bu kısımlar çalışmaya dâhil edilmemiştir.

Görüşmelerden elde edilen ses kayıtları, Microsoft Word programı ile yazılı metin haline dönüştürülmüş ve veriler analiz için hazır hale getirilmiştir. Verilerin analizi, fenomenolojik desenin gerektirdiği şekilde MAXQDA-2022 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analiz sürecinde, katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar önce kodlanmış, ardından oluşturulan kodlar kategorize edilmiştir. Bu kategorilerden hareketle temalar oluşturulmuş ve katılımcıların deneyimlerini anlamlandırmaya yönelik betimlemeler yapılmıştır. Çalışmanın sonraki aşamasında ise bu temalar ve betimlemeler yorumlanarak bulgular ve sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırma sürecinde, nitel araştırma yöntemlerinin güvenilirliğini sağlamak amacıyla çeşitli stratejiler uygulanmıştır. Verilerin toplanması sırasında katılımcılarla güven ilişkisi kurulmuş ve onların görüşlerini özgürce ifade etmeleri sağlanmıştır. Ayrıca, katılımcılardan alınan ses kayıtlarının doğruluğu kontrol edilmiş ve onayları alınmıştır. Etik ilkeler doğrultusunda, katılımcıların mahremiyetine özen gösterilmiş ve veriler yalnızca bu araştırma kapsamında kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

148

Araştırmanın nicel bölümünde veriler analiz edilirken veri toplama aracının birinci bölümünde yer alan bağımsız değişkenler için frekans, aritmetik ortalama, standart sapma, yüzdelik oran hesaplamaları yapılmıştır. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan maddelere verdikleri yanıtların kişisel bilgilerle ilgili değişkenlere göre (eğitim türü, cinsiyet, alan ve yaş) farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için t-testi ve anova testi uygulanmıştır. Verilerin istatistiksel analizinde hata payı olarak üst sınır 0.05 kabul edilmiştir.

Tablo 3

Anket ortalamaları

N	Min	Max	M	ss	Basıklık	Çarpıklık
282	1	5	2,78	,036	,289	-,600

Parametrik testler için ön gereklilik olan normallik testi uygulanmıştır. Normallik testi için Çarpıklık ve Basıklık değerlerine bakılmış Çarpıklık değeri -,600 ile ,145 arasında Basıklık değeri ise -,143 ile ,289 arasında değiştiği görülmüştür. Basıklık ve Çarpıklık değerlerinin -1 ile +1 değerleri arasında olması verilerin normal bir dağılıma sahip olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2021). Uygulanan ankete verilen cevaplardan ortaya çıkan en düşük puan 1; en yüksek puan ise 5 olarak hesaplanmış ve alınan cevaplara ilişkin ortalama puanın 2,78 olduğu görülmüştür.

Veri toplama aracının geçerlik çalışması faktör analizi ile yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett küresellik testi (BKT) uygulanarak incelenmiştir. Veri

toplama aracının KMO sonucunun 0,812 BKT sonucunun ise 1606,087 olduğu görülmüş, KMO değeri $0,812 > 0,60$ olması ile veriler faktör analizi için yeterli görülmüştür. Verilerin faktör analizine uygun olduğunun görülmesinin ardından temel faktörleri belirlemek amacıyla veriler açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Açımlayıcı faktör analizinden 2 faktör elde edilmiştir. Bu faktörlerin varyansın %41,670'inde toplandığı görülmüş ve bu sonuçlar veri toplama aracının geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir. Anketle ait faktör tablosu ve faktörlere ait maddeler ise aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4
Faktör Analizi

	KMO	BKT	F	P	CAK
DÖA	,812	1606,087	282	,000	,761

Tablo 5
Faktörler Yükleri

Maddeler	Boyut1	Boyut2
TA14	,880	
TA16	,834	
TA15	,827	
TA13	,764	
TA2	,618	
TA3	,569	
TA4	,556	
TA12	,477	
TA17	,353	
TA6		,751
TA10		,741
TA5		,617
TA8		,550
TA11		,510
TA7		,492
TA9		,486
TA1		

Çalışmanın nitel verileri analiz edilirken; elde edilen verilerin daha önceden belirlenen temalara göre yorumlandığı, verilerin temalara göre düzenlenebildiği, görüşme sonrasında elde edilen verileri çarpıcı bir şekilde yansıtmak için doğrudan alıntılarının sıklıkla kullanıldığı bir analiz tekniği olan betimsel analiz kullanılmıştır. Bu amaçla görüşmelerde elde edilen veriler önce kodlanmış ardından kodlar bir araya getirilerek temaların ortaya konulması ile betimsel analiz yapılmıştır. Analize ait tabloya aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 6
Verilerin Analizi

Tema	Kategori	Kod
Sosyal Medya	Sosyal Medyada Etkileşim Kurma Nedenleri	Video izlemek, Sosyalleşmek...
	Paylaşım Yapma, Beğeni veya Yorum Yapma Sebepleri	Popüler olmak, Beğenilmek...
	Etkileşim Kurulan Kişilerin Özellikleri	Bilgili olma, Samimiyet...
	Sosyal Medyada Kurulan Etkileşimin Sınıftaki Arkadaşlığa Etkisi	Daha samimi oluruz, Etkilemez...
	Sosyal Medya Metaforları	Ayna, Gezegen...
	Kendi Sosyal Medya Sayfalarına İlişkin Metaforları	Aslan, Baykuş...
	Ailelerin Hoşuna Gitmeyen Paylaşımlara Tepkileri	Tepki gösterirler, Uyarırlar...
	Sosyal Medyada Kurulan Etkileşimin Diğer Durumlara Etkisi	Olumlu etkiler/ Etkilemez, Olumsuz etkiler.
Fenomenler ile Paylaşımlarının Etkileri	Fenomenlerin Kişilerin Kararlarının Değişmesine Etkileri	Etkiler, Duruma göre değişir...
	Karşılaşılan Uygunsuz Paylaşımların Hissettikleri	Midem bulanır, Kötü hissederim...
	Dini Paylaşım Yapan Kişilerin Etkileri	Olumlu etkiler, Kişiye göre değişir...
	Dini Paylaşımların Etkileri	Huzurlu hissederim...
	Diğer Sosyal Medya Kullanıcılarının Dini Tutumlarına Tepkiler	İmrenirim, Kötü durumda olanlara üzülürüm
Sosyal Medya ve Dini Öğrenme	Sosyal Medyanın Dini Öğrenmelere Etkileri	Olumlu, Olumsuz...

Araştırmada katılımcıların gerçek isimleri yerine kodlamalar yapılmış “K.” kısaltması kullanılarak isimlendirilmişlerdir. Görüşmelerden elde edilen veriler yorumlanırken doğrudan alıntılar ile desteklenmiştir.

Geçerlik ve Güvenirlik

Nicel bölümde geçerliği sağlamak için örneklem grubunu oluşturan bireyler seçkisiz olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan gençler Adıyaman ilinin Kahta ilçesinden benzer sosyokültürel çevrelerindendirler. Veri toplama aracının kapsam geçerliğini sağlamak amacıyla hazırlanan sorular uzman görüşüne sunulmuş verilerin faktör analizine uygunluğu ise KMO, BKT ile incelenmiştir. Ayrıca anket maddeleri üzerinde açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Güvenirliği sağlamak amacıyla örneklem grubu homojen olarak seçilmiş sorular açık ve anlaşılır olarak hazırlanmıştır. Anketi doldururken kişilerin kendilerini rahat ve güvende hissetmesini sağlamak için maddelerin üst kısmında kısa bir bilgilendirici metne yer verilmiştir. Anket maddeleri üzerinde Cronbach Alpha değeri ile anket maddeleri üzerinde parametrik testlerin yapıp yapılamayacağını belirlemek amacıyla normallik testi için Skewness ve Kurtosis değerleri hesaplanmıştır.

Nitel araştırmada geçerlik yerine kullanılan inandırıcılığı sağlamak amacıyla, verilerin elde edilme aşamaları detaylı olarak açıklanmıştır. Araştırmacının araştırmadaki yansızlığı ile yönlendirmelerde bulunmadığı ifade edilmiştir. Katılımcılar ile ilgili betimsel bilgiler tam olarak ifade edilmiş ve araştırma süreci ayrıntılı bir şekilde ortaya konmuştur. Veriler yorumlanırken doğrudan alıntılardan yararlanılmış tablolar ile desteklenmiştir.

Katılımcıların kaygısını en aza indirgeyerek samimi cevaplar vermelerini sağlamak amacıyla ölçümlerin araştırma amacıyla yapıldığı, isimlerinin kodlanması ile görüşmelerden elde edilen verilerin gizli tutulacağı ifade edilmiştir. Veriler ses kaydı yöntemi ile kayıt altına alınmış katılımcılara, görüşme sonrasında ses kayıtlarının kendilerine dinletileceği ve istemedikleri bölümlerin çalışmaya eklenmeyeceği belirtilmiştir. Verilerin inandırıcılığını sağlamak için birden çok kaynaktan veri teyidi gerçekleştirilmiştir.

Her bir öğrenciyle ikişer kez görüşülmüştür. Katılımcılardan görüşme formunu doldurmaları istenerek görüşlerini daha rahat ve serbest bir biçimde ifade etmeleri sağlanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular literatüre dayandırılarak tartışılmış ve sonuçların büyük oranda örtüştüğü tespit edilmiştir.

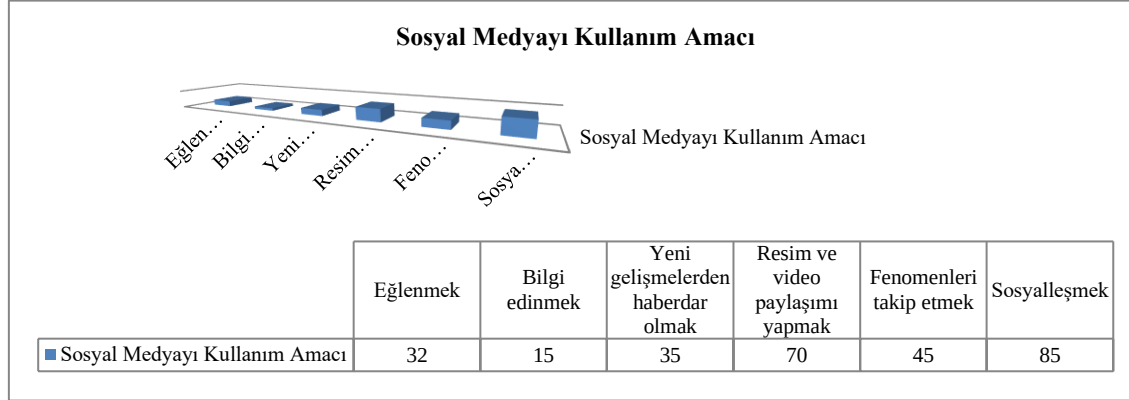
BULGULAR

Araştırmanın Nicel Boyutunun Alt Problemine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Üzerinden Gerçekleşen Etkileşimlerinin Amaçlarına İlişkin Görüşleri

Tablo 7

Gençlerin Sosyal Medyayı Kullanma Amaçları



Tablo 7’deki veriler incelendiğinde gençlerin sosyal medyada etkileşim kurma amaçlarına ilişkin olarak “Sosyalleşmek” (%30), “Resim ve video paylaşımı yapmak” (%25), “Fenomenleri takip etmek” (%16), “Yeni gelişmelerden haberdar olmak” (%13), “Eğlenmek” (%11), “Bilgi edinmek” (%5) sonuçlarına ulaşılmıştır.

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Üzerinden Gerçekleşen Etkileşimlerinin, Dini Öğrenmelere Etkisine İlişkin Görüşlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

Tablo 8

t-testi sonuçları

	Gruplar	N	X	Ss	sd	P	t	T
DÖA	Kadın	171	2,81	,537	,280	,219	1,231	3,483
	Erkek	111	2,72	,706				3,475

Tablo 8’deki veriler incelendiğinde sosyal medyanın Z kuşağı gençlerinin dini öğrenmelerine etkisinde, öğrenciler arasında cinsiyete göre anlamlı bir fark göstermemektedir ($p>.05$).

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Üzerinden Gerçekleşen Etkileşimlerinin, Dini Öğrenmelere Etkisine İlişkin Görüşlerinin Sınıf ve Yaş Değişkenine Göre Dağılımı

Tablo 9

Sınıf Seviyesine Göre Anova Testi

Sınıf Seviyesi	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P	Anlamlılık
9	76	2,89	,478	Grup arası	1,664	3	,555	1,502	,214	
10	62	2,73	,634	Grup içi	102,665	278	,369			
11	45	2,81	,593	Toplam	104,329	281				
12	99	2,71	,682							
Toplam	282	2,78	,609							

Tablo 9'e göre, katılımcıların sosyal medyanın dini öğrenmelerine etkisine yönelik algıları sınıf seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F=,657$; $p>.05$).

Tablo 10

Yaş göre Anova testi

Sınıf Seviyesi	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P	Anlamlılık
13-15	111	2,85	,534	Grup içi	,915	1	,915			
16-18	171	,2,73	,651	Grup dışı	103,414	280	,369			
				Toplam	104,329	281		2,479	,117	
Toplam	282	2,78	,609							

Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların sosyal medyanın dini öğrenmelerine etkisine yönelik algıları yaş seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F=0,44$; $p>.05$).

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Üzerinden Gerçekleşen Etkileşimlerinin, Dini Öğrenmelerine Etkisine İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

Tablo 11

Gençlerin Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Görüşleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kısmen Katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. Sosyal medya araçlarını dini hassasiyete uygun olarak kullanırım.	47	16,66	56	19,85	32	11,34	87	30,85	60	21,2	282	100
2. Sosyal mecralarda dini olarak sakıncalı durumlarla karşılaşırım.	49	17,37	30	10,63	28	9,92	112	39,71	63	22,3	282	100
3. İnternet tabanlı platformlar dini düşüncelerime zarar verir.	68	24,11	70	24,82	41	14,53	40	14,18	63	22,3	282	100
4. Sosyal medyada alkol ve madde kullanan insanların çok mutlu görünmesinden etkilenirim.	141	50	70	24,8	23	8,15	26	9,21	22	7,80	282	100
5. Sosyal medyada karşılaştığım cinsellik ve şiddet unsurları ilgimi çeker.	159	56,38	60	21,27	25	8,86	22	7,80	16	5,67	282	100

Yukarıda belirtilen veriler doğrultusunda araştırmaya katılan 282 katılımcının sosyal medya kullanım süreleri ile gerçekleştirdikleri etkileşimlerin, dini öğrenmelerine etkilerine ilişkin görüşleri ele alındığında; “Sosyal medya araçlarını dini hassasiyete uygun olarak kullanırım” ile “Sosyal mecralarda dini olarak sakıncalı durumlarla karşılaşırım” sorularına katılımcıların %50’sinden fazlası katılıyorum yanıtını vermiştir. “İnternet tabanlı platformlar dini düşüncelerime zarar verir” ifadesinde ise bu alanların gençlerin dini öğrenmelerine olumsuz etkileri olduğu görülmüştür. “Sosyal medyada alkol ve madde kullanan insanların çok mutlu görünmesinden etkilenirim” ile “Sosyal medyada karşılaştığım cinsellik ve şiddet unsurları ilgimi çeker” ifadelerine gençlerin büyük çoğunluğunun katılmadığı ancak karşılaştıkları olumsuz durumlardan etkilenenlerin sayısının her iki ifade içinde %20’den fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Kullanım Süreleri ile Gerçekleştirdikleri Etkileşimlerin, Dini Öğrenmelerine Etkilerine İlişkin Görüşleri

Tablo 12

Gençlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Dini Öğrenmelerine Etkisine İlişkin Görüşleri

Etkileşim Kurma Amaçları	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kısmen Katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. İlgimi çeken durumları uygulamak isterim.	104	36,87	62	21,98	50	17,73	40	14,18	26	9,21	282	100
2. İlgimi çeken bu durumları dini kurallar sebebiyle uygulayamamam beni isyana sevk eder.	120	42,55	61	21,63	28	9,92	33	11,7	40	14,18	282	100
3. Sosyal medya fenomenlerinin lüks yaşamını gördükçe hayatımı beğenmeyerek isyan ederim.	130	46,09	59	20,92	39	13,82	24	8,51	30	10,63	282	100
4. Sosyal medyada arkadaşlarımla gıybet etmek beni çok mutlu eder.	124	43,97	72	25,53	37	13,12	25	8,86	24	8,51	282	100
5. Sosyal medya platformlarına konu olan aile yapısının dinimizin belirlemiş olduğu aile profiline uygun olmadığını düşünürüm.	58	20,56	32	11,34	66	23,40	44	15,6	82	29,07	282	100

Bu veriler doğrultusunda araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri ile gerçekleştirdikleri etkileşimlerin, dini öğrenmelerine etkilerine ilişkin görüşleri ele alındığında; “İlgimi çeken durumları uygulamak isterim”, “İlgimi çeken bu durumları dini kurallar sebebiyle uygulayamamam beni isyana sevk eder”, “Sosyal medya fenomenlerinin lüks yaşamını gördükçe hayatımı beğenmeyerek isyan ederim”, “Sosyal medyada arkadaşlarımla gıybet etmek beni çok mutlu eder” ifadelerine “kesinlikle katılmıyorum” cevabının sıklıkla verildiği görülmüştür. Ancak “kesinlikle katılıyorum” cevabını verenlerin oranının ise %17,9 olduğu sonucuna varılmıştır. “Sosyal medya platformlarına konu olan aile yapısının dinimizin belirlemiş olduğu aile profiline uygun olmadığını düşünürüm” ifadesine verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların 82’si (%29,07) “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermişlerdir ve bu oran oldukça yüksektir.

Araştırmanın Nitel Boyutuna İlişkin Sonuçlar

Araştırmanın Nitel Boyutunun Birinci Alt Problemine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Üzerinden Etkileşim Kurma Amaçları

Tablo 13
Sosyal Medyada Etkileşim Kurma Nedenleri

Kodlar	Katılımcılar	Katılımcı Sayısı
Zamanımı eğlenceli geçirmek	K7, K10, K11, K21, K23, K25	6
Video izlemek	K20, K23	2
Fenomenleri takip etmek	K20	1
Haberleri takip etmek	K19, K21	2
Çağa uyum sağlamak	K17	1
Sosyal medyaya renk katmak	K16	1
Mağdur kişilere yardım	K15	1
İlgi	K13, K20	2
Can sıkıntısı	K12	1
Ailemle görüntülü görüşme	K10, K26	2
Merak	K8, K19, K21	3
Yeni dünyalar keşfetmek	K7	1
Derslerimde yardımcı kaynak olarak	K.3, K.14, K22, K28	4
Fotoğraf ve video paylaşımı	K2, K4, K8, K10, K27	5
Zaman geçirmek	K1, K18	2
Sosyalleşmek	K4, K9, K13, K18	4
Arkadaşlar ile iletişim kurma	K1, K2, K4, K5, K6, K9, K10, K11, K18, K20, K21, K22, K23, K24, K25, K26, K27, K28	18

Sosyal medyada etkileşim kurma kategorisine ilişkin oluşturulan kodların başında “arkadaşlarım ile iletişim kurma” gelmektedir. Bu bulguya göre öğrenciler, sosyal medyada etkileşim kurma yoluyla arkadaşlarının okul dışındaki hayatlarını takip etmek ve bu sayede arkadaşları ile iletişimlerini kuvvetlendirmek, daha samimi olmak, arkadaşlarının beğenilerini, paylaşımlarını görerek hayatlarına ilişkin merak duygularını gidermek amacıyla etkileşim kurduklarını belirtmişlerdir. Buna ilişkin katılımcılardan biri (K6) şunları ifade etmiştir:

K6: Arkadaşlarım ile iletişimin kesilmemesi için kullanıyorum. Okulu bitirip birbirimizden ayrıldığımız zaman numaralarımıza ulaşmada zorluk yaşasak dahi sosyal medyadaki iletişimimizin süreceğine inandığım için kullanıyorum.

Araştırmaya katılan gençlerin, sosyal medyada etkileşim kurma kategorisine ilişkin oluşturulan kodlar arasında “zamanımı eğlenceli geçirmek” bulunmaktadır. Bu bulguya göre öğrenciler sosyal medyada eğlenceli paylaşımlarda bulunmak, çeşitli videolar izleyerek mutlu olmak amacıyla etkileşim kurduklarını belirtmişlerdir. Bir tür etkileşim terapisi olarak değerlendirilen bu kodun, öğrenciler açısından oldukça keyifli ve eğlenceli olduğu için sıklıkla tercih edildiği görülmektedir. Söz konusu koda ilişkin bir katılımcı görüşü şu şekildedir:

K23.: Eğlenmek için, ilgimi çeken videoları izlemek ve arkadaşlarım ile iletişim halinde olabilmek için kullanıyorum

Araştırmaya katılan gençlerin, sosyal medyada etkileşim kurma nedenlerine ilişkin belirtmiş oldukları bir diğer kod ise “fotoğraf ve video paylaşımı” olarak tespit edilmiştir. Öğrenciler kendi kişisel yaşamlarını ve rutin alışkanlıklarını ve bazı değişikliklerini görüntü olarak arkadaşları ile paylaşmakta ve bu paylaşımlar aracılığıyla kendisini topluma ve çevreye açtığını düşünmektedir. Söz konusu koda göre katılımcılardan (K2) biri şunları ifade etmiştir:

K2: Arkadaşlarım ile iletişim kurmak ve fotoğraf ve video paylaşımında bulunmak için kullanıyorum.

Katılımcıların, sosyal medyada etkileşim kurma nedenlerine ilişkin belirtmiş oldukları diğer ifadeler ise; video izlemek, fenomenleri takip etmek, haberleri takip etmek, çağa uyum sağlamak, sosyal medyaya renk katmak, mağdur kişilere yardım, ilgi, can sıkıntısı, ailemle görüntülü görüşme, merak, yeni dünyalar keşfetmek, derslerimde yardımcı kaynak olarak, zaman geçirmek, sosyalleşmek amacı ile ilgilidir. Görüşme sorularına ilişkin verilen cevapların her birinin tekrarlanma sıklığı çok az olduğundan bu ifadelerin değerlendirilmesi bir arada yapılmıştır. Buna göre öğrenciler dünyadan haberdar olabilmek, sevdikleri ünlü kişileri takip etmek, dizi fragmanları ile kısa videoları izlemek, ilgilerini çeken durumlar ile ilgili bilgiler edinmek, sınavlarına yönelik olarak faydalı olabileceğini düşündükleri bilgilere erişmek vb. nedenlerle sosyal medyada aktif bir etkileşim ağı yarattıklarını ifade etmişlerdir. Bu düşünce kümesine ait bazı katılımcı görüşleri şöyledir:

K8: Paylaşımında bulunmak, merak ettiğim şeyler hakkındaki bilgilere ulaşmak amacıyla kullanıyorum.

K13: İlgi duyduğum paylaşımlara ulaşmak ve sosyalleşmek için kullanıyorum.

K14: Arkadaşlarım ile dersler ile ilgili bilgileri paylaşmak amacıyla kullanıyorum.

Araştırmanın Nitel Boyutunun İkinci Alt Problemine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Z Kuşağı Gençlerinin Sosyal Medya Üzerinden Kurdukları Etkileşimin Dini Öğrenmelerine Etkileri

Tablo 14

Sosyal Medyanın Dini Öğrenmelere Etkileri

Kodlar	Katılımcılar	Katılımcı Sayısı
Olumlu	K18, K23, K28	3
Değişken	K3, K13, K14, K19	4
Olumsuz	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K15, K16, K17, K20, K21, K22, K24, K25, K26, K27	21

Araştırmanın nitel boyutunun ikinci alt problemine ilişkin olarak, araştırmaya katılan öğrenciler sosyal medya üzerinden kurdukları etkileşimin dini öğrenmelerini olumsuz etkilediğini ilk sırada belirtmektedir. Buna göre gençler sosyal medyanın sınırsız bir alan olduğunu ve bu sınırsız alanda her türlü paylaşım ile karşılaşabileceklerini ifade etmişlerdir. Bu paylaşımların dine yönelik algılarına ve tutumlarına zarar verdiğini dolayısıyla dini öğrenmelerini olumsuz etkilediğini söylemişlerdir. Dini kurallar sebebi ile sosyal alanlarda ilgilerini çeken durumları uygulayamamanın dine isyana sevk ettiğini hatta daha ileri aşamasında dinden çıkarmaya kadar götürebildiğini belirtmişlerdir. Ayrıca sosyal medyada karşılaşılan çarpık ve temelsiz bazı bilgi ve paylaşımların katılımcıların dini öğrenmelerini olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Söz konusu olumsuz kategoriye ilişkin katılımcı görüşlerinden bazıları şöyledir:

K2: Sosyal medya sınırsız bir alan olduğu için bu alanda her türlü paylaşım ile karşılaşabiliyoruz ve bu durumda bizim dine yönelik algılarımıza zarar veriyor.

K5: Dini düşüncelerimizle asla uyuşmayan durumlarla karşılaşmak bizim dini öğrenmelerimize zarar veriyor.

K24: Kesinlikle olumsuz etkiler. Kişilerin huyunu, mizacını bozuyor. Tesettürlü kişiler dahi olumsuz paylaşımlar yapıyorlar.

Araştırmanın nitel boyutunun ikinci alt problemine ilişkin olarak araştırmaya katılan gençlerin sosyal medya üzerinden kurdukları etkileşimin dini öğrenmelerine etkilerine yönelik olarak görüşlerinin ikinci sırasında “değişken” gelmektedir. Katılımcılar sosyal medyanın kullanılış şekline göre dini öğrenmelerinde etkisinin farklılıklar yarattığını ve içeriklere, paylaşımlara, kurulan etkileşimlere göre değişiklik gösterdiğini ifade etmiştir. Tam ve kesin olarak “olumlu” ya da “olumsuz” etkilediğini söylemenin doğru olmadığını, önemli olanın bu tür platformların nasıl kullanıldığı şeklinde belirgin/güçlü bir vurgu ortaya çıkmıştır. Buna ilişkin katılımcı görüşlerinden bazıları şunlardır:

K3: Nasıl kullanırsak etkisinin o şekilde olacağına inanıyorum. Din âlimlerinin barışçıl görüşlerinin paylaşılması ile bu kişiler ile halkın yakınlaşmasının sağlandığını düşünüyorum.

K13: Kullanım durumuna göre değişir. Ama ben olumlu ya da olumsuz bir etkisinin olduğunu düşünmüyorum.

Araştırmanın nitel boyutunun ikinci alt problemine ilişkin olarak katılımcıların sosyal medya üzerinden kurdukları etkileşimin dini öğrenmelerine etkilerine yönelik görüşlerinin bir diğeri “olumlu” olmuştur. Söz konusu bu olumlu algıya göre, sosyal medyada dini konularda bilmedikleri alanlarda bilinçlendiklerini, istedikleri zaman istedikleri dini içeriğe erişebildiklerini ve bu durumun da kendilerinde bir bilgi ve birikim yarattığını ifade etmişlerdir. Öğrenciler, kolaylıkla merak ettikleri bir dini bilgiye ulaşabilmekte ve yaşadıkları belirsiz durumları giderebilmektedir. Bu durum onların dini öğrenmelerine olumlu katkı sağlamıştır. Buna ilişkin bazı katılımcı görüşleri şöyledir:

K18: Bilgi paylaşımlarında bilmediğim şeyleri öğreniyorum, hadis paylaşıyor ondan ders çıkarmaya çalışıyorum ne anlatmaya çalıştığını bu da benim kültürel alanda iyileşmeye sebep oluyor.

K28: Dini paylaşım yapan kişileri görenler etkilenip onlar gibi olmaya çalışır ve bence dini öğrenmeyi olumlu etkiler.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Tartışma ve Sonuç

Medya, çeşitli platformlar aracılığıyla sunduğu mesajlar, görseller ve anlatılarla gençlerin hayallerini ve değerlerini etkiler ve bu nesil üzerinde derin bir etki bırakır. Medyanın fikir ve değerleri sunma biçimi, medyanın sosyal gerçekliği inşa etme gücü sayesinde, gençlerin dünyayı algılama biçimlerini doğal olarak etkiler. Bilimsel teoriler, medyanın bireycilik, saldırganlık, performans kaygısı, cinsellikle erken tanışma ve madde bağımlılığı gibi durumları teşvik edebileceğini öne sürmektedir. Ancak, bu perspektif, medya ve gençler arasındaki ilişkilerin karmaşıklığını tam olarak yansıtmayabilir. Burada söz edilen gençler, 1990'ların sonu ile 2010'ların ortaları arasında doğan "Z Kuşağı"dır. Bu kuşak tanımı, belirli bir dönemi ifade etse de sabit ve değişmez özelliklerle tanımlanamaz; bu konuda yapılan çalışmalar (Dimock, 2019; Tirocchi vd., 2022; Yousaf vd., 2025) da bu determinist yaklaşımdan kaçınmamız gerektiğini göstermektedir.

Bu araştırma, Z kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanımları ile dini öğrenme süreçleri arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bu bağlamda önemli bulgular ortaya koymuştur. Araştırmanın sonuçları, sosyal medyanın gençlerin dini öğrenme süreçlerinde hem fırsatlar hem de tehditler barındırdığını göstermektedir. Z kuşağı, dijital teknolojilere doğrudan maruz kalan bir nesil olarak, dini öğrenme ve anlamlandırma süreçlerini çevrimiçi platformlar üzerinden gerçekleştirme eğilimindedir. Ancak bu durum, dini öğrenme

süreçlerinde bilgi kirliliği, bireyselleşme ve dini değerlerde aşınma gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. Ergenlerde dindarlık, narsisim ve özgüven değişkenleri arasındaki ilişkinin incelendiği bir çalışmada, sosyal medyanın olumsuz etkisi açıkça görülmüştür (Gürsu & Özokudan, 2019). Aynı şekilde, farklı kaynaklardan gelen ve sıhhati konusunda herhangi bir araştırma yapılmayan bilgilerin, gençlerde tutarsız dini davranışlara sebep olduğu bulgulanmıştır (Kandemir, 2022). Lise öğrencilerinin dini tutum ve davranışlarını etkileyen faktörlerin ele alındığı başka bir çalışmada, sosyal medya platformlarında paylaşılan, doğruluğu şüpheli veya bağlamından koparılmış dini bilgilerin gençlerin dini tutumlarını olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Gökmen & Altaş, 2022).

Başka bir çalışmada, sosyal medyanın her zaman ve her yerde bilgi ve materyale ulaşımında sağladığı kolaylık ile gençlerin dini öğrenmelerini olumlu etkilediği; ancak yanlış bilgilerin çok kolay yayılmasına ve medya bağımlılığına sebep olması ile kişinin kitap okumaya olan ilgisini azaltması yönüyle olumsuz etkilerinin olduğu ifade edilmiştir (Aisa & Ratnawati, 2022). Z kuşağı gençlerinin dini algıları, sosyal medya gibi dışsal faktörlerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Başka bir çalışmada (Fuadani vd., 2023), Z kuşağının dini ve kültürel değerlere yönelik tutumlarının dijital çağın etkisiyle daha bireysel ve eleştirel bir hale geldiği görülmüştür. Aynı çalışmada, Z kuşağı gençlerinin dini bilgileri sosyal medya üzerinden öğrenme eğiliminde olduğu, ancak bu bilgilerin doğruluğu konusunda şüphe duyduğu belirtilmiştir. Bu durum, sosyal medya platformlarının dini öğrenme süreçlerinde hem bir fırsat hem de bir tehdit oluşturduğunu göstermektedir.

Sosyal medyanın sınırsız bilgi akışı, gençlerin dini içeriklere hızlı ve kolay erişimini sağlarken, aynı zamanda bu içeriklerin doğruluğunu sorgulama ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Springtide Research Institute (2022) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Z kuşağının %74'ü dini veya manevi içeriklere sosyal medya aracılığıyla ulaşmakta ve bu içeriklerin doğruluğu konusunda şüphe duymaktadır. Sosyal medya platformlarının gençler üzerindeki etkilerini inceleyen başka çalışmalar, bu platformların hem bilgiye erişimi kolaylaştırdığını hem de içeriklerin güvenilirliğini sorgulamayı zorunlu kıldığını ortaya koymaktadır (Ariefdjohan vd., 2025). Bu durum, sosyal medyanın bilgi kirliliği yaratma potansiyeline dikkat çeken Aisa ve Ratnawati'nin (2022) çalışmalarıyla örtüşmektedir. Özellikle pandemi sonrası dönemde sosyal medya kullanımındaki artış (Statista, 2023), gençlerin dini öğrenme süreçlerini çevrimiçi platformlara daha fazla bağımlı hale getirmiştir. Ancak, bu platformlarda karşılaşılan içeriklerin manipülatif veya eksik bilgi içermesi, gençlerin dini algılarında belirsizliklere yol açmaktadır.

Çalışmada, gençlerde dindarlığı etkileyen üç temel yönelim belirlenmiştir: anlama yönelimi, şüpheci yönelim ve bireyselleşme/özgürlük yönelimi. Bu yönelimler, gençlerin dini tutum ve davranışlarını şekillendiren temel unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Gençlik dönemi, bireyin dini kimliğini oluşturduğu, hayatın anlamını sorguladığı ve dini inançlarını derinleştirdiği bir süreçtir. Bu süreçte, sosyal çevre, aile, akran grupları ve bireyin yaşadığı kültürel ortam gibi faktörler, dini gelişim üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir.

Anlama yönelimi, bireyin çevresindeki olayları ve dini kavramları anlamlandırma çabasını ifade eder. Z kuşağı gençleri, soyut düşünme becerilerinin gelişmesiyle birlikte, dini ve metafizik konuları sorgulama ve anlamlandırma eğilimi göstermektedir (Köylü & Oruç, 2023). Bu süreç, gençlerin dini değerlerini ve inançlarını rasyonel bir temele oturtmalarını sağlarken, aynı zamanda onların manevi arayışlarına yön vermektedir. Bu dönemde gençlerin Allah tasavvuru daha ruhanileşmekte ve ibadetlere yönelik algıları derinleşmektedir (Erdoğan, 2014).

Şüpheci yönelim, gençlik döneminin karakteristik özelliklerinden biridir ve bireyin dini tutum ve davranışlarında belirgin değişimlere yol açabilir. Bu yönelim, bireyin dini inançlarını sorgulamasına ve

daha olgun bir dini tecrübeye ulaşmasına zemin hazırlayabilir (Bahadır, 2015). Ancak, bu süreçte gençlerin dini şüphelerinin kaynağı olarak bağımsızlık arayışı, cinsel güdüler ve çevreden gördükleri sevgiye ilişkin şüpheler öne çıkmaktadır (Vergote, 1981). Özellikle sosyal medya gibi sınırsız bilgi sağlayan platformlar, gençlerin dini algılarında kafa karışıklığına ve şüpheye neden olabilir. Hökelekli'nin (2016) İmam Hatip Lisesi öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, gençlerin %12'sinin dini şüphe yaşadığı, bu oranın genel lise öğrencilerinde %30'a yükseldiği tespit edilmiştir. Safitri (2025), sosyal medyanın Z kuşağı gençlerinin dini öğrenme süreçlerinde hem fırsatlar hem de riskler barındırdığını belirtmektedir. Araştırmalarında, sosyal medyanın dini bilgiye erişimi kolaylaştırdığı ancak doğruluğu şüpheli ve bağlamından koparılmış içeriklerin gençlerin dini algılarını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, gençlerin dini anlayışlarını derinleştirmek yerine yüzeysel ve kafa karıştırıcı bir seviyede tutmakta, bilgi kirliliği ve dini değerlerde aşınma gibi sorunlara yol açmaktadır.

Bireyselleşme/özgürlük yönelimi, modern toplumların birey odaklı yapısının bir sonucu olarak gençlerin dini tutumlarında öne çıkan bir eğilimdir. Bu yönelim, gençlerin dini inançlarını ve değerlerini bireysel deneyimlerine dayanarak şekillendirme çabalarını ifade eder. Bir çalışmada (Luyckx vd., 2025) bireyselleşmenin gençlerin kimlik inşasında önemli bir rol oynadığı ve bu süreçte dini inançların bireyin kişisel deneyimlerine göre yeniden anlamlandırıldığı görülmüştür. Ancak, bireyselleşmenin aşırı bir düzeye ulaşması, gençlerin dini topluluklardan ve kurumlardan uzaklaşmasına neden olabilir (Dila, 2021).

Sosyal medya, gençlerin dini içeriklere hızlı ve kolay erişimini sağlarken, aynı zamanda bilgi kirliliği ve doğruluğu şüpheli içeriklerin yayılmasına da zemin hazırlamaktadır. Kandemir (2022) ve Gökmen & Altaş (2022) da sosyal medyada paylaşılan dini içeriklerin, gençlerin dini tutumlarında tutarsızlıklara neden olabileceğini vurgulamaktadır. Araştırmanın bulguları, sosyal medyanın bireyselleşme ve özgürlük temalarını öne çıkaran yapısının, gençlerin dini tutumlarını etkileyebileceğini göstermektedir. Bu bulgu, Postman'ın (2020) "duyarlılıkların törpülenmesi" teziyle uyumlu bir şekilde, sosyal medyanın bireylerin ahlaki ve manevi değerlerini nasıl etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. Koç (2022) da benzer şekilde, sosyal medyada sıkça karşılaşılan şiddet, cinsellik ve bireyci yaşam tarzlarını yücelten içeriklerin, gençlerin dini değerleriyle çatışma yaşamasına neden olabileceğini ifade etmektedir.

Sosyal medyanın olumsuz etkilerinin yanı sıra, doğru kullanıldığında dini öğrenme süreçlerini destekleyebilecek pedagojik bir araç olduğu da görülmektedir. Ferdig (2007) ve Kaya vd. (2021), sosyal medya platformlarının Vygotsky'nin "yakınsak gelişim alanı" teorisi çerçevesinde gençlerin öğrenme süreçlerini destekleyebileceğini belirtmektedir. Bocala-Wiedemann (2022), sosyal medyada dini içerik paylaşan kişilerin, takipçilerinin manevi sorunlarına çözüm sunduklarında gençlerin dine olan ilgisinin arttığını ifade etmektedir. Araştırmanın nitel boyutunda da, gençlerin sosyal medyada dini içeriklerle karşılaştıklarında huzur buldukları ve dini uygulamalara yönedikleri görülmüştür. Bu durum, sosyal medyanın gençlerin dini öğrenme süreçlerinde pedagojik bir araç olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Z kuşağının dini öğrenme süreçlerini anlamak için Erikson'un ego kimliği gelişimi teorisi önemli bir çerçeve sunmaktadır. Erikson'a göre, gençlik dönemi, bireyin kimlik duygusunu oluşturduğu ve ideolojik bağlılıklarını geliştirdiği bir dönemdir (Bridges & Moore, 2002). Bu bağlamda, sosyal medya, gençlerin dini kimliklerini şekillendirme süreçlerinde hem bir fırsat hem de bir tehdit unsuru olarak değerlendirilebilir. Özellikle sosyal medyanın bireycilik ve özgürlük temalarını öne çıkarması, gençlerin dini değerlerle çatışma yaşamasına neden olabilir. Ancak aynı zamanda, sosyal medya platformları, gençlerin kendi dini kimliklerini oluştururken farklı ideolojilerle tanışmalarına ve bu ideolojiler arasında bir denge kurmalarına olanak tanıyabilir.

Araştırmanın sonuçları, sosyal medya platformlarının gençlerin dini öğrenme süreçlerinde karmaşık etkiler yarattığını göstermektedir. Bu bağlamda, medya okuryazarlığı eğitiminin geliştirilmesi, gençlerin sosyal medya içeriklerini daha bilinçli bir şekilde değerlendirmelerine olanak tanıyabilir. Özellikle dijital minimalizm (Newport, 2019) gibi yaklaşımlar, gençlerin sosyal medya kullanımını daha sağlıklı bir seviyeye çekme potansiyeline sahiptir. Ayrıca, sosyal medya platformlarında dini içeriklerin doğruluk ve güvenilirlik açısından denetlenmesi, gençlerin dini öğrenme süreçlerini desteklemek adına önemli bir adım olacaktır.

Sonuç olarak, Z kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, onların dini öğrenme süreçlerini şekillendiren önemli bir faktördür. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının gençlere yönelik dini içeriklerde daha sorumlu bir yaklaşım benimsemesi gerekmektedir. Ayrıca, ailelerin ve eğitimcilerin, gençlerin sosyal medya kullanımını daha bilinçli bir şekilde yönlendirecek stratejiler geliştirmesi önem arz etmektedir. Gelecekteki çalışmalar, sosyal medyanın gençlerin dini öğrenme süreçleri üzerindeki etkilerini farklı kültürel bağlamlarda inceleyerek, bu alandaki bilgi birikimini artırabilir. Özellikle, sosyal medya platformlarının algoritmalarının dini içeriklerin yayılmasındaki rolü ve bu içeriklerin gençlerin dini kimlik oluşumuna etkisi, ilerleyen araştırmalar için önemli bir odak noktası olabilir.

Öneriler

Araştırma, sosyal medyanın Z kuşağı gençlerinin dini öğrenmeleri üzerindeki etkisinin iki yönlü olduğunu göstermektedir. Sosyal medya, doğru kullanıldığında gençlerin dini bilgilerini artırabilir ve manevi ihtiyaçlarını karşılayabilirken, yanlış kullanıldığında dini değerlerde aşınmaya ve dini şüpheye yol açabilmektedir. Bu bulgular doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulabilir:

1) Bu çalışmada, gençlerin sosyal medya ile etkileşimleri sonucunda dini öğrenmelerinde olumsuz durumlar yaşadığı ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan okullarda medya okuryazarlığı dersine yer verilmesi sosyal medyanın doğru kullanımına katkı sağlayacaktır.

2) Bu araştırmada gençlerin cinsiyeti, sınıf düzeyi, yaşı, sosyal medyayı günlük kullanım süreleri değişkenlerinin, sosyal medyada gerçekleşen etkileşimlerinin, gençlerin dini öğrenmeleri üzerindeki etkileri ortaya çıkarılmıştır. Yapılacak diğer çalışmalarda değişkenler ve değişkenlerin sayısı farklılaştırılarak sosyal medyanın Z kuşağı gençlerinin dini öğrenmelerine etki eden farklı faktörler bulunabilir.

Çıkar Çatışması Bildirimi

Yazar(lar), bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Destek/Finansman Bilgileri

Yazar(lar), bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve / veya yayınlanması için herhangi bir finansal destek almamıştır.

Etik Kurul Kararı

Bu araştırma için İnönü Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Etik Kurulu Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Etik Kurulundan (11.11.2021-2021/21-26) etik izin alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Aisa, A., & Ratnawati, E. (2022). Analysis of UNWAHA Jombang student's perspectives in learning religion through social media. *Schoolar: Social and Literature Study in Education*, 2(1), 58-62.
- Akgündüz, D., & Akinoğlu, O. (2017). Fen eğitiminde harmanlanmış öğrenme ve sosyal medya destekli öğrenmenin öğrencilerin akademik başarılarına ve motivasyonlarına etkisi. *Eğitim ve Bilim*, 42(191), 69-90.
- Akhyar, M., Deliani, N., & Khadijah, K. (2025). The importance of religious education in the digital era. *International Journal of Islamic Educational Research*, 2(1), 15-30.
- Ariefdjohan, M., Reid, D. ve Fritsch, S. (2025). Youth digital dilemmas: Exploring the intersection between social media and anxiety. *Pediatric Clinics*, 72 (2), 317-331.
- Bahadır, A. (2015). Gençlik dönemi dini gelişim özellikleri. *Din ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 45-60.
- Bridges, L. J., & Moore, K. A. (2002). *Religion and spirituality in childhood and adolescence*. Washington DC: Child Trends.
- Büyüköztürk, Ş. (2021). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2020). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Choi, J., Kim, H., & Lee, S. (2022). Social media as a tool for religious engagement during COVID-19: Opportunities and challenges. *Religious Studies and Digital Media*, 10(3), 215-232.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6. Baskı). London and New York: Routledge.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni* (Çev. M. Bütün & S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J. W. (2021). *Karma yöntem araştırmalarına giriş* (Çev. M. Sözbilir). Ankara: Pegem Akademi.
- Demir, İ. (2019). *Dini bilgi edinme kaynağı olarak sosyal medya (İlahiyat fakültesi öğrencileri örneği)*. Çanakkale: 18 Mart Üniversitesi.
- Dila, E. (2021). Bireyselleşme ve dini inançlar üzerine bir inceleme. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 24(3), 123-136.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew research center*, 17(1), 1-7.
- Ekici, M., & Kırıyıcı, M. (2012). Sosyal ağların eğitim bağlamında kullanımı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 156-167.
- Erdoğan, M. (2014). Gençlik Döneminde Allah Tasavvuru ve Manevi Gelişim. *Din Eğitimi Dergisi*, 7(1), 89-102.
- Ferdig, R. E. (2007). Examining social software in teacher education. *Journal of Information Technology for Teacher Education*, 15(1), 5-10.
- Fuadani, M. M. Z. P., Chotib, M., Muhith, A., & Tamami, B. (2025). The effectiveness of islamic education learning through interactive approaches for generation z students. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(01), 93-106.
- Global Digital Overview (2025). *Global Social Media Statistics*. Erişim: <https://datareportal.com/social-media-users>. 24
- Gökmen, R., & Altaş, N. (2022). Öğrencilerinin dini tutum ve davranışlarını etkileyen faktörler. *Talim: Journal of Education in Muslim Societies and Communities*, 6(1), 7-21.
- Gümüş, S. (2019). Bir medya aracı olarak sinemanın din eğitiminde kullanımı: Baudrillard'ın simülasyon teorisi bağlamında bir değerlendirme. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 17(38), 7-40.

- Gürsu, O., & Özokudan, F. Ö. (2019). Ergenlerde dindarlık, narsizm ve özgüven. *Turkish Academic Research Review*, 4(4), 439-454.
- Haqqi, M. H. N., & Harjanto, R. (2025). Exploring generation z's fascination with Jakarta art museum through social media contents. *Jurnal Studi Komunikasi*, 9(1), 123-138.
- Hökelekli, H. (2016). *Çocuk, genç, aile psikolojisi ve din*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Kandemir, S. (2022). Lise öğrencilerinin İslam inanç esaslarını benimseme düzeyleri üzerine bir araştırma. *Kocatepe İslami İlimler Dergisi*, 5(2), 354-379.
- Kaya, A. (Ed.). (2021). *Eğitim psikolojisi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Kaya, E. (2022). *Yönetici ve Öğretmenlerin Okulun Dijital Yönetimine İlişkin Görüşleri: Bir Karma Yöntem Araştırması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Hacettepe Üniversitesi. Ankara.
- Koç, G. (2022). Lise öğrencilerinin deizm algısına dair sosyolojik bir araştırma İstanbul / Başakşehir Örneği. *Edebiyat Dilbilim Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 1, 77-96.
- Köylü, M., & Oruç, C. (2023). *Gençlik dönemi din eğitimi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Lee, D. S., Jiang, T., Crocker, J., & Way, B. M. (2022). Social media use and its link to physical health indicators. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 1(7), 1-7.
- Luyckx, K., Vanderhaegen, J., Raemen, L., & Claes, L. (2025). Identity formation in adolescence and emerging adulthood: A process-oriented and applied perspective. *European Journal of Developmental Psychology*, 22(2), 168-187.
- Newport, C. (2019). *Digital minimalism: Choosing a focused life in a noisy world*. New York, NY: Portfolio.
- Nurfathiyah, P., Sarwoprasodjo, S., Muldiono, P., & Matindas, K. (2025). Social learning model of ornamental plant farmers in using social media for marketing. *Ornamental Horticulture*, 31, 1-11.
- Postman, N. (2020). *Televizyon: Öldüren eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Safitri, S. (2025). The Role of Social Media in Spreading Religious Moderation Values. *Young Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 99-107.
- Shokri, H. S., Hassan, M. S., Allam, S. N. S., Menter, J. P., & Perdana, K. S. (2024). New media literacy and its impact on moral behaviour among generation Z in Klang Valley. *Journal of Media and Information Warfare*, 17(1), 70-82.
- Springtide Research Institute. (2022). *The State of Religion and Young People 2022: Navigating Uncertainty*. Erişim adresi: <https://www.springtideresearch.org>
- Tirocchi, S., & Serpieri, R. (2020). Piattaforme, adolescenti e forme di soggettivazione. Una lettura foucaultiana del progetto Transmedia Literacy. *Mediascapes journal*, (16), 208-222.
- Turanalp, M. F. (2016). İnternetin ergenlere olumsuz etkileri üzerine din eğitimi temelli bir yaklaşım. *Marife*, 16(1), 111-131.
- Vergote, A. (1981). Ergenlikte din (Çev. E. Fırat). *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24(1), 583-592.
- Vrabec, N., Polievková, P., & Moravčíková, M. (2013). The role of media literacy development as a part of religious education curriculum. *European Journal of Science and Theology*, 9(5), 211-223.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yousaf, U., Nasir, N. N. A. M., & Noordin, N. N. M. (2025). A Conceptual paper on the significant role of digital media in contemporary da'wah within the technological era. *e-Journal of Media and Society*, 8(1), 58-67.