

SOSYAL MEDYA VE DİNDARLIK İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR KÖY ARAŞTIRMASI*

A VILLAGE STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA AND RELIGIOUSNESS

Veli Özyiğit

Bağımsız Araştırmacı

Independent Researcher

ozyigitveli42@gmail.com

 0009-0007-4601-4474

Mustafa Özdemir

Doç. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi,
İlahiyat Fakültesi,

Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü

Assoc. Prof. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey University,
Faculty of Theology

Department of Philosophy and Religious Studies

mustafaozdemir@kmu.edu.tr

 0000-0001-8402-1877

Makale Bilgisi/Article Information

HİKEM			
Eylül/September 2025		Cilt/Volume: 3	Sayı/Issue: 2
Makale Türü Article Type	Araştırma Makalesi Research Article	Benzerlik Taraması Plagiarism Checks	Yapıldı – iThenticate Yes – iThenticate
Geliş Tarihi Received	14.05.2025	Kabul Tarihi Accepted	10.09.2025
Yayın Tarihi Published	30.09.2025	e-ISSN: 3023-4247 https://dergipark.org.tr/tr/pub/hikem	
Atıf Bilgisi Citation	Veli Özyiğit-Mustafa Özdemir, “Sosyal Medya ve Dindarlık İlişkisi Üzerine Bir Köy Araştırması”, <i>Hikem</i> 3/2 (2025), 211-225.		
DOI	10.63022/hikem.1699097		
Finansman Funding	Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir. The author declared that this study has received no financial support.		
Çıkar Çatışması Conflicts of Interest	Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir. The author has no conflict of interest to declare.		
Etik Beyan Ethical Statement	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu, yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan edilmiştir. It is declared that scientific and ethical principles were followed during the preparation of this study and that all studies used are stated in the bibliography.		
Etik İlkeler ve Yayın Politikası Ethical Principles and Publication Policy	https://dergipark.org.tr/tr/pub/hikem/policy https://dergipark.org.tr/en/pub/hikem/policy		
Telif Hakkı Copyright	Bu makale Creative Commons Atıf-GayriTicari-Türetilemez 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) Uluslararası Lisansı altında lisanslanmıştır. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-No Derivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) International License.		

* Bu makale “Sosyal Medya ve Dindarlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Ereğli/Beyköy Örneği” başlıklı tez çalışması esas alınarak hazırlanmıştır.

Katkı Oranı Beyanı (%) Declaration of the Contribution Rate		1. Yazar Veli Özyiğit 1st Author	2. Yazar Mustafa Özdemir 2nd Author
	Çalışmanın Tasarlanması Creating Article Template	65	35
	Veri Toplama Data Acquisition	65	35
	Veri Analizi Analysis	65	35
	Metin Yazımı Writing	65	35
	Gönderim ve Düzelti İşlemleri Submission and Proofreading	65	35

Öz: Bu çalışma, sosyal medya ile dindarlık arasındaki ilişkiyi kırsal bir yerleşim yeri örneğinde incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde sosyal medya, iletişim alanında geleneksel medya araçlarının önüne geçerek bireylerin dinî tutum ve davranışlarını da etkileyen bir mecra hâline gelmiştir. Araştırma, kırsalda yaşayan farklı demografik özelliklere sahip bireylerle yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlara dayanmaktadır. Nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada içerik ve söylem analizleri kullanılarak sosyal medya kullanımının dindarlık üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Bulgular, kırsalda sosyal medya kullanımının sınırlı olmakla birlikte özellikle genç nesil aracılığıyla arttığını, dinî içeriklerin ise genellikle özel günlerde paylaşıldığını göstermektedir. Ayrıca sosyal medya dinî otorite kaynağı olarak görülmemekte ancak bireysel dindarlığın dışavurumu açısından bir araç işlevi görmektedir. Bu bağlamda çalışma, dijitalleşmenin kırsal dindarlık üzerindeki yansımalarını ortaya koymayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Dindarlık, Köy ve Dindarlık, İslami Fenomen.

Abstract: This study aims to examine the relationship between social media and religiosity in the example of a rural settlement. Today, social media has surpassed traditional media tools in the field of communication, becoming a medium that also influences individuals' religious attitudes and behaviors. The research is based on semi-structured interviews with individuals of different demographic characteristics living in rural areas. In the study conducted by qualitative research method, the effects of social media use on religiosity were evaluated using content and discourse analysis. The findings show that the use of social media in rural areas is limited but increasing, especially among the younger generation; and that religious content is generally shared on special occasions. Additionally, social media is not seen as a source of religious authority; however, it functions as a tool for the expression of individual religiosity. In this context, the study aims to reveal the reflections of digitalization on rural religiosity.

Keywords: Social Media, Religiosity, Village and Religiosity, Islamic Phenomenon.

Giriş

Toplumların yaşamış olduğu hızlı değişim süreçleri bireylerin daha önceden alışık olmadıkları birçok yeni uygulama ve davranışın gündemlerine girmesine sebep olmuştur. 1980'li yıllarda televizyon, video vb. türevlerinin hayatımızda olup olmaması, faydaları zararları tartışılırken, sahip oldukları değiştirici ve dönüştürücü gücün potansiyeline birçok toplum gibi bizde yaşayarak şahit olduk. Günümüzde ise sosyal medyanın birçok mekâna ulaşmasıyla birlikte şehir ve köy yaşam biçimleri sosyal medyada paylaşılmış, buna bağlı olarak köyde ya da kentte yaşayan bireyler karşılıklı etkileşim hâline girmişlerdir. Etkileşim süreci çok farklı alanları içine almaktadır. Kültürel, sosyal, ekonomik vb. şeklindedir. İnanç bakımından ise sosyal medyanın bireyleri dindarlık bağlamında etkilemesi söz konusudur. Bu yönüyle sosyal medya ve sosyal medyayı kullanan bireyler araştırmada ele alınmıştır.

Araştırma probleminin seçimi, araştırma konusunun saptanması, konunun belirlenmesinden sonra problem seçeneklerinin saptanmasıdır.¹ Araştırmanın temel problemi, sosyal medya ve dindarlık ilişkisinin kırsal bir alan olan küçük bir köy yerleşkesinde nasıl olduğu ve hangi yönde birbirlerini etkilediği hususu olurken farklı araştırmalar doğrultusunda konu anlaşılmaya ve değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Sosyal medya ve dindarlık ilişkisinin köy hayatındaki yansımaları ve etkileşiminin nasıl olduğu araştırmanın problemini oluşturmakla birlikte bulgular kısmında problemin muhtemel cevaplarının bulunması ve değerlendirilmesi hedeflenmiştir.

Araştırmanın amacı, bireylerin sosyal medya ile olan ilişkilerinin dindarlığa yönelim ve algılarını ne yönde etkilediğinin tespitini, kırsalı temsil eden bir köy örneklemini üzerinden yapıp değerlendirebilmektir. İlgili literatür taranarak alandaki tez, makale, kitap vs. çalışmalardan istifade edilmiş, araştırmaya katkıları sağlanmıştır.

Araştırma, özellikle sosyal medya kullanıcılarına başta olmak üzere, alanda çalışma yapan ilgili kişilere de bir rehber niteliği taşımaktadır. Sosyal medyaya dair geçmiş ve şu an ki veriler aktarılmış, medya ile din ilişkisi bir kez daha irdelenmiştir. Din ve dindarlık kavramları, konunun gereği olarak tekrar ele alınmış; özellikle dindarlık kavramı köy bileşeni ile birlikte sosyal medya ekseninde değerlendirilmiştir.²

Araştırmanın önemi olarak da hem kırsal bir alanda çalışılmış olması hem de çalışılan konunun küresel düzeyde etkili olan sosyal medya ve dindarlık etkileşimini ele alması açısından alana ayrı bir değer katması zikredilebilir.

Sosyal medya ve dindarlık kavramı, günümüzde çok fazla iç içe geçmiştir. İnterneti ve teknolojik birçok uygulamayı bidat olarak gören dinî gruplar zamanla interneti faal bir biçimde kullanmaya başlamışlardır.³ Sanayileşme, toplumların kitlesel olarak aydınlanması ve teknolojinin insan yaşamına girmesiyle birlikte, kırsal yaşam da sanal dünyayla tanışmıştır.⁴

Köy hayatında sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte bireylerin dinî konularda ayrışmaları ve yorum farklılıkları gündeme gelmiştir. Sosyal medya her geçen gün daha fazla

¹ Mahmut Atlas, "Bilimsel Bir Araştırmanın Adımları", *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 19/1 (2003), 29.

² Veli Özyiğit, *Sosyal Medya ve Dindarlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Ereğli/Beyköy Örneği* (Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023), 10.

³ Abdurrahman Güneş, "Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 28/1 (2017), 208.

⁴ Lokman Cerrah, "Kırsal Kesimde Dindarlık ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü Örneği)", *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi* 1/51 (2021), 97.

üye kazanmakta, kullanıcıların çoğunluğunu da genç nesil oluşturmaktadır. Dinî yaşamlardaki yenilik ve değişimler, sosyal medya ile birlikte paralel seyretmektedir. Sahadan alınan veriler ışığında yeni bir çalışma olan bu araştırma da sosyal medya ve dindarlık ilişkisini anlatması ve köy hayatını ele alması ile alana yeni bir kaynak ve katkı sunmuş olacaktır.

1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nitel araştırma teknikleri kullanılarak verileri tarama ve yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile hazırlanmıştır. Çalışma, gözlem, görüşme, doküman inceleme, rapor gibi çeşitli veri toplama araçlarının kullanıldığı; yarı yapılandırılmış mülakatların sahaya uygulandığı, sorunların ve verilerin tanımlanıp değerlendirildiği nitel desenli bir araştırma yaklaşımıdır.⁵ Araştırmada verilerin değerlendirilmesinde eleştirel söylem analizleri ile içerik analizleri tekniklerinden istifade edilmiştir.

İçerik analizleri sahadan toplanan verilerden literatüre uygun olacak şekilde tematik analizler ile başlıklar hâlinde ayıklanarak araştırmaya eklenmiştir. Verileri toplama süresi değişiklik göstermekle birlikte her katılımcıya en az bir gün zaman ayrılmıştır. Önceden hazırlanan yarı yapılandırılmış mülakat soruları katılımcı izin formu kapsamında karşılıklı görüşmeler ile sahada uygulanmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri farklılık göstermekle birlikte hepsinin de yaşadığı mekân bağlamında benzer kültürel yapılarda olduğu söylenebilir.

Araştırma, şehre uzaklığı yaklaşık olarak 5 kilometre olan bir köyde yapılmıştır. Köyün konumu itibarı ile de kırsal ama şehir hayatından da kopuk olmayan bir yapısı vardır. Burada köy halkı geçimlerini hayvancılık ve çiftçilik ile sağlamaktadırlar. İç Anadolu olması ve karasal step iklimi hâkim olmasından ötürü köylüler yazın rençberlik yapıp kışın hayvanların ihtiyaç ve bakımları ile meşgul olmaktadır. Araştırmanın bu alanda yapılmasının sebebi, değişim açısından daha yavaş olan küçük kırsal yerleşimlerin sosyal medya aracılığıyla dinî anlamda nasıl etkilendiğini ortaya koymaktır. Araştırma için T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 6 Ekim 2021 tarihli 164-168 sayılı kararı ile etik onayı alınmıştır.

2. Araştırmanın Örnekleme

Sosyal medya ve dindarlık ilişkisinin kırsaldaki bir köyde etkisinin araştırılması sebebiyle, seçilen örneklemin, Beyköy isimli bir köyde yaşayan farklı demografik özelliklere sahip kişilerden olmasına özen gösterilmiştir. Katılımcıların yaş ortalaması 41 olurken en düşük yaş 12, en yüksek yaş 80'dir. Katılımcılar, sosyo-ekonomik açıdan çok zengin olmayan, çoğunluğu köy işleriyle meşgul olan veya bu işlerden emekli olup ailesiyle vakit geçiren bireylerden oluşmaktadır. Katılımcılar, sosyal medya kullanımını ise ilgi alanlarına göre belirlemektedir.

Araştırmada veriler, araştırmacının kimleri seçeceğine kendisinin karara vardığı ve araştırmanın amacına uygun olan gönüllü katılımcıları örnekleme aldığı bir tür olan amaçlı örneklem yöntemine göre hazırlanmaya çalışılmıştır.⁶ Araştırmacının evrenle ilgili kapsamlı bilgi ve tecrübeye sahip olmasını gerektiren amaçlı örnekleme, örnekten evrene genelleme yapabilme imkânı zayıftır.⁷

⁵ Nalan Altay, "Türkiye'de Sosyal Bilgiler Eğitimi Alanında Yazılan Makalelerin Değerlendirilmesi", *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 11/1 (2020), 24.

⁶ Yusuf Ziya Özcan - Özden Özbay, *Sosyolojiye Giriş* (Ankara: Martı Kitap ve Yayınevi, 2002), 55-94.

⁷ Kaan Böke, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (İstanbul: Alfa Yayınları, 2014), 125.

Tablo 1: Beyköy’de yaşayan katılımcıların sosyolojik ve demografik bilgileri

Katılımcı Numaraları	Yaş	Cinsiyet	Meslek	Eğitim Durumu	Medeni Hâli	Sosyal Medya
K.1	65	Erkek	Emekli	İlkokul	Dul	Facebook
K.2	24	Kadın	Çalışmıyor	Üniversite	Bekâr	Instagram
K.3	69	Kadın	Ev Hanımı	Okuryazar	Evli	Facebook
K.4	48	Kadın	Çalışmıyor	İlkokul	Bekâr	Facebook
K.5	30	Kadın	Öğretmen	Üniversite	Evli	X
K.6	18	Erkek	Çiftçi	Lise	Bekâr	Instagram
K.7	29	Erkek	İmam	Üniversite	Evli	X
K.8	12	Erkek	Öğrenci	Ortaokul	Bekâr	TikTok
K.9	80	Kadın	Emekli	Okuryazar	Dul	WhatsApp
K.10	35	Kadın	Ev Hanımı	Ortaokul	Evli	Instagram

3. Veri Toplama Süreci

Araştırmada veriler yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak sahadan alınmıştır. Araştırmada ilk önce sahadan bilgiler toplanarak uygun olabilecek sorular hazırlandı. Daha sonra Beyköy sakinlerinin araştırmaya katkıları sağlandı. Hazırlanan soruların içinde yer alan evet ve hayır gibi kısa cevaplarla cevaplanabilecek sorular için, mülakatın akışına göre sebep ve süreçlere yönelik daha açıklayıcı soru ifadeleri kullanılarak mülakat genişletilmeye çalışıldı. Mülakatta, özellikle sosyal medya ve dindarlık ile ilgili süreçler konusunda mevcut durum da tahlil edilmeye çalışıldı. Katılımcı sayısı, farklı demografik özellikleri daha iyi temsil edebilmesi amacı da gözetilerek 10 olarak belirlenmiştir. Katılımcılar ile yüz yüze görüşmeler yapılarak verdikleri cevaplar, izinleri dâhilinde kayıt altına alınmıştır.

Mülakat esnasında katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda verilmiştir.

- a) Dindarlık denilince aklınıza ne geliyor?
- b) Sosyal medya kullanımını din açısından doğru buluyor musunuz?
- c) Sosyal medyanın dindarlığınıza etkileri nelerdir?
- d) Sosyal medyadaki dinî tutum ve dinî paylaşımlarla normal hayattaki dinî tutum ve davranışların benzerlik ve tutarlılığı hakkında ne söylersiniz?
- e) Sosyal medya ve dindarlık ilişkisi Z kuşağında nasıl etkiler oluşturdu?”
- f) Sosyal medya ve köydeki dindarlık algısının köyde yaşayanlar kapsamındaki farklılıkları ve benzerlikleri nelerdir?
- g) Köyde edindiğiniz dinî bilgiler ile sosyal medyada karşılaştığınız dinî bilgiler arasında bir çatışma oldu mu?

4. Verilerin Analizi

Uygulanan yarı yapılandırılmış görüşmeler, görüşme esnasında not alınarak kayda alınmıştır. Bazı görüşmeler ise katılımcıların bilgisi dâhilinde ses kayıt cihazlarına kaydedilmiştir. Ses kayıtları daha sonra yazıya alınmıştır. Adayların mülakatta sorulan sorulara verdiği cevapların yazımına özen gösterilmiştir. Veriler, ele alınan konularla ilgili oluşlarına göre farklı başlıklar altında toplanarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların görüşlerinde vurgulanan hususların altı çizilmiş ve bu hususlar üzerinde gerekli eleştirel söylem ve içerik analizleri ile yorumlar ve değerlendirmeler yapılmıştır.

5. Kuramsal Çerçeve

5.1. Sosyal Medya ve Uygulamaları

Sosyal medya kullanımı her geçen gün artmakla birlikte dijital mecrada karşılıklı etkileşimde çoğalmıştır. Çünkü sosyal medyadan her ihtiyaca yönelik içerik ve paylaşım bulmak mümkündür.⁸ Paylaşım seçeneklerinin fazla olması ve özgür bir alanda bulunması kullanıcıların kendilerini dinî ve duygusal olarak ifade etmelerinde kolaylık sağlamıştır.

Geleneksel medyada birey olarak tüketici vasfımız daha çoktur. Medya içeriğini (haber, eğlence, görüntü gibi) üretenler, bize tüketmek üzere bunları sunarlar ve karşılığında biz bunları tüketiriz. İçeriğe müdahale edemez, içerik üzerinde değişiklik yapamaz ve yayınlamayız.⁹ Geleneksel medya ve yeni medya diyeceğimiz sosyal medya arasında başlıca farklardan birisi, sosyal medya içerik üretme açısından geleneksel medyadan daha özgür ve pratiktir.¹⁰ Sosyal medya, dünyanın birçok bölgesindeki kitleleri ve bireyleri bir noktada buluşturması ve aralarında etkileşim sağlaması bakımından geleneksel medyaya göre daha aktif bir konumdadır.¹¹ Geleneksel medyanın sağladığı avantaj, sosyal medyanın oluşmasına katkı sağlamış olarak görülebilir; çünkü her gelişimin arkasında bir önceki dönemin birikimi bulunmaktadır.

Günümüz kitle iletişim araçlarının yaygın bir hâle gelmesi ile kütleli çizgiler ortadan kalkmıştır. Dünya toplumsal olarak etkileşimli, çok yoğun, aktif ve hızlı olduğu bir zamana gitmiştir. Dinî, etnik, kültürel ortamların iç içe geçtiği bir sarmala dönüşen dijital dünyada, özellikle internetin erişiminin yaygınlaşması ile yeni topluluk tipleri, sanal cemaatler gündeme gelmiştir.¹² Sanal cemaatler ve sanal ortamda ibadet nasıl gerçekleşir? Sorusu, sosyal medyanın etkisiyle gündeme gelmiştir. Bu tür ibadetler ve topluluklar, faaliyetlerini ekran karşısında ve klavye önünde yürütmektedirler.

Birkaç asırdan bu yana bilgi üretim ve paylaşım araçlarında dünya ölçeğinde bir devrimin yaşandığı belirtilmelidir. Medya yeni bir iletişim çıkışı açmış durumdadır.¹³ Kişiler zamana ve mekâna takılı kalmadan iletişimlerine ve paylaşımlarına aralıksız devam edebilmektedirler.¹⁴ Dünyanın bu denli hızlı iletişimde olmasının en büyük unsuru sosyal medya ve sosyal medya uygulamalarıdır. Her uygulamanın belirli özellikleri mevcuttur. Sosyal medyanın aktif hâle gelmesini sağlayan internet alt yapısı, sosyal medya uygulamaları ile kullanıcılarına rahatlıkla iletişim kurabilme, duygu ve düşüncelerini dolaysız ifade edebilme imkânı vermektedir.¹⁵

Katılımcılardan da gelen veriler ışığında en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarına bakılacak olursa:

Instagram, kullanıcıların mobil anlık verilerini dijital olarak diğer kullanıcılara görsel olarak ilgi duyucu görüntülere dönüştürmelerini sağlayan bir mobil uygulama olup, bu

⁸ Lokman Cerrah, *Sosyal Medyada Din Algısı: Twitter Örneği* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015), 15.

⁹ Gökhan Can, "Yeni Medya ile Geleneksel Medya Çerçevesinde Sayfa Tasarımın (Mizanpajın) Dönüşümü: Hürriyet Gazetesi Örneği", *Yeni Medya* 6 (2019), 22.

¹⁰ Esma Akçakaya, *Sosyal Medya Vaizleri (Twitter Örneği)* (Yalova: Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 25.

¹¹ Orhan Ayaz, *Medyanın Ergenlerin Dini Sosyalleşmesine Etkileri: Sakarya/Akyazı Örneği* (Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015), 26.

¹² Abdurrahman Kurt, *Din Sosyolojisi* (İstanbul: Sentez Yayınları, 2016), 338.

¹³ Mehmet Akgül, "Dijitalleşme ve Din", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 17/2 (2017), 192.

¹⁴ Halil İbrahim Koç, *Sosyal Medya ve Narsisizm Kültürü* (Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2017), 65.

¹⁵ Aylin Tutgun Ünal, *Sosyal Medya Etkileri, Bağımlılığı ve Ölçülmesi* (İstanbul: Der Yayınları, 2021), 196.

görüntüleri ilerleyen süreçte diğer sosyal medya uygulamalarında da paylaşılabilmektedir.¹⁶ X, İnternet tabanlı iletişim teknolojilerinden birisi olan ve oluşturulmasıyla birlikte 3. parti yazılımlarla devamlı bir şekilde güncellemeleri var olan bir mikroblog şeklinde tanımlanabilir.¹⁷ WhatsApp uygulaması ilk önce yalnız iPhone uygulaması olarak piyasaya sürülürken, gün geçtikçe Android ve başka işletim sistemlerini kullanan cihazlarda da kullanıma başlamıştır.¹⁸ TikTok, Çin merkezli ByteDance firmasının 2016 yılında piyasaya sürdüğü Douyin isimli uygulamanın uluslararası pazar için uygun görülen ismidir.¹⁹ Facebook, 2004 yılında Harvard Üniversitesi'nde, öğrencilerin aralarındaki iletişimlerini kolay bir şekilde sağlamak, sanal ortamda beraber olmalarını kolaylaştırmak, çevrimiçi paylaşım olanağı ve bir sosyal ağ oluşturmak için kurulmuştur.²⁰ 2007 senesinde Facebook, üyelerin arkadaşlarına sanal hediye göndermesini yapabilen uygulamayı geliştirmiş, bununla birlikte kullanıcılar arasında etkileşimi çoğaltmıştır.²¹ Bu uygulamaların her biri farklı özelliklere sahip olmakla beraber kullanıcıların demografik özelliklerine göre tercih edilmektedir. Sahada yapılan araştırmalar neticesinde genç ve çocuklar TikTok, Instagram kullanımını tercih ederken daha ileri yaşlar ise Facebook ve WhatsApp uygulamalarını tercih etmektedirler.

5.2. Dindarlık Kavramının Sosyal Medya ve Köydeki Yansımaları

Sosyal medya ve internet altyapısının bulunduğu her yerde, kişiler duygu ve düşüncelerini doğrudan ifade edebilir ve rahatlıkla iletişim kurabilirler. Bu durumda, sosyal medya üzerinden iletişime geçen diğer bireyler, yapılan paylaşımlardan doğrudan etkilenebilmektedirler.²² Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, insanlar arasında domino taşı etkisiyle birbirlerini dinî ve sosyal açıdan etkileyebilmektedir. Kişilerin herhangi bir otoriteye bağlı olmadan yaptıkları yorumlar, sosyal medya üzerinden hızla yayılabilmekte ve toplumsal infial yaratabilecek boyutlara ulaşabilmektedir.

Dijitalleşme süreciyle birlikte sosyal medya kullanıcıları dinî mesaj ve bilgilerini, inançlarının ilke ve doktrinlerini, ibadetlerini ve kutsal metinlerini de fiziksel uzamdan sanal ortama taşımış; sanal olarak, sesli ve görsel iletişimlerini devamlı hâle getirmiştir.²³ Sosyal medyada paylaşım yapılan içerikler arasında din ile ilgili paylaşımlarda yerini almıştır.

Dindarlık kavramı birçok kişiye göre farklı tanımları olan bir kavramdır. Dindar birey denilince aklımıza ilk olarak çokça ibadet eden, dinin emrettiği biçimde giyinen, kısaca hayatını dinin emir ve yasaklarına göre şekillendiren kişiler gelir. Dindarlık, bir kişinin ya da grubun günlük yaşamında dinin önemini ifade eden, dine inanma ve bağlanma seviyesini gösteren bir unsurdur.²⁴ Bireylerin dinî inançlarının gereği olarak ibadet ve ritüellerini sanal

¹⁶ Nebiye Konuk, "Bir Sosyal Medya Aracı Olarak Instagram Kullanımı ve Kişisel İletişim Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri ile Araştırma", *EUropeanJournal of ManagerialResearch* 3/4 (2019), 4.

¹⁷ Fatimatüzzehra Topkara, *Sosyal Medya Dolaşımındaki Yaygın Toplumsal Sorunlarda Yankı Odası Etkisinin İncelenmesi: Twitter Örneği* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 92.

¹⁸ Semih Göncü, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme", *TRT Akademi* 3/6 (2018), 595.

¹⁹ Zeynep Zelal Kızılkaya, "Gençlerin TikTok Kullanım ve Doyumu Üzerine Nitel Bir Araştırma", *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10/1 (2022), 234.

²⁰ Habibe Akçay Bekiroğlu - Asuman Banu Hülür, "Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ve Dijital Şizofreni Üzerine Bir Araştırma", *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi* 6/14 (2016), 150.

²¹ Gözde Yiğit, *Facebook'ta Sanal Cemaatlerin Oluşumu ve Sürdürülmesi: İzmir Merkezli Facebook Grupları Üzerine Bir Araştırma* (İzmir: Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 71.

²² Aylin Tutgun Ünal, *Sosyal Medya Etkileri, Bağımlılığı ve Ölçülmesi*, 196.

²³ Mahmut Kutlu, "Sosyal Medyada Hatalı Dini Paylaşımların Analizi", *Ahi Evran Akademi* 3/2 (2022), 16.

²⁴ Hayati Hökelekli, *Din Psikolojisi* (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 2010), 32.

ortamda yerine getirmeleri veya bu eylemleri sosyal medyada paylaşımları, dinsel yaşamın sanal ortamdaki hızını ve gücünü artırmıştır.

Dindarlık, bir dinin kabul ettiği inanç, amel ve ahlaki ilkeleri benimseme ve onları kendi duygu, düşünce ve davranışlarında tezahür ettirme anlamına gelir. Bir dini kabul eden ve o dinin ilkelerine göre hayatını sürdüren kişilere dindar denir.²⁵ Dindarlık, kişilere belli başlı kural ve disiplin ile yaşamalarını öğretir. Dindar olmak, sadece kalpte ve ruhta dinî duyguları yaşamamanın ötesinde, farklı boyutlarda da yaşanması gereken bir kavramdır. Dindarlığı yalnızca ibadet ve eylemsel düzeyle sınırlı tutmak doğru olmaz.

Sanalda kalan dindarlık tipolojisi, dindarlığın yalnızca sanal dünyada var olup burada kalmasından söz eder. Dindarlığın birçok farklı tipi ve boyutu bulunmakla birlikte son yıllarda dijitalleşmenin hayatımızın her anında etkili olması nedeniyle bireyler sanal dünyayla iç içe geçmiş durumdadır.²⁶

Kırsal alanlar veya şehre yakın mahalle ve köylerde yaşayan insanlar, sosyal medyanın hayatlarına girmesiyle birlikte şehirlerdeki ve büyükşehirlerdeki gelişmeleri takip edebilmekte ve bu gelişmelerden etkilenebilmektedirler.

Kırsal kesimde başlıca takip edilen ve şehirlerde de popüler olan medya vaizliği, yaşanan sosyal gerçeklikten ve sorunlardan kopuk olarak dinleyicilerine hoş ve güzel bir hayat betimlemesi sunmaktadır. Dinleyen kitleler ise kendilerini bu hayata dâhil olmuş gibi hissedebilir ve gerçeklikten uzak bir dünyada bulabilirler. Bu tür sohbetler, popüler kültürün bir tezahürü olarak yorumlanabilir.²⁷ Din ile ilgili anlatılar, artık sosyal medyada yapılr hâle gelmiş ve bu tür anlatıları dinleyen ve takip eden bir kitlenin varlığından da söz edilebilir.

Günümüzde çoğu kurum ve cemaatin faal bir biçimde kullandığı internet siteleri ve sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Dinî gruplar, dinî görüş, düşünce ve yaklaşımlarını daha büyük kitlelere ulaştırarak toplum üzerinde etkili olmak için dijital araçlardan faydalanmaktadır.²⁸ Her cemaat ve dinî grubun kendine özgü öğreti ve ibadet pratikleri bulunsa da bu öğretileri daha geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla interneti ve sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanmayı kaçınılmaz bir gereklilik olarak görmektedirler. Bu amaçla belirli simalar medya üzerinden tanınır hâle getirilerek, “İslami sosyal medya fenomeni” olarak adlandırılan karakterler sosyal medyada yerini almıştır.

İslami sosyal medya fenomeni ise İslami temelde yaptığı paylaşımlarla dikkat çeken, yüksek takipçili ve kanaat önderi olarak algılanan, sosyal medya kullanıcılarını yönlendiren kişiler olarak görülebilir.²⁹ Bireylerin dikkatini kendinde toplayan medya endüstrisi, daha sonra bireylerin günlük gereksinimlerinden uyulması gereken kurallara kadar birçok bilgi, görüş ve imge aktararak yeni bir toplumun inşasını yapma çabası içine girmiştir.³⁰ Sosyal medya, hem dindar hem de dindar olmayan bireyler tarafından yoğun biçimde kullanılmakta ve kullanıcı sayısındaki artışla birlikte, bu platformları yöneten şirketlerin köyde ya da kentteki bireylerin düşünce ve davranışlarını yönlendirme gücü giderek artmaktadır.

²⁵ Maksut Çetin, “Dindarlık-Ahlak İlişkisi ve Dini-Toplumsal Yansımaları”, *Mizanü'l-Hak: İslami İlimler Dergisi* 13 (2021), 84.

²⁶ Özyiğit, *Sosyal Medya ve Dindarlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Ereğli/Beyköy Örneği*, 35.

²⁷ Ekmel Geçer, *Medya ve Popüler Kültür* (İstanbul: Metamorfoz, 2015), 312.

²⁸ Osman Varsak, *Sosyal Medya Kullanımının Dini İnanç Ve Davranışla İlişkisi (Bursa Lise Öğrencileri Örneği)* (Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023), 60.

²⁹ Filiz Çömez Polat - Göklem Tekdemir, “Sosyal Medyada Müslüman Kimlik Algısı: İslami Fenomenler ve Twitter Örneği”, *Journal of Media and Religion Studies* 3/2 (2020), 168.

³⁰ Hakan Çelikten, “Geleneksel Toplumdan Modern Topluma Geçişte Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Etkisinin Âşık Tarzı Şiir Geleneği Üzerinden Okunması”, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi* 13/30 (2020), 667.

Sosyolojik ölçütler kapsamında köy, iş bölümünün gelişmediği, ekonomisi tarıma bağlı, geniş aile örneklerinin yaygın ve yüz yüze komşuluk ilişkilerinin çok olduğu, bu açıdan kentsel topluluklardan ayrılan küçük toplumların yaşadığı yerleşim yerleri olarak tanımlanmaktadır.³¹ Köy hayatı, ikili ilişkilerin ve bireylerin birbirini tanıdığı, kimin neyle meşgul olduğunun bilindiği küçük yerleşim yerleri olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda köydeki bireyler dindarlıklarını ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını, birbirlerini tanıyan akraba, eş ve dost çevreleriyle birlikte sürdürmektedirler.

Köy hayatı geleneksel bir yapıdadır. Teknik, ekonomik, politik ve kültürel unsurlardaki değişim şehir hayatına göre daha yavaştır. Öte taraftan kentler ise sürekli sosyolojik bir değişim ve gelişim içerisinde olan yerleşim mekânlarıdır.³² Köy hayatı tarihsel olarak samimiyet ve sıcak ortamları çağrıştıran, doğal ve özgün yaşam alanlarıdır. Köyde yaşayan bireyler ise dışarıdan gelen kişileri ve onların kültürel etkilerini genellikle hemen kabul etmeyen, daha kapalı bir toplumsal yapıya sahip bireylerdir.

6. Araştırmanın Bulgu ve Tartışmaları

6.1. Dindarlık Algısı ve Sosyal Medya Kullanımı

Bu kısımda katılımcılara, “Dindarlık denilince aklınıza ne geliyor?”, “Sosyal medya kullanımını din açısından doğru buluyor musunuz?” ve “Sosyal medyanın dindarlığınıza etkileri nelerdir?” soruları yönlendirilmiştir.

Katılımcıların büyük bir kısmı dindarlığı, ibadet ve ritüellere bağlılıkla tanımlarken, sosyal medya kullanımına yönelik tutumlarında geleneksel-modern ayrımına dayalı farklılıklar gözlemlenmiştir.

K.1: “Benim aklıma Kur’an ve hadislerden ayrılmamak geliyor... Ecnebi icatlarının gösterdikleri yoldan gitmedim.

K.2: “Dindarlık denince aklıma Allan’ın dediklerini yapmak, haram işlememek... Din veya dindarlık sadece namaz kılmaya veya ibadet etmeye sığdırılmamalıdır bence.”

K.9: “Dindarlığımız internet ortamı ile artmadı, aksine eksildi... Dinî günlerde biraz güzel söz ve hadisler var, hepsi bu.”

K.10: “Dindarlık sosyal medya kullanarak değil, ibadet ederek artar diye düşünüyorum. Sosyal medyadaki paylaşılan dinî şeyler gerçekten de dindarlığını yansıtıyorsa kişi zaten dindardır.”

Bu ifadeler, sosyal medyayı dinî değerler açısından yabancılaşma unsuru olarak gören geleneksel bakış açısını yansıtmaktadır. Literatürde bu yaklaşım, modernleşme ile geleneksel değerler arasındaki gerilimin çevrimiçi platformlara yansması bağlamında ele alınmaktadır.

Dindarlık; dindar olma, kişinin herhangi bir dinsel yapıya bağlı kalması ve dinin emirlerini çabayla yerine getirmesi, ait olduğu dine dair inanç, ibadet ve sembollere ilişkin kabullenme, yoğunlaşma ve meşguliyet olarak ifade edilir.³³ Dinî değerlere bağlılık, kişinin duygularındaki sahiplenme arzusu ve kendini dinin gereklerini yerine getirdiğinde mutlu olma hâlidir. Araştırma bulguları, sosyal medya kullanımının bireyin dindarlığını yansıtmada

³¹ Hacı Kurt, “Türkiye’de Kent-Köy ve Kentli-Köylü Algısı Üzerine Bir Araştırma”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 3/6 (2014), 2.

³² Mehmet Güney, *İlkokul 2. 3. ve 4. Sınıf Köy ve Kent Okullarına Devam Eden Çocukların Resimlerinde Doğayı Anlatmadaki Farklılıkların İncelenmesi* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 60-61.

³³ Abdülcelil Bilgin, “Din, Dindar, Dindarlık: Öz Eleştirel Bir Değerlendirme”, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2/2 (2014), 76.

yeterli olmadığını; esas olarak dinin gereklerini yerine getirmenin dindarlık göstergesi olarak öne çıktığını göstermektedir.

Duygu ve tecrübe, bütün dinlerin mensuplarında bireysel olarak hissedilen manevi birer hazdır. Dinler tarihine göz atıldığında dinlerin oluşum, gelişim ve büyümesinde tecrübenin büyük bir güç ve ehemmiyet arz ettiği görülmektedir.³⁴ Dinî inançlarını geleneksel yapılar doğrultusunda şekillendirmiş bireyler, sosyal medya gibi modern ve teknolojik mecralara, dinî hassasiyetlerini koruma amacıyla daha ihtiyatlı bir tutum sergilemektedir.

6.2. Sanal Olanla Yaşanılan Dindarlıklar Arasındaki İlişki

Bu kısımda katılımcılara, “Sosyal medyadaki dinî tutum ve dinî paylaşımlarla normal hayattaki dinî tutum ve davranışların benzerlik ve tutarlılığı hakkında ne söylersiniz?” ve “Sosyal medyadaki ve köydeki dindarlık algısının köyde yaşayanlar kapsamında farklılıkları ve benzerlikleri nelerdir?” soruları yönlendirilmiştir.

Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda, sosyal medya ile dindarlık arasındaki ilişki; bireylerin gerçek yaşamlarındaki dinî pratikleriyle, sanal ortamda sergiledikleri dinî tutumlar karşılaştırılarak incelenmiştir. Bu karşılaştırma, özellikle “gösterişçi dindarlık” yaklaşımını ön plana çıkarmış, bireylerin dijital ortamda dinî kimliklerini sergileme biçimlerinin gerçek yaşamla çoğunlukla farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, sosyal medyada dinin temsil biçimlerinin daha görünür hâle geldiğine işaret etmektedir.

K.3: “Birçok şeyde olduğu gibi dindarlıklarımızda da samimi değiliz, farklılık gösteriyor internet ortamında gösterdiğimiz görünüm ile normal hayatta gerçek olan görüntümüz...”

K.4: “...Herkesin niyeti üç aşağı beş yukarı aynıdır. Namazda gözü olmayanın ezanda kulağı olmaz demiş atalarımız, bir kimse dine, dindarlığa önem vermese neden sosyal medyada bu tür paylaşımlar yapma gereksinimine girsin? ...”

K.7: “...Sosyal medya ve köyde benim gördüğüm dindarlık benzeşmeleri, cuma günleri paylaşılan mesajların ardından camiye katılım oluyor paylaşım yapan kişiler tarafından. Farklılıkları ise şöyle sıralayabilirim: sosyal medyada paylaşılanlar gibi köydeki hayatlarında bu şekilde davranmıyorlar, sosyal medyada yapılan paylaşımlar samimi gelmiyor...”

Dindarlık kavramı tek bir tanım veya ifadeyle sınırlandırılmayacak kadar kapsamlıdır. Sahadan elde edilen verilere göre, dindarlığını gerçek anlamda hisseden bir bireyin, sanal ya da gündelik yaşam fark etmeksizin bu inancı yaşaması gerektiği yönünde bir görüş egemendir. Diğer yandan, “dindarlıklarımızda samimi değiliz” ifadesi, dindarlığın yüzeysel ve göstermelik bir biçimde yaşandığını ortaya koymaktadır.

Gösterişçi dindarlığın oluşması ve gelişiminde çeşitli sosyal nedenlerin rol oynadığı belirtilebilir. Bu kapsamda örneğin imaj ve gösteri, moda ve kıyafet, biçime ve niceliğe önem verme, farklılıkları kabul etmeme, baskı, kınama, korku, dışlanma, tutuculuk, meşruluk, gibi etkenler gösterişçi dindarlığın toplumsal nedenleri olarak söylenebilir.³⁵ Dışarıdan gelen toplumsal baskılarla şekillenen gösterişçi dindarlıkların yanı sıra bireylerin kendilerini kandırarak var olmayan bir dindarlığı varmış gibi etiketlemeleri, kişisel bir çelişkiyi yansıtmaktadır.

İç güdümlü dindarlıkta inanış yaşam standartlarını etkilerken dini yaşama şekli içten ve samimidir. Dış güdümlü dindarlıkta ise din bir amaçtır. Dindarlığı etkileyen sebepler arasında

³⁴ Hasan Kayıklık, “Bireysel Dindarlığın Boyutları ve İnanç-Davranış Etkileşimi”, *İslami Araştırmalar Dergisi* 19/3 (2006), 492.

³⁵ Ejder Okumuş, “Gösterişçi Dindarlık”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 6/2 (2006), 24.

aile, yaş, eğitim, çevre, dinî gruplar, örgütler, kitle iletişim araçları söz konusudur.³⁶ Dindarlık, her kuşak, yaş ve sosyolojik faktörlere bağlı olarak değişkenlik gösterirken katılımcılardan alınan mülakatlar doğrultusunda bireylerin sosyal medyada paylaştıkları dindarlık göstergeleri ile gerçek hayatta sergiledikleri dindarlıklar arasında bir tezat olduğu görülmüştür. Bu durum dindarlıkların gösterimindeki yapaylığı ortaya koymaktadır.

6.3. Z Kuşağında Sosyal Medya ve Dindarlık İlişkisi

Bu kısımda katılımcılara, “Sosyal medya ve dindarlık ilişkisi Z kuşağında nasıl etkiler oluşturdu?” ve “Köyde edindiğiniz dinî bilgiler ile sosyal medyada karşılaştığınız dinî bilgiler arasında bir çatışma oldu mu?” soruları yönlendirilmiştir.

Katılımcıların verdikleri cevaplara bakıldığında Z kuşağı olarak tanımlanan yeni nesil, dindarlık ve sosyal medya platformları arasında bağlı bir ilişki yaşamaktadırlar. Kent yaşamında buldukları internet imkânını köy ortamında bulamadıklarından ötürü sosyal medya yerine ibadet yapmayı tercih etmektedirler. Literatürle ilişkisine bakıldığında dindarlığın etki boyutundan izler görülmektedir.

Dinin etki boyutu, dinin toplumda oluşturduğu ahlaki etkiyi ve bu etki kapsamında yaratılan ahlaki duruşu göstermektedir.³⁷ Bununla birlikte Z kuşağının dinî davranışlarının ve eğilimlerinin, önceki kuşaklardan farklı bir şekilde şekillendiği bulgular arasındadır. Z kuşağının dinî ibadetlerini yerine getirme şekli, dışsal faktörlere (sosyal medya, toplumsal baskılar, aile etkisi) dayandığı görülmektedir. Bu da dindarlığın daha çok “etik” veya “ahlaki” bir boyutla ilişkili olmasına neden olmaktadır. Yani, Z kuşağı dinî ritüellere katılırken bunu sadece bir gelenek ya da inanç olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve ahlaki bir sorumluluk olarak görmektedir.

K.5: “...bu nesil daha çok dinin işlevselliğini kullanmakta; örneğin şehirde yaşayan Z kuşağı, ramazan ayında iftar çadırında karnını doyurmak, cami cemaatinden yaşlı amcalardan harçlık almak gibi. Köyde yaşayan Z kuşağı ise daha çok ailesi ve yakın tanıdığı büyüklerinden takdir ve övgüyü almak için saygılı bir biçimde dinî gereklerini yerine getiriyor.”

K.6: “...Yazın köye geldiğimde vakit namazlarına özellikle Cuma namazlarına dedem beni istekli veya isteksiz götürüyor. Şehirde daha çok arkadaşlarım ile kendi hâlimizde takılıyor, yazın dindarlığım artıyor galiba.”

K.8: “...Sosyal medya bizim nefes alabileceğimiz bir alan... Yazın köye gittiğimizde köyde sosyal medya kullanmam için çok vakit bulamıyorum; çünkü internet çekmiyor... Köyde öğrendiğim bir duadaki yazılan kelimeler ile sosyal medyada gördüğüm aynı duanın farklı kelimeler ile yazıldığını fark ettim.”

Bu ifadelerden de anlaşılabacağı üzere, Z kuşağının dindarlık bağlamındaki gündelik yaşamları, büyük ölçüde çevresel yönlendirmelerle şekillenmektedir. Sosyal medyanın bu kuşak üzerindeki etkisi ise belirgin bir şekilde yüksek olup, bu nedenle Z kuşağı bazen “internet kuşağı”, “web kuşağı” olarak tanımlanmaktadır. Önceden bu konuya dair yapılan çeşitli çalışmalar olmakla birlikte Z kuşağı ve dindarlık anlayışının sosyal medya bağlamındaki yeri, sahadan elde edilen veriler ışığında literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır.

³⁶ Papatya Topçu - Nil Esra Dal, “Dindarlığın Gösteriş Tüketimi Üzerine Etkisi”, *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi* 5/2 (2022), 137.

³⁷ Hasan Kafalı, “‘Diyane’ Soruları Programına Sorulan Soruların Glock ve Stark’ın Dindarlık Boyutlandırmasına Göre Tasnifi ve Değerlendirilmesi”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 6/1 (2023), 185.

Singh ve Dangmei ise Z kuşağını; web, internet, akıllı telefonlar ve dizüstü bilgisayarlar ile özgürce erişilebilen ağlar ve dijital medya dünyasında var olan tarzında tanımlamışlardır. Sosyal medyayı aktif olarak kullanan Z kuşağı, internette bulunan içerikleri tercih etmektedirler. İnternette gezinmek ve YouTube videoları izlemek için çok fazla vakit harcarlar. Akıllı telefonu bir statü sembolü olarak görmekle beraber işlevsel çağrışımı da önemli bulmaktadırlar.³⁸ Araştırmada Z kuşağına mensup gençlerle gerçekleştirilen mülakatlar ve saha verileri, bu kuşağın internet ve sosyal medya tarafından önemli ölçüde etkilendiğini göstermektedir. Bununla birlikte, dindarlıkla ilişkili içeriklerin takibi veya paylaşımı açısından sosyal medyanın yoğun şekilde kullanılmadığı tespit edilmiştir.

Sonuç

Sosyal medya ve dindarlığın kırsal olan küçük bir köy yerleşkesinde nasıl bir etkileşim içerisinde olduğu ve farklı demografik özelliklere sahip katılımcıların dindarlık bağlamında sosyal medyayı hangi yönleri ile kullandıkları çalışma ile tespit edilmiştir. Literatürde sosyal medya ve dindarlık konuları üzerine birçok araştırma yapılmakla birlikte kırsalda bu çalışmanın yapılması alana ayrıca bir katkı sağlamıştır.

Sosyal iletişim teknolojilerinin içerisinde yer alan sosyal medya günlük rutin hayatın akışında en çok kullanılan internet ağlarından biridir. Sosyal medyada bireyler, kimlik arayışı, kendini beğendirme, üstün görme, aidiyetlik hissi gibi duyguları tecrübe edebilmektedirler. Sosyal medya, öncelikle genç ve orta yaş daha sonra küçük yaş ve ileri yaş kuşaklarının aktif olarak kullandığı bir alandır. Şehir ve köy olarak kıyaslandığında şehir hayatında daha çok kullanılmaktadır. Bunun sebebi ise kırsal yaşamda internet alt yapısının yetersiz olması ve şehir hayatına göre daha yavaş ilerleyen sosyal değişimden kaynaklanmaktadır.

Sosyal medyanın her alanla ilgili bireylere sunduğu bilgi ve içeriklerden biri de din ve dindarlıkla ilgili paylaşımlardır. Dijitalleşmenin etkisiyle birlikte bireyler; dinî konularda bilgi edinmek, tartışmalara katılmak, farklı bakış açılarını görmek ve inançlarını ifade etmek için sosyal medyayı aktif biçimde kullanmaktadır. Bu platformlar hem geleneksel dinî otoritelerin hem de bireysel kullanıcıların dinî söylemlerini yaygınlaştırebildikleri alanlar hâline gelmiştir. Dindarlık anlayışı, kişilere göre farklılık göstermektedir. Kimileri, dindarlığı yaptığı ibadetlere sığdırırken kimileri de bireylerin karakterlerine ve günlük hayattaki ahlaki erdemlerine göre yorumlamaktadır. Katılımcıların kullandıkları sosyal medya aracılığıyla ulaştıkları dindarlığa dair deneyim ve tecrübeler, sahada yapılan mülakat verileri ile değerlendirilmiştir. Sahadan toplanan verilere göre orta yaş ve ileri yaş katılımcılar Facebook ve WhatsApp kullanmaktadırlar. Genç ve çocuklar ise Instagram ile TikTok kullanmaktadırlar. Eğitimli ve memur olarak çalışan katılımcıların ise X kullandıkları görülmektedir. Sahada yapılan mülakatların farklı yaş ve meslek grupları ile yapılması, kırsal bir alanda olması ayrıca sosyal ve beşeri ilimlerin birden çok konusunu içermesi sebebiyle çalışmaya literatür içerisinde özgünlük sağlamaktadır. Gelecekte homojen yapıya sahip olan bu araştırmanın yapıldığı saha, zaman içinde değişim ve farklılaşma gösterebilir. Bu durum, alanla ilgili araştırmalar yapan kişiler tarafından ilerleyen dönemlerde yeniden ele alınarak bir araştırma konusu hâline gelebilir.

Bulgular arasında sosyal medya ve dindarlık etkileşimi, köy-kent bağlamında sosyal medya ve dindarlık, Z kuşağının sosyal medya ile dindarlık ilişkisi yer almaktadır. Sosyal medyanın köy halkını dindarlık kapsamında çok yönlü bir çerçevede etkilediği

³⁸ Gökben Bayramoğlu - Fırat Gültekin, "Z Kuşağının Sosyal Medya Bağımlılığının Yaşam Doyumu Üzerine Etkisi", *Turkuaz Uluslararası Sosyo-Ekonomik Stratejik Araştırmalar Dergisi* 5/1 (2023), 31-32.

görülmektedir. Şöyle ki katılımcılardan çoğu, sosyal medyayı dinî konuda gereksiz ve işlevsiz görürken bazıları ise sosyal medyayı dinî gösterimlerin olduğu bir mecra olarak görmektedir. Ayrıca Z kuşağı kapsamına giren katılımcılar ise sosyal medyayı bolca vakit geçirdikleri ve dış dünyadan kendilerini soyutladıkları bir alan olarak görmektedirler. Sosyal medya bireylerin tümüne hitap eden bir mecra hâline gelmiştir. Katılımcıların dindarlıkla ilgili düşünceleri, sosyal medya çerçevesinde olumsuz olarak değerlendiriliyor olsa da sosyal medya aracılığıyla dinî paylaşımların yapılması ve diğer bireylere ulaşılması açısından bu platformların sunduğu hizmetin inkâr edilemez olduğu görülmektedir.

Bireylerin içlerinde yaşadıkları dinî tecrübe ve hisler sosyal medyaya olduğu gibi yansımıştır. Araştırmada sosyal medyada gösterilen dindarlık gösterimlerinin daha çok medya dindarlığı olarak yansıtıldığı ve gerçek hayatta yaşanan dindarlıkları göstermediği tespit edilmiştir. Altmış yaş üzeri katılımcılar, sosyal medyaya din konusunda mesafeli durmakta ve sosyal medyayı dindarlığı arttıran değil, eksilten bir alan olarak görmektedirler. Bu da çalışmanın başlıca problemine verilen yanıt niteliğindedir. Yine altmış yaş üzeri katılımcılarda dinî alan ve sosyal medyanın herhangi bir ilerleme yapamayacağı düşüncesi hâkimdir. Çünkü internet ve sosyal medya bu yaş grubu için sosyolojik faktörler açısından din ile ters yönde giden iki kavramdır. Orta yaş grubu katılımcılar sosyal medyaya dindarlık konusunda “ayna” görevi gören bir mecra olarak bakmaktadırlar. Sosyal medya, bireyin dindarlığını temel anlamda etkilemeyen ancak kişilerin var olan dindarlıklarını yansıtan bir mecra olarak görülmektedir. Ayrıca bu yaş grubunda “dindar olan birisi, diğerlerine yalan söyleme gereği duymaz ve dindarlık anlamında ne ise onu gösterir” düşüncesi görülmektedir. Sosyal medyada gösterişçi dindarlıkla ilgili olarak ise bazı katılımcılar, “dindarlıklarımızda samimi değiliz” demiştir. Bu söylemle, bireylerin dindarlığının gerçek hayatlarındaki durumu ile sosyal medyadaki durumu arasında bir farklılığın olduğu yönündeki tespitler çalışmanın bulgularıyla ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada dindar olarak paylaşım yapan kişilerin, köy hayatlarındaki dindarlıklarını gösteremedikleri yönündeki tespitler de araştırmanın bulguları arasında yer almaktadır. Köydeki ve şehirdeki yaşam standartlarında Z kuşağı olarak tanımlanan yeni neslin sosyal medya ve dindarlık ilişkisine bakılacak olursa, sosyal medyayı çokça kullanan ama dinî konuda çok da sosyal medyaya ihtiyaç duymayan bir kuşak görülmektedir. Ayrıca bu nesilden gelen bazı cevaplardan, köy hayatında büyüklerin takdirini ve saygısını kazanmak için dindarlıklarını gösterenlerin de olduğu görülmektedir. Bu da alanda dindarlığı işlevsel olarak gören ve dinî gösterimleri gösterişçi dindarlık olarak belirtilen araştırma başlıklarının nasıl oluştuğunu bize göstermektedir. Z kuşağı özgürlüğüne düşkün, baskı ve disiplin altına girmeyi kabul etmeyen bir internet kuşağı olarak görülmektedir. Bu bağlamda dindarlık konusunda sosyal medyanın bu kuşağı kazanması olasıdır. Dışarıdan gelen teklif ve teşviklerle dinî ritüellere katılmaları, ibadet ve inanç sistemini şekillendirmeleri sosyal medya ile mümkün hâle gelecektir. Bu konuyla ilgili olarak ise dinî eğitim veren kurum ve kuruluşların daha fazla alan çalışmalarına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

Kaynakça

- Akçakaya, Esmâ. *Sosyal Medya Vaizleri (Twitter Örneği)*. Yalova: Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Akgül, Mehmet. "Dijitalleşme ve Din". *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 17/2 (2017), 191-207.
- Altay, Nalan. "Türkiye’de Sosyal Bilgiler Eğitimi Alanında Yazılan Makalelerin Değerlendirilmesi". *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 11/1 (2020), 22-35.
- Atlas, Mahmut. "Bilimsel Bir Araştırmanın Adımları". *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 19/1 (2003), 25-41.
- Ayaz, Orhan. *Medyanın Ergenlerin Dini Sosyalleşmesine Etkileri: Sakarya/Akyazı Örneği*. Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.
- Bayramoğlu, Gökben - Gültekin, Fırat. "Z Kuşağının Sosyal Medya Bağımlılığının Yaşam Doyumu Üzerine Etkisi". *Turkuaz Uluslararası Sosyo-Ekonomik Stratejik Araştırmalar Dergisi* 5/1 (2023), 27-53.
- Bekiroğlu, Habibe Akçay - Hülür, Asuman Banu. "Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ve Dijital Şizofreni Üzerine Bir Araştırma". *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi* 6/14 (2016), 146-175.
- Bilgin, Abdülcelil. "Din, Dindar, Dindarlık: Özeleştiril Bir Değerlendirme". *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2/2 (2014), 75-83.
- Böke, Kaan. "Sosyal Bilimlerde Araştırma". *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. ed. Kaan Böke. 38/3-30. İstanbul: Alfa Yayınları, 4. Basım, 2014.
- Can, Gökhan. "Yeni Medya ile Geleneksel Medya Çerçevesinde Sayfa Tasarımın (Mizanpajın) Dönüşümü: Hürriyet Gazetesi Örneği". *Yeni Medya* 6 (2019), 20-31.
- Cerrah, Lokman. "Kırsal Kesimde Dindarlık ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü Örneği)". *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi* 1/51 (2021), 90-115.
- Cerrah, Lokman. *Sosyal Medyada Din Algısı: Twitter Örneği*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015.
- Çelikten, Hakan. "Geleneksel Toplumdan Modern Topluma Geçişte Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Etkisinin Âşık Tarzı Şiir Geleneği Üzerinden Okunması". *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi* 13/30 (2020), 654-669.
- Çetin, Maksut. "Dindarlık-Ahlak İlişkisi ve Dini-Toplumsal Yansımaları". *Mizanü'l-Hak: İslami İlimler Dergisi* 13 (2021), 83-106.
- Çömez Polat, Filiz - Tekdemir, Göklem. "Sosyal Medyada Müslüman Kimlik Algısı: İslami Fenomenler ve Twitter Örneği". *Journal of Media and Religion Studies* 3/2 (2020), 165-180.
- Geçer, Ekmel. *Medya ve Popüler Kültür*. İstanbul: Metamorfoz, 2015.
- Göncü, Semih. "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme". *TRT Akademi* 3/6 (2018), 590-612.
- Gözde, Yiğit. *Facebook'ta Sanal Cemaatlerin Oluşumu ve Sürdürülmesi: İzmir Merkezli Facebook Grupları Üzerine Bir Araştırma*. İzmir: Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Güneş, Abdurrahman. "Medyanın Olumsuz Din Algısına Etkisi". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 28/1 (2017), 203-216.

Güney, Mehmet. *İlkokul 2. 3. ve 4. Sınıf Köy ve Kent Okullarına Devam Eden Çocukların Resimlerinde Doğayı Anlatmadaki Farklılıkların İncelenmesi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Hökelekli, Hayati. "Din, Dindarlık ve Boyutları". *Din Psikolojisi*. ed. Hayati Hökelekli. 20-44. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 1. Basım, 2010.

Kafalı, Hasan. "'Diyane't'e Sorulim' Programına Sorulan Soruların Glock ve Stark'ın Dindarlık Boyutlandırmasına Göre Tasnifi ve Değerlendirilmesi". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 6/1 (2023), 183-203.

Kayıklık, Hasan. "Bireysel Dindarlığın Boyutları ve İnanç-Davranış Etkileşimi". *İslami Araştırmalar Dergisi* 19/3 (2006), 491-499.

Kızılkaya, Zeynep Zelal. "Gençlerin TikTok Kullanım ve Doyumu Üzerine Nitel Bir Araştırma". *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10/1 (2022), 231-247.

Koç, Halil İbrahim. *Sosyal Medya ve Narsisizm Kültürü*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Konuk, Nebiye. "Bir Sosyal Medya Aracı Olarak Instagram Kullanımı ve Kişisel İletişim Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri ile Araştırma". *European Journal of Managerial Research* 3/4 (2019), 1-26.

Kurt, Abdurrahman. *Din Sosyolojisi*. İstanbul: Sentez Yayınları, 10. Basım, 2016.

Kurt, Hacı. "Türkiye'de Kent-Köy ve Kentli-Köylü Algısı Üzerine Bir Araştırma". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 3/6 (2014), 2.

Kutlu, Mahmut. "Sosyal Medyada Hatalı Dini Paylaşımların Analizi". *Ahi Evran Akademi* 3/2 (2022), 14-30.

Okumuş, Ejder. "Gösterişçi Dindarlık". *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 6/2 (2006), 17-35.

Özcan, Yusuf Ziya - Özbay, Özden. "Sosyolojide Yöntem". *Sosyolojiye Giriş*. ed. İhsan Sezal. 55-94. Ankara: Martı Kitap ve Yayınevi, 1. Basım, 2002.

Özyiğit, Veli. *Sosyal Medya ve Dindarlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Ereğli/Beyköy Örneği*. Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Topçu, Papatya - Dal, Nil Esra. "Dindarlığın Gösteriş Tüketimi Üzerine Etkisi". *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi* 5/2 (2022), 133-153.

Topkara, Fatımatüzzehra. *Sosyal Medya Dolaşımındaki Yaygın Toplumsal Sorunlarda Yankı Odası Etkisinin İncelenmesi: Twitter Örneği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.

Tutgun Ünal, Aylin. *Sosyal Medya Etkileri, Bağımlılığı ve Ölçülmesi*. İstanbul: Der Yayınları, 2. Basım, 2021.

Varsak, Osman. *Sosyal Medya Kullanımının Dini İnanç ve Davranışla İlişkisi (Bursa Lise Öğrencileri Örneği)*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.