



Cumhuriyet İlahiyat Dergisi

Cumhuriyet Theology Journal

| cuid.cumhuriyet.edu.tr |

Founded: 1996

Available online, e-ISSN: 2528-987X

Publisher: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

The Perception of Social Media Among Theology Faculty Students

Mesut Zavalı ^{1,a,*}

¹ Ordu Metropolitan Municipality, Ordu/Türkiye

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 15/01/2026

Accepted: 17/05/2026

Plagiarism: This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

Copyright: This work is licensed under Creative Commons AttributionNonCommercial 4.0 International License (CC BY NC)

Ethical Statement:

The research was conducted following the Ethics Committee Approval dated 28/01/2025 and numbered 2025/15, obtained from the Social and Human Sciences Ethics Committee Presidency of the Ordu University .

ABSTRACT

Digitalization is profoundly transforming established practices in the production, circulation, and representation of religious knowledge; accordingly, examining how theology students (among the most critical actors in this transformation) engage with these processes is particularly significant. Against this backdrop, the study aims to investigate, through a qualitative lens, students' social media use, perceptions of digital privacy, and evaluations of online religious representations at the Faculty of Theology, Ordu University. The research seeks to reveal how theology students position themselves along the axes of religious knowledge, authority, and privacy in social media environments, and what meaning-making strategies they develop in these domains. The study holds distinctive significance in that it analyzes the transformative impact of digitalization on religious life directly through the eyes of young people with theological training. Adopting a phenomenologically oriented qualitative research design, the study conducted semi-structured face-to-face interviews with 12 students (6 female, 6 male) from the third and fourth years. Interview data were analyzed using thematic analysis, with findings organized into three main themes. The first theme addresses students' social media use habits, platform preferences, and the dilemmas posed by digital life. Findings indicate that students perceive social media as both an unavoidable communication space and a problematic medium in terms of control, visibility, and algorithmic manipulation. Students oscillate between the pressure to remain constantly connected on social media and the desire to distance themselves from this domain; while they effectively utilize the information and communication opportunities offered by platforms, they also clearly identify negative aspects such as algorithmic manipulation and time waste, and adopt a critical stance. The second theme examines the transformation of privacy in digital environments, revealing that students develop selective and restrictive strategies in response to exposure culture, popularity pressures, and identity management. Participants attempt to strike a delicate balance between protecting their private lives and being visible on social media; they carefully select their posts and prefer to remain within certain boundaries. The third theme highlights the issue of digital religious authority and representation; participants note that the limited social media presence of institutional religious structures and academic actors creates space for popular figures whose claims are academically questionable. It has been determined that participants criticize religious content on social media through the lens of "information pollution" and "superficiality"; they resist the consumption of religious knowledge detached from its context. The study demonstrates that theology students are not passive consumers of the digital religious sphere but rather develop critical awareness regarding the opportunities and risks this domain presents. The research confirms the need for qualitative studies to understand how digitalization generates new tensions for theology students concerning privacy, authority, and religious representation.

Keywords: Sociology of Religion, Digital Religion, Social Media, Religious Authority, Privacy Perception, Theology Students.

İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Algısı

Süreç

Geliş: 15/01/2026

Kabul: 17/05/2026

İntihal: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.

Telif hakkı: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY NC) kapsamında yayınlanmaktadır.

Etik Beyan: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur. Bu araştırma için Ordu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 28/01/2025 tarihli ve 2025/15 sayılı karar ile etik onay alınmıştır.

ÖZ

Dijitalleşme, dini bilginin üretim, dolaşım ve temsiline ilişkin yerleşik pratikleri dramatik bir biçimde dönüştürmektedir; bu dönüşümün en kritik aktörleri arasında yer alan ilahiyat fakültesi öğrencilerinin söz konusu süreçle kurdukları ilişkinin incelenmesi ise ayrı bir önem kazanmaktadır. Bu gerekçeyle çalışma, Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanım pratiklerini, dijital mahremiyet algılarını ve çevrim içi dini temsillere yönelik değerlendirmelerini nitel bir perspektifle ele almayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel problemi, ilahiyat öğrencilerinin sosyal medya ortamında dini bilgi, otorite ve mahremiyet eksenlerinde nasıl konumlandıklarını ve bu alanlarda ne tür anlamlandırma stratejileri geliştirdiklerini açığa çıkarmayı hedeflemektedir. Çalışma, dijitalleşmenin dini yaşam üzerindeki dönüştürücü etkisini doğrudan ilahiyat formasyonuna sahip gençlerin gözüyle analiz etmesi bakımından özgün bir öneme sahiptir. Nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik desenin benimsendiği çalışmada, 3. ve 4. sınıfta öğrenim gören 12 öğrenciyle (6 kadın, 6 erkek) yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiş ve bulgular üç ana tema etrafında yapılandırılmıştır. Birinci temada, öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, platform tercihleri ve dijital yaşamın doğurduğu ikilemler ele alınmıştır. Bulgular, öğrencilerin sosyal medyayı hem kaçınılmaz bir iletişim alanı hem de kontrol, görünürlük ve algoritmik yönlendirme açısından sorunlu bir mecra olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Öğrenciler, sosyal medyada sürekli çevrimiçi kalma baskısı ile bu alandan uzaklaşma arzusu arasında gidip gelmekte; platformların sunduğu bilgi ve iletişim imkânlarından etkin bir şekilde yararlınsalar da algoritmik manipülasyon ve zaman kaybı gibi olumsuzlukları da açıkça teşhis etmekte ve eleştirel bir tutum sergilemektedirler. İkinci temada, dijital ortamda mahremiyetin dönüşümü incelenmiş; öğrencilerin ifşa kültürü, popülerlik baskısı ve kimlik yönetimi karşısında seçici ve sınırlayıcı stratejiler geliştirdikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar, özel hayatlarını koruma ile sosyal medyada görünür olma arasında hassas bir denge kurmaya çalışmakta; paylaşımlarını dikkatle seçmekte ve belirli sınırlar içinde kalmayı tercih etmektedir. Üçüncü temada ise dijital dini otorite ve temsil sorunu öne çıkmakta; katılımcılar, kurumsal dini yapıların ve akademik aktörlerin sosyal medyadaki sınırlı görünürlüğünün, popüler fakat ilmi yeterliliği tartışmalı figürler için bir alan açtığını dile getirmektedir. Katılımcıların, sosyal medyadaki dini içerikleri “bilgi kirliliği” ve “yüzeysellik” üzerinden eleştirdikleri; dini bilginin bağlamından kopararak tüketilmesine karşı direnç gösterdikleri belirlenmiştir. Sonuç olarak çalışma, ilahiyat öğrencilerinin dijital dini alanı pasif biçimde tüketen özneler olmadığını; aksine bu alanın sunduğu imkânlar ve riskler karşısında eleştirel bir farkındalık geliştirdiklerini ortaya koymaktadır. Araştırma, dijitalleşmenin ilahiyat öğrencileri açısından mahremiyet, otorite ve dini temsil bağlamında yeni gerilim alanları ürettiğini göstermekte ve bu dönüşümü anlamaya yönelik nitel çalışmalara duyulan ihtiyacı teyit etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Dijital Din, Sosyal Medya, Dini Otorite, Mahremiyet Algısı, İlahiyat Öğrencileri.

^a  mesutzav52@gmail.com

 0000-0003-3966-9839

Citation / Atıf: Zavalsız, Mesut. “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Algısı”. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 30/1 (Haziran 2026), 43-62. <https://doi.org/10.18505/cuid.1864099>

Giriş

İletişim teknolojilerindeki her paradigmatik sıçrama (matbaadan radyoya, televizyondan internete) dini bilginin üretim ve dolaşım haritalarını tarihsel süreçte sürekli yeniden çizmiştir. Bu teknolojik evrim, sadece erişim hızını değil; dini otoritenin hiyerarşisini ve kutsal metinle kurulan ilişkinin tabiatını da dönüştürmüştür.¹ 21. yüzyılın dijital devrimi ise süreci salt bir araçsal değişim olmaktan çıkarıp epistemolojik bir kırılmaya taşımıştır. Sosyal medya bugün, dini içeriğin sadece pasif bir şekilde tüketildiği bir mecra olmanın ötesine geçerek; inancın tartışıldığı, sorgulandığı ve yeniden inşa edildiği dinamik bir alan haline gelmiştir.²

Özellikle “dijital yerliler” olarak adlandırılan gençler için bu platformlar, kimlik inşasının ve sosyalleşme süreçlerinin merkezinde yer almaktadır. Dalaylı³ makalesinde, Z Kuşağı’nın influencer etkileşiminin dini ve kültürel değerler üzerindeki etkisini incelemiş; gençlerin sosyal medya üzerinden yabancı kültürlerle hayranlık duyarak kendi dini değerlerinden uzaklaştığını ortaya koymuştur. Diğer yandan Yalvaç Arıcı ve arkadaşlarının⁴ 2025 tarihli karma yöntem araştırması, bu etkinin tek yönlü olmadığını göstererek, dini değerlere önem veren gençlerin sosyal medya davranışlarının bu değerler tarafından şekillendiğini ve daha güçlü bir öz denetime sahip olabildiklerini tespit etmiştir. Buna karşılık dini değerlere daha az önem atfeden gençlerin ise çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlarda aile ve arkadaşlarına karşı daha tepkisel davranışlar sergileyebildiği görülmüştür. Turan’ın⁵ araştırması ise psikolojik boyuta odaklanarak, yalnızlık, dini başa çıkma stratejileri ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma, yüksek dindarlık algısının yalnızlık ve olumsuz dini başa çıkma ile negatif bir ilişkisi olduğunu; **öte yandan** sosyal medyada fazla görünür olmanın bireyin dini memnuniyetini azaltabildiğini ortaya koymuştur. Son olarak Arıcan ve Arıcı’nın bulguları,⁶ gençlerin sosyal medyada karşılaştıkları dini içeriklere karşı genel bir mesafe ve metodolojik bir şüphecilik geliştirdiklerini işaret etmektedir.

Konuyla ilgili doktora tezleri de literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Sarıtunç⁷ Bursa Uludağ üniversitesinde okuyan üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği nitel araştırmasında, üniversite gençliğinin sosyal medya deneyimlerini dini değerler açısından incelemiş; gençlerin bu platformlardaki içerikleri yozlaştırıcı bulduğunu ve mahremiyet ihlallerinden rahatsız olduğunu vurgulamıştır. Varsak⁸ da Bursa’da lise öğrencileri ile yapmış olduğu nicel araştırmada, sosyal medya kullanım düzeyinin artmasının öğrencilerin dini inanç ve pratikleri üzerinde zayıflatıcı bir etki oluşturduğunu; kullanım sıklığı yükseldikçe dini tutum ve davranışlarda belirgin bir gerileme gözlemlendiğini dile getirmiştir. Demir⁹ ise Türkiye’nin yedi farklı bölgesindeki ilahiyat fakültesi öğrencileri ile yapmış olduğu nicel araştırmada, ilahiyat öğrencilerinin sosyal medyayı dini bilgiye erişimde yaygın biçimde kullandığını ancak bu mecraı epistemik açıdan sorunlu, güvenilirliği sınırlı ve eleştirel süzgeçten geçirilmesi gereken bir alan olarak gördüklerini ortaya koymuşlardır.

Bu genel gençlik tablosu içerisinde ilahiyat fakültesi öğrencileri, özgün bir konuma sahiptir. İlahiyat öğrencileri, bir yandan klasik İslami ilimlerin tedrisatından geçerken, diğer yandan sosyal

¹ Heidi A Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media*, ed. Ruth Tsuria (London and New York: Routledge, 2021); Stig Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society* (London: Routledge, 2013).

² Mehmet Haberli, “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/2 (2019), 309.

³ Feyza Dalaylı, “Evaluation of Generation Z and Influencer Interaction in the Scope of Religious and Cultural Values”, *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 27/3 (2023), 769-785.

⁴ Handan Yalvaç Arıcı vd., “The Effect of Religious Values on Self-Control: Social Media Use”, *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 29/1 (2025), 1-28.

⁵ Yahya Turan, “Yalnızlıkla Başa Çıkma: Yalnızlık, Dini Başa Çıkma, Dindarlık, Hayat Memnuniyeti ve Sosyal Medya Kullanımı”, *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 22/1 (2018), 395-434.

⁶ Sümeyra Arıcan - Handan Arıcı, “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri”, *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2 (2021), 1095-1099.

⁷ Berrin Sarıtunç, *Üniversite Gençliğinin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Sosyal Medya Deneyimi (Bursa Uludağ Üniversitesi Örneği)* (Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2021), 303-307.

⁸ Osman Varsak, *Sosyal Medya Kullanımının Dini İnanç ve Davranışla İlişkisi (Bursa Lise Öğrencileri Örneği)* (Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi., 2023), 196-204.

⁹ Mustafa Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)* (Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019), 150-153.

medyanın seküler, hız odaklı ve görünürlüğü kutsayan dünyasında var olma mücadelesi vermektedir. Literatürdeki çalışmalar, bu grubun sıradan bir dindar genç profili çizmediğini göstermektedir. Örneğin Cevherli ve Şentepe¹⁰ ile Demir,¹¹ ilahiyat öğrencilerinin sosyal medyayı yoğun bir bilgi kaynağı olarak kullandığını ancak içerik üretimi ve paylaşımı konusunda “temkinli” ve “edilgen” kaldığını belirtmektedir. Yavuz¹² ve Dereli’nin¹³ bulguları ise bu edilgenliğin altında, öğrencilerin geliştirdiği eleştirel süzgecin ve nitelik sorgulamasının yattığını işaret etmektedir.

Mevcut literatür incelendiğinde, ilahiyat fakültesi öğrencileri üzerine yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak nicel desenli olduğu ve konuyu istatistiksel veriler (kullanım sıklığı, tutum ölçekleri vb.) üzerinden ele aldığı görülmektedir.¹⁴ Ancak bu çalışmalar, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını yalnızca ölçülebilir değişkenler üzerinden hatırlatmakta; bu kullanımın dini kimlik, mahremiyet anlayışı ve dijital ortamda karşılaşılan dini içeriklerle kurulan ilişki üzerindeki yansımalarını sınırlı biçimde ele almaktadır. Bu çalışma, öğrencilerin sosyal medya deneyimlerini kendi öznel görüşleri üzerinden incelemeyi amaçlamakta; dijital ortamdaki dini içeriklere, mahremiyet sınırlarına ve kurumsal ya da popüler dini temsillere ilişkin değerlendirmelerini fenomenolojik bir çerçevede ele almaktadır.

Bu doğrultuda araştırmanın temel sorunsalı, istatistiksel bir durum tespiti yapmaktan ziyade; “İlahiyat fakültesi öğrencileri, sosyal medya ortamındaki dini içeriklere, mahremiyet ihlallerine ve dijital dini temsillere nasıl tepki vermekte; bu alanları nasıl yorumlamakta ve konumlandırmaktadır?” sorusuna yanıt aramaya çalışmaktır. Bu sorunsaldan hareketle araştırmanın temel amacı, ilahiyat öğrencilerinin dijital ortamlardaki dini ve ahlaki deneyimlerini kendi öznel bakış açılarından (fenomenolojik bir derinlikle) anlamlandırmaktır. Çalışmanın nihai hedefi ise elde edilen bu nitel bulgular ışığında, geleceğin din görevlilerinin dijital çağın getirdiği otorite, mahremiyet ve temsil krizleri karşısında nasıl bir eleştirel farkındalık geliştirdiklerini ortaya koyarak alandaki tartışmalara kuramsal bir zemin sunmaktır.

1. Kuramsal ve Kavramsal Çerçeve

1.1. Gençlik ve Sosyal Medya Kullanımı

İletişim teknolojilerindeki devrimsel dönüşüm, sosyal medyayı geleneksel kitle iletişim araçlarından (TV, radyo, gazete) radikal bir biçimde ayırmış; onu tek yönlü bir bilgi akış mecrası olmaktan çıkarıp, çift yönlü etkileşimin ve anlık paylaşımın merkezi haline getirmiştir. İnternet, günümüzde sadece sanal bir veri deposu değil; sosyalleşme pratiklerinin yeniden üretildiği, kimlik inşasının gerçekleştiği ve bilgi edinme süreçlerinin önemli oranda değiştiği birincil yaşam alanı (habitus) konumundadır.¹⁵

Marc Prensky’nin¹⁶ literatüre kazandırdığı “dijital yerliler” (digital natives) kavramıyla tanımlanan genç kuşaklar için bu mecralar sadece bir araç olmaktan çıkmıştır. Bu kuşağın düşünce yapılarının, sosyal alışkanlıklarının ve değer yargılarının dijital ağların akışkan doğasıyla oluştuğu

¹⁰ Kübra Cevherli - Ayşe Şentepe, “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”, *Gençliğin Gelişimi ve Problemleri Karşısında Din Görevlileri*, ed. Abdullah İnce (Ensar Neşriyat, 2016), 140-142.

¹¹ Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*, 87.

¹² Sefer Yavuz, “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Dini Paylaşım Tutumları”, *Dini Araştırmalar* 23/57 (2020), 60-62.

¹³ Mustafa Derviş Dereli, “Dini Yönelim Düzeyi ile Sosyal Medyada Dini İçerikli Paylaşım Tutumu Arasındaki İlişki Üzerine Nicel Bir Araştırma: Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği”, *Erciyes İletişim Dergisi* 9/2 (2022), 1019-1023.

¹⁴ Cevherli - Şentepe, “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”; Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*; Yavuz, “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Dini Paylaşım Tutumları”; Dereli, “Dini Yönelim Düzeyi İle Sosyal Medyada Dini İçerikli Paylaşım Tutumu Arasındaki İlişki Üzerine Nicel Bir Araştırma”; Hüseyin Kasım Koca - Mustafa Mücahit, “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımındaki Mahremiyet Algısı”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 57 (29 Haziran 2023), 7-32.

¹⁵ H. A. Campbell, “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, *Journal of the American Academy of Religion* 80/1 (2012), 64-68.

¹⁶ Marc Prensky, “Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently?”, *On the horizon* 9/6 (2001), 1-6.

görülmektedir. Türkiye’deki güncel veriler, bu dijitalleşmenin ulaştığı boyutu sosyolojik bir gerçeklik olarak önümüze koymaktadır. TÜİK’in 2024 yılı verilerine göre¹⁷ 16-74 yaş grubunda internet kullanım oranı %88,8’e ulaşırken; İstanbul Planlama Ajansı’nın verileri,¹⁸ 16-24 yaş aralığındaki genç nüfusta bu oranın %96,5 ile neredeyse tam kapsama ulaştığını göstermektedir. Bu veriler, gençlerin yaşamlarının önemli bir kısmını “çevrimiçi” (online) bir şekilde geçirdiğini göstermektedir.

1.2. Dijital Din ve Medyatikleşme Süreci

Dijital Din kavramını anlama noktasında Hjarvard’ın “dinin medyatikleşmesi” (mediatization of religion) teorisi önemlidir. Hjarvard’a göre din, modern toplumda medyanın mantığına tabi olmakta; dini içerikler, medyanın talep ettiği “görsellik, hız, eğlence ve tüketilebilirlik” formlarına girerek yeniden oluşmaktadır.¹⁹ Sosyal medyada dini meselelerin on beş saniyelik videolara (Reels/Shorts) sığdırılması, ayetlerin sloganlaştırılarak paylaşılması ve dini anlatının popüler kültür kodlarıyla harmanlanması, bu medyatikleşme sürecinin somut göstergeleridir.

Heidi Campbell ise sürece “dijital din” (digital religion) kavramsallaştırmasıyla yaklaşıyor, çevrimiçi (online) ve çevrimdışı (offline) dini pratikler arasındaki duvarların yıkıldığını dikkat çeker.²⁰ Ancak dini içeriğin “beğeni, paylaşım ve takipçi sayısı” gibi seküler göstergelerle ölçülmesi, kutsallığın derinlikli anlamından uzaklaşıp niceliksel bir performansa indirgenmesine (metalaşma) zemin hazırlamaktadır. Türkiye özelinde Diyanet İşleri Başkanlığı gibi kurumların dijitalleşme hamleleri, (mobil uygulamalar, e-fetva vb.) çağı yakalama girişimi olarak okunabilse de algoritmik akışın denetimsiz doğası, dini bilginin bağlamını yitirmesine ve otorite algısının aşınmasına yol açabilmektedir.

1.3. Dini Otorite ve Dijital Cemaatleşme

Sosyal medya, dini otoritenin yapısını ve işleyişini önemli oranda dönüştürmektedir. Max Weber’in klasik otorite tipolojisi, dijital alanda yeni bir rekabet sahası bulmakta; geleneksel meşruiyet kaynakları, algoritmik görünürlük ve kullanıcı etkileşimi gibi yeni kriterlerle yan yana gelmektedir. Weber’in²¹ kavramsal ayrımından hareketle düşünüldüğünde, Diyanet İşleri Başkanlığı ve ilahiyat fakülteleri gibi kurumsal yapılar “yasal-rasyonel otoriteyi” temsil ederken; cemaat liderleri ve popüler vaizler “karizmatik otorite” biçimlerine daha yakın durmaktadır. Ancak dijitalleşme bu dengeyi sarsmakta ve Campbell’in kavramsallaştırdığı “ağ tabanlı otorite”²² (networked authority) formunu ortaya çıkarmaktadır.

Modern çağda popüler kültür ve medya araçlarının etkisiyle dini otorite parçalanmakta; geleneksel sosyalleşme kurumlarının (aile, cami, medrese) yerini giderek medyanın almasıyla bireyselleşmiş dindarlık yükselmektedir. Sosyal medya bu süreci hızlandırmakta; bilgi kirliliği, yanlış enformasyon ve dini değerlerin dejenerasyonu gibi riskler ortaya çıkmaktadır.²³

Dolayısıyla geleneksel kurumların resmi dili ve hiyerarşik yapısı, dijitalin hızına ve gençlerin beklentilerine yanıt vermekte zorlanırken; teolojik derinliği tartışmalı ancak dijital okuryazarlığı yüksek sosyal medya fenomenleri popülerlik kazanmıştır.²⁴ Bu durum, otorite krizini beraberinde getirmektedir. Duygusal manipülasyona açık, sansasyonel ve kısa içerikler üreten popülist figürler, dijital cemaatler üzerinde etkili olmaya başlamıştır.²⁵

¹⁷ TÜİK, *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024* (Türkiye İstatistik Kurumu, 27 Ağustos 2024).

¹⁸ İstanbul Planlama Ajansı, *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2024* (İPA, 2024).

¹⁹ Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*, 78-102.

²⁰ Campbell, “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, 76-80.

²¹ Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, ed. Roth - Claus Wittich (London: University of California Press, 1978).

²² Campbell, “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, 74-76.

²³ Seçil Utma, “Dindarlığın Değişen Yüzü: Dinin Popülerleşmesi ve Sosyal Medya Dindarlığı”, *Journal of International Social Research* 12/64 (2019), 895-897.

²⁴ Fouad Gehad Marei, “God’s Influencers: How Social Media Users Shape Religion and Pious Self-Fashioning”, *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 13/2 (2024), 145-160.

²⁵ Haberli, “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”, 308-310; Gülreyhan Şutanrıkulu, “Dijital Çağda Medya, Din ve Dindarlık: Derleme”, *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 11/2 (2024), 985-987.

1.4. Mahremiyetin Dönüşümü ve Gösterişçi Dindarlık

Sosyal medya, dini pratiklerin ve cemaat yapılarının mekânsal sınırlarını ortadan kaldırmıştır. WhatsApp zikir grupları, YouTube sohbet halkaları ve çevrimiçi mukabeleler gibi oluşumlar, geleneksel olarak belirli bir mekâna bağlı olan dini pratiklere yeni ve sınırsız bir erişim imkânı sunar. Bu erişim kolaylığı, çevrimiçi fetva kaynakları ve dijital meal uygulamaları gibi araçlarla dini bilgiye ulaşımı yaygınlaştırıp çeşitlendirse de aynı zamanda dijital ortamda sergilenen bu pratiklerin sahlılığı ve samimiyetine dair yoğun sorgulamaları da gündeme getirmiştir.²⁶

Sanal cemaatlerin coğrafi sınırları aşarak küresel bir “dijital ümmet” tahayyülü oluşturması heyecan verici olsa da bu durum bireysel mahremiyetin erozyonunu hızlandırmaktadır.²⁷ Manevi bir tecrübe olan ibadetin kamusal bir gösteriye dönüşmesi, geleneksel mahremiyet normlarını tersyüz eder. Literatürde Oyman’ın²⁸ “sosyal medya dindarlığı” ve Okumuş’un²⁹ “gösterişçi dindarlık” olarak tanımladığı olgu, dindarlığın Allah rızası ekseninden kayarak bir “imaj yönetimi” aracına dönüşme riskini işaret eder. Nitekim Gezginci ve Işık’ın bulguları, kullanıcıların önemli bir kısmının sosyal medyadaki dini paylaşımları “riya” ile ilişkilendirdiğini teyit eder.³⁰

2. Yöntem

2.1. Araştırma Yöntemi ve Deseni

Bu çalışma, nitel araştırma yaklaşımına dayanmaktadır. Araştırma deseni olarak **fenomenoloji (olgubilim)** tercih edilmiştir. Bu desen, belirli bir olgunun bireyler tarafından nasıl deneyimlendiğini, bu deneyimlerin özünü ve yapısını anlamaya çalışır.³¹ Verilerin analizinde ise **tematik analiz** tekniği kullanılmıştır. Tematik analiz, nitel verilerde tekrar eden anlam örüntülerini belirlemek ve bu örüntülerden temalar ve alt temalar oluşturmak amacıyla kullanılan sistematik bir tekniktir.³² Bu teknik aracılığıyla katılımcıların görüşleri arasında hem ortak paydalar hem de farklılaşan anlam boyutları tespit edilerek, her tema altında bütüncül bir yorumlama süreci gerçekleştirilmiştir.

2.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, nitel araştırma geleneği içerisinde yer alan amaçlı örnekleme tekniklerinden ölçüt örnekleme deseniyle belirlenen 12 lisans öğrencisinden oluşmaktadır.

Bu doğrultuda araştırmaya dahil edilecek katılımcıların belirlenmesinde üç temel ölçüt gözetilmiştir: Birincisi; Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi’nde öğrenim görmek, ikincisi; ilahiyat formasyonunun ve mesleki kimlik bilincinin belirginleştiği 3. veya 4. sınıf düzeyinde olmak. Üçüncüsü ise sosyal medya platformlarında kullanım yoğunluğu veya biçimi (aktif üretici veya pasif izleyici) fark etmeksizin bir hesaba ve kullanıcı deneyimine sahip bulunmak.

Son sınıf öğrencilerinin (3. ve 4. sınıf) tercih edilmesindeki temel saik, bu grubun hem metodolojik açıdan dini eğitim sürecini tecrübe etmiş olmaları hem de dijital kültürle kurdukları ilişkide daha derinlikli bir muhasebe yapabilecek akademik donanımına sahip olacağının öngörülmesidir. Çalışma grubunun oluşturulmasında, araştırmanın odaklandığı olguların farklı perspektiflerden ele alınabilmesi adına katılımcı çeşitliliğine de özen gösterilmiştir. Bu kapsamda gönüllülük esasına dayalı olarak görüşmeyi kabul eden öğrenciler arasından cinsiyet dengesi (6 kadın, 6 erkek) sağlanmıştır.

²⁶ M Jamil vd., “Virtual Ummah and Religious Movement Contestation: Identity and Discourse” (Proceedings of the 19th Annual International Conference on Islamic Studies, AICIS 2019, Jakarta, Indonesia: EAI, 2020).

²⁷ Jamil vd., “Virtual Ummah and Religious Movement Contestation”, 1-11.

²⁸ Nihat Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi* 12 (2016), 125-167.

²⁹ Ejder Okumuş, “Gösterişçi Dindarlık”, *Din Bilimleri Akademik Araştırmaları Dergisi* 6/3 (2006), 17-35.

³⁰ Gamze Gezginci - Şevki Işık, “Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz”, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/1 (2018), 117-122.

³¹ John W. Creswell - J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (SAGE Publications, 2017).

³² Virginia Braun - Victoria Clarke, “Psikolojide Tematik Analizin Kullanımı”, *Journal of Qualitative Research in Education* 7/2 (30 Nisan 2019), 875.

Etik ilkeler doğrultusunda katılımcı kimlikleri gizli tutulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, 26 Mart-25 Nisan 2025 tarihleri arasında, ilahiyat fakültesi bünyesindeki uygun sınıf ve odalarda yüz yüze yapılmıştır. Her görüşme 25-40 dakika arasında sürmüştür; ses kaydı alınarak veri kaybı önlenmiştir. Tüm görüşmeler, tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiş ve araştırmanın amacına uygun olarak derinlemesine çözümlenmeye çalışılmıştır. Veri analizi sürecinde katılımcılara K1-K12 aralığında kodlar atanmış; ancak bulguların yazımında daha akıcı bir anlatım sağlamak amacıyla bu kodların yerine, katılımcıların gerçek kimliklerini yansıtmayan anonim isimler kullanılmıştır. Katılımcılara ilişkin tanıtıcı bilgiler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Sıra	Anonim İsim	Cinsiyet	Sınıf	Görüşme Süresi (Dk.)	Görüşme Tarihi
K1	Zeynep	Kadın	3.	35	26 Mart 2025
K2	Elif	Kadın	4.	40	26 Mart 2025
K3	Meryem	Kadın	4.	32	28 Mart 2025
K4	Büşra	Kadın	3.	28	3 Nisan 2025
K5	Ömer	Erkek	3.	38	3 Nisan 2025
K6	Sümeyye	Kadın	4.	26	3 Nisan 2025
K7	Hamza	Erkek	4.	30	10 Nisan 2025
K8	Yusuf	Erkek	4.	36	14 Nisan 2025
K9	Hasan	Erkek	4.	34	14 Nisan 2025
K10	Ahmet	Erkek	3.	25	18 Nisan 2025
K11	Bilal	Erkek	3.	31	22 Nisan 2025
K12	Ayşe	Kadın	3.	27	25 Nisan 2025

2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın verileri, fenomenolojik desenin doğasına uygun olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Hazırlanan taslak soruların kapsam geçerliğini sağlamak adına Felsefe ve Din Bilimleri alanında uzman üç akademisyenin görüşüne başvurulmuş; alınan dönütler doğrultusunda soruların açıklığı, amaca uygunluğu ve veri üretme potansiyeli titizlikle gözden geçirilerek forma nihai şekli verilmiştir.

Nihai görüşme formu; katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve platform tercihlerine, dijital ortamda mahremiyet sınırlarını nasıl kurduklarına, sosyal medyada karşılaştıkları dini içerikleri hangi ölçütlerle değerlendirdiklerine ve bu içeriklere yönelik eleştirel tutumlarına odaklanan sorulardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra formda, Diyanet İşleri Başkanlığı, ilahiyat fakülteleri ve sosyal medyada öne çıkan dini figürlerin dijital temsillerine ilişkin algıları ve sosyal medyanın dini kimlik, değerler ve kutsallık anlayışı üzerindeki mevcut ve geleceğe dönük etkilerine dair değerlendirmeleri açığa çıkarmayı amaçlayan sorulara yer verilmiştir. Görüşme sürecinde formdaki sorular, sohbetin doğal akışını yönlendiren bir rehber olarak tarafımızdan kullanılmıştır; katılımcıların ifadelerine göre sondaj sorularla anlatının derinleşmesine imkân sağlamaya çalışılmıştır.

2.4. Veri Analizi

Analizin ilk aşamasında, saha görüşmelerine ait ses kayıtları, ham veriyi kaybetmemek adına titiz bir deşifre sürecinden geçirilerek yazılı metne dönüştürülmüştür. Elde edilen ham metinler, araştırmacı tarafından defalarca gözden geçirilmiş; satır aralarında gizli kalan anlam örüntüleri, tekrar eden vurgular ve katılımcılar arasındaki özgün farklılaşmalar not edilmiştir. Kodlama sürecinde, benzer anlamı taşıyan ifadeler bir araya getirilerek önce kodlar, ardından bu kodları kapsayan kategoriler ve nihayetinde araştırmanın iskeletini oluşturan alt temalar ve ana temalar inşa edilmiştir. Bu süreç boyunca katılımcıların özgün anlatımlarına öncelik verilerek araştırmacının ön kabullerinin analizi yönlendirmesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Kod ve temaların güvenilirliğini sınamak amacıyla oluşturulan kodlama şeması, nitel araştırma yöntemleri alanında deneyimli bir uzmanın görüşüne sunulmuştur. Uzman, kodların katılımcı ifadeleriyle örtüşme düzeyini ve tematik sınıflandırmanın tutarlılığını bağımsız olarak

değerlendirmiş; görüş ayrılıkları tartışılarak uzlaşıya varılmıştır. Bu adım, araştırmanın iç geçerliğini güçlendirmeye ve analitik sürecin şeffaflığını artırmaya yönelik bir güvenilirlik önlemi olarak uygulanmıştır.

Elde edilen temalar, alt başlıklarıyla birlikte tablolar hâlinde bulgular bölümünde sunulmuş ve bu başlıklar altında doğrudan katılımcı alıntılarına yer verilmiştir. Böylece hem analiz süreci şeffaf tutulmuş hem de veriyi sadık kalınarak araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği artırılmıştır.

3. Bulgular

Bu bölümde, Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde öğrenim gören 3. ve 4. sınıf öğrencileriyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen nitel veriler sunulmaktadır. Elde edilen veriler, tematik analiz yoluyla çözümlenmiş; benzer anlam örüntüleri ve tekrar eden vurgu noktaları dikkate alınarak bulgular üç ana tema etrafında yapılandırılmıştır.

3.1.Tema 1: Sosyal Medya Kullanımı: Pratikler, Algılar ve Mahremiyet

Araştırmanın ilk teması, katılımcıların sosyal medya platformlarını kullanım pratiklerini, bu pratikler sırasında yaşadıkları kimlik gerilimlerini ve mahremiyet kavramının dijital gözetim kültürü karşısında nasıl dönüştüğünü ele almaktadır. Sosyal medya, ilahiyat öğrencisi için bir yandan çağı yakalama aracı iken, diğer yandan dini hassasiyetlerin (mahremiyet, tevazu) sınındığı kaygan bir zemin olarak tecrübe edilmektedir.

3.1.1. Kullanım Alışkanlıkları, Platform Tercihleri ve Dijital Yaşamın İkilemleri

Katılımcıların sosyal medya kullanım pratikleri incelendiğinde, bu kullanımın yalnızca zaman geçirmek ya da içerik tüketmekle sınırlı olmadığı anlaşılmaktadır. Öğrenciler sosyal medyayı bir yandan ders, araştırma ve akademik gereklilikler için bir kaynak olarak görürken; diğer yandan sosyal ilişkilerini sürdürme ve gündelik hayatın temposu içinde kısa molalar verme amacıyla da kullanmaktadır.

Sahadan elde edilen nitel verilerde WhatsApp, Instagram ve YouTube'un kullanım sıklığı bakımından baskınlığı göze çarparken; X (Twitter) platformunun daha çok gündem takibi ve pasif bir haber alma mekanizması olarak konumlandığı anlaşılmaktadır. Ahmet'in "Twitter'da daha çok haber almak için vakit geçiriyorum" ifadesi, öğrencilerin platformları işlevlerine göre kategorize ettiklerini gösterir.

Bununla birlikte Facebook'un katılımcılar nezdinde X kuşağına terk edilmiş arkaik bir mecra olarak kodlanması dikkat çekicidir. Özellikle Ömer'in "Facebook artık eskisi kadar kullanılmıyor, orası daha çok yaşlıların alanı" şeklindeki tespiti, literatürdeki güncel eğilimlerle örtüşmektedir. Örneğin Acılar ve Mersin³³ on yıl önceki çalışmalarında Facebook'un üniversite öğrencileri için merkezi bir rol oynadığını belirtirken, son dönem araştırmaları özellikle Z kuşağı nezdinde bu platformun cazibesini yitirdiğini ve görsel odaklı platformların (Instagram, TikTok vb.) öne çıktığını doğrulamaktadır.³⁴

Kullanım sıklığı ve süresi bağlamında ise katılımcılar, dijital platformların akışkan ve bağlayıcı doğası karşısında iradelerinin zayıfladığına dair bir algı beyan etmektedir. Zeynep'in "Farkında olmadan 5-6 saate ulaşıyorum" itirafı ve Meryem'in "Kota koyuyorum ama yine de girip çıkıyorum" ifadesi, algoritmik yapıların bireyin zaman ve dikkat yönetimi üzerinde kurduğu tahakkümü somutlaştırmaktadır. Bu pasif tüketim hali, esasında katılımcıların aktif üretimden çok pasif tüketime maruz kaldığını gösterir.³⁵ Öğrenciler, sosyal medyayı vazgeçilmez bir bilgi ve iletişim kaynağı olarak değerlendirseler de bu kaynağın kontrolsüz tüketiminin zaman yönetimi ve odaklanma konusunda ciddi sorunlara yol açtığı anlaşılmaktadır.³⁶

³³ Ali Acılar - Sevinç Mersin, "Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ile Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 14/54 (2015), 103-104.

³⁴ Arıcan - Arıcı, "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri", 1095.

³⁵ Cevherli - Şentepe, "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", 136-142.

³⁶ Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*, 148-153.

Öğrencilerin çoğu sosyal medyanın etkilerine toptancı bir reddiyeden ziyade eleştirel bir şekilde yaklaşmaktadırlar. Bir taraftan Zeynep, Elif, Meryem, Büşra ve Ömer gibi katılımcılar tarafından vurgulanan bağımlılık, dikkat dağınıklığı ve yalnızlaşma gibi psiko-sosyal riskler mevcuttur. (Elif: “Sosyal medyada bazen bağımlılıktan kurtulmak için kendim de ara ara detoksa giriyorum. Sosyal medya detoksuna. Çünkü ayarı kaçırdığımı hissediyorum. Tamamen bütün hesapları kapatıyorum.” Ömer: “Bu bir bağımlılık oldu. İradeyi törpülüyor. Akışın dışında kalınca hayattan kopmuş gibi hissediyorsunuz.”) Diğer taraftan ise özellikle Sümeyye’nin işaret ettiği, 6 Şubat depremleri örneğinde somutlaşan toplumsal dayanışma, hızlı organizasyon ve bilgi yayma imkânı gibi olumlu yanlara da işaret edilmiştir.

Bu noktada Bilal’in “Nasıl kullandığına bağlı” ifadesinde olduğu gibi, öğrencilerin çoğu, kullanım biçimine odaklanan eleştirel bir yaklaşım sergilemektedir. Bu farkındalık, Büşra’nın “Medya okuryazarlığı eğitimi şart. Herkes kendi davranışlarından sorumlu, ama bu platformların nasıl çalıştığını, algoritmaların bizi nasıl yönlendirdiğini, verilerimizin nasıl kullanıldığını bilmeden kullanıcı olamayız.” önerisi de bireysel çabaların yanı sıra yapısal ve kurumsal çözüm arayışlarını da beraberinde getirmektedir. Nitekim Kalaman’ın³⁷ Facebook kullanıcıları üzerine yaptığı araştırmada, mahremiyet paylaşım düzeylerinin yüksek olmasına rağmen gözetim ve ihlal farkındalığının düşük çıkmış olması medya okuryazarlığının güçlendirmenin ne kadar önemli olduğunu bize göstermektedir.

Nitekim bazı katılımcılar, bireysel önlemlerin yetersiz kalabileceğini düşünerek düzenleyici kurumsal müdahalelere işaret etmektedir. Ömer, “Yaş denetimi getirilmeli.” derken; Hasan, “yaş sınırlaması yok. Ama bir sınırlama geliyormuş galiba. 16 yaşına sabitleyeceklermiş galiba. Instagram’da hani bu tip hesap açmak için. Ebeveyn gözetiminde yapacaklarmış sistemi.” Katılımcının da ifade ettiği gibi bu yöndeki talep ve beklentiler, araştırmanın saha çalışması tamamlandıktan kısa bir süre sonra, Türkiye’de Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından 15 yaş altına yönelik sosyal medya düzenlemesi gündeme getirilmesiyle politik bir karşılık da bulmuştur.³⁸

Güvenlik risklerine ilişkin endişeler de belirgindir. Zeynep, “Paylaşımlar provokatif olabiliyor, dava konusu oluyor.” ifadesiyle hukuki risklere; Elif, “Fotoğraflar manipüle edilip satılabilir.” sözleriyle kişisel verilerin kötüye kullanımına dikkat çekerken; Hasan, “İzinsiz paylaşılan fotoğraflar, yetkili birim müdahale edene kadar yayında kalıyor.” diyerek içerik denetimindeki sistemsiz boşlukları vurgulamaktadır.

3.1.2. Mahremiyetin Dijital Dönüşümü

Günümüzde mahremiyet, artık yalnızca hane içi ile kamusal alan arasındaki mekânsal bir ayırım üzerinden tanımlanmamaktadır. Dijital ağların yaygınlaşmasıyla birlikte mahremiyet, sosyal medya pratikleri içinde sınırları giderek esneyen bir deneyim alanına dönüşmüştür. Sosyal ağlar, bireyleri görünür olmaya ve onay almaya teşvik ederken; bu süreçte birçok kişi, daha fazla etkileşim ve kabul görme arzusuyla özel alanına ait unsurları paylaşma konusunda daha esnek davranmaktadır.³⁹

Katılımcılardan Zeynep’in “Sosyal medya insanlara kendilerini teşhir etme imkânı sunuyor, mahremiyet, beğeni uğruna harcanan bir metaya dönüşüyor” şeklindeki eleştirisi, mahremiyetin bir değer olmaktan çıkıp bir tüketim nesnesine dönüştüğüne dair bir farkındalığı yansıtmaktadır. Bu tespit, Kütükoğlu’nun⁴⁰ araştırmasında vurguladığı üzere sosyal medyanın mahremiyeti kamusal alana taşıyarak dönüştürdüğü ve bireysel özel alanın anlamını değiştirdiği yönündeki tespitleriyle paralellik arz eder. Benzer şekilde K6’nın “İnsanların yatak odasına kadar görüyoruz, bu kadar şeffaflık korkutucu” ve Yusuf’un “Kâbe’de ibadet ederken bile huşu yerine selfie çekip paylaşma derdindeler.” şeklindeki gözlemleri, dijital alanın bir “**gösterişçi dindarlık**” sahnesine dönüştüğü

³⁷ Sefer Kalaman, “Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü Facebook Türkiye Örneği”, *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 14 (2017), 23-25.

³⁸ Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, “Bakanımız Göktaş’tan 15 yaş altına yönelik sosyal medya düzenlemesine ilişkin açıklama” (07 Ocak 2026).

³⁹ Mahmut Akgül, “Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği”, *Academic Journal of Information Technology* 10/38 (2019), 104.

⁴⁰ Elif Kütükoğlu, *Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerinde Bir Araştırma* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019), 7-8.

algısını pekiştirmektedir. Oyman'ın⁴¹ “popüler dindarlık” kavramıyla açıkladığı bu durum, ibadet ve maneviyat gibi derin deneyimlerin, dijital platformlarda yüzeysel ve paylaşım odaklı bir forma evrilme riskini barındırmaktadır.

Öte yandan mahremiyetin dönüşümü, toplumsal çözülme bağlamında okunmaktadır. Ayşe, “Eskiden ahlak vardı, edep vardı, haya vardı. Sosyal medya şimdi hepsini yok etmiş.” sözleriyle, dijital kültürün geleneksel değerleri bastırdığını savunur. Bu ifadenin altını dolduran temel düşünce, mahremiyetin sadece özel alanla sınırlı olmadığı aksine bir değer sisteminin taşıyıcısı olduğudur. Bazı katılımcı ifadeleri, mahremiyet ihlallerinin bireysel tercihlerle sınırlı kalmadığını; sosyal çevre, popüler kültür ve gündelik pratikler içinde giderek olağanlaşan bir deneyim alanına dönüştüğünü düşündürmektedir. Hamza'nın “Çevreyi gördükçe, farklı hayatlara özenme ve kıskanma oluyor. İnsanlar en kişisel anlarını bile sergiliyor, mahremiyet ihlalleri çok yaygın. Bu, bizim kültürümüzle bağdaşmıyor. Kendi değerlerimizi korumalıyız.” sözleri, mahremiyetin değerler düzeyinde hissedilen bir kırılma olarak algılandığını gösterir. Bilal'in “Herkesin her şeyi paylaşmasını popüler kültürün esiri olmak olarak görüyorum. İnsanlar görece iyi şartlara ulaştıkça mahremiyetleri aşmıyor.” değerlendirmesi ise bu durumu tüketim kültürü ve refah artışıyla ilişkilendiren bir okuma yapmaktadır. Nitekim Akgül ve Hekimoğlu Toprak'ın⁴² bulgularında gelir seviyesi ile mahremiyet ihlali arasındaki doğru orantı, Bilal'in bu sosyoekonomik analizini doğrular niteliktedir.

Tüm bu riskler ve değerler çatışması karşısında öğrenciler, mahremiyetlerini korumak adına çeşitli yollar denemektedirler. Bir grup katılımcı, dijital ortamdan geri çekilme yolunu seçerek mahrem alanı mutlak anlamda korumayı hedeflemiştir. Örneğin Büşra “Özel hayatımı paylaşmama kararı aldım uzun bir müddettir.” açıklaması, bu yaklaşımı temsil eder. Diğer bir grup ise Meryem'in ifadesinde görüldüğü gibi (“Instagram'ın algoritmasını kullanıyorum. Hoşuma gitmeyen içerikleri ilgilenmiyorum olarak işaretliyorum.”) sosyal medyayı tamamen terk etmek yerine, onun işleyişi uygun bir davranıştan bahsetmiştir. Katılımcıların benimsediği bir diğer yöntem de tek bir platform içinde kimlikleri parçalayarak yönetmektir. Şöyle ki Elif'in “Ben sosyal medyayı özellikle kişisel veriler özel hayat açısından çok büyük tehdit olarak görüyorum. Bu yüzden biri özel hayatıma, diğeri ilgi alanlarıma yönelik iki hesap kullanıyorum.” şeklindeki ifadesi, kamusal ve mahrem alan arasında dijital bir sınır inşa etme çabasını gösterir. Katılımcıların bu tarz görüşleri esasında kimliklerini gizlemek veya daha rahat hareket edebilmek amacıyla fake (sahte/ikincil) hesaplara yönelme eğilimlerinin bir tezahürüdür.⁴³

Dolayısıyla sosyal medyanın temel zeminini oluşturan bu görünür olma arzusu ile İslam düşüncesinin temelini oluşturan mahremiyet (setr) ilkesi arasındaki gerilimin, ilahiyat öğrencileri için en temel çatışma alanlarından biridir. Bu alt tema, Koca ve Mücahit'in⁴⁴ ilahiyat öğrencilerinde “mahremiyet bilincinin yüksek olmasına rağmen gözetim ve ifşa hassasiyetinin değişkenlik gösterdiği” yönündeki nicel bulgularını, nitel düzlemde derinleştirmiştir.

Tablo 2. Sosyal Medya Kullanımı: Pratikler, Algılar ve Mahremiyet

Alt Tema	Kategori	Kodlar (Katılımcı İfadelerine Dayalı)
Kullanım Alışkanlıkları, Platform Tercihleri ve Dijital Yaşamın İkilemleri	Platform Tercihleri	Seçici platform kullanımı (Ömer), Bilgi ve gündem takibi (Hasan)
	Kontrol Kaybı ve Algoritmik Tahakküm	Zaman kontrolünün zayıflaması (Zeynep), Algoritmik yönlendirilme hissi (Meryem)
	Diyalektik Algı ve Eleştirel Yaklaşım	Sosyal medyaya mesafeli duruş (Bilal), Fayda-zarar ikilemi (Büşra)
	Kurumsal Müdahale ve Risk Algısı	Hukuki risk endişesi (Zeynep), Yaş ve içerik denetimi talebi (Ömer, Hasan), Veri güvenliği kaygısı (Elif)
Mahremiyetin Dijital Dönüşümü	Mahremiyetin Metalaşması	Teşhir algısı (Zeynep), Aşırı görünürlük eleştirisi (Sümeyye), Dini pratiklerin gösterileşmesi (Yusuf)

⁴¹ Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, 127.

⁴² Mahmut Akgül - Hande Hekimoğlu Toprak, “Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği”, *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology* 10/38 (2019), 105.

⁴³ Arıcan - Arıcı, “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri”, 1074.

⁴⁴ Koca - Mücahit, “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımındaki Mahremiyet Algısı”, 24-30.

	Geleneksel Ahlak Kodlarıyla Çatışma ve Bireysel Tepkiler	Edep ve haya vurgusu (Ayşe), Sosyal karşılaştırma ve kıskanma (Hamza), Popüler kültür eleştirisi (Bilal)
	Kimlik Yönetimi	Paylaşımı sınırlandırma (Büşra), Algoritmik filtreleme (Meryem), Çoklu hesap kullanımı (Elif)

Tablo 1’deki kategoriler ve ilgili kodlar incelendiğinde, ilahiyat öğrencilerinin sosyal medyaya dair tutumunun tek boyutlu olmadığı söylenebilir. Öğrenciler, dijital çağın sunduğu sınırsız erişim ve görünürlük imkânlarına tamamen kapalı değil; ancak bu imkânları, geleneksel dini ve ahlaki kodların (edep, haya, mahremiyet) süzgecinden geçirerek ve kendi kimliklerini koruyacak pratik yöntemler (paylaşımı sınırlandırma, algoritmik filtreleme, çoklu hesap kullanımı) geliştirerek deneyimlemektedirler. Tema 1 bulgularının bütününe bakıldığında, ilahiyat öğrencileri, dijital platformların sunduğu hızlı enformasyon erişimi ve sosyal etkileşim olanaklarından işlevsel düzeyde yararlanırken; bu mecraların doğasında var olan gözetim ekonomisi, teşhir kültürü ve yüzeyselleştirici akışa karşı eleştirel bir yaklaşım sergilemektedirler.

3.2. Tema 2: Dijital Dini İçeriklerin Doğası: Metodolojik Sorgulama ve Popüler Temsiller

Bu tema, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medyada maruz kaldıkları dini içerik akışına ve bu içeriklerin baş aktörleri olan popüler figürlere yönelik geliştirdikleri algıları mercek altına almıştır.

3.2.1. Kaynak Güvenilirliği, Sunum Biçimleri ve Tüketim Pratikleri

Dijitalleşmenin bilgi dolaşımını hızlandırdığı ve geleneksel hiyerarşileri büyük ölçüde aşındırdığı bir ortamda, ilahiyat öğrencileri açısından en belirgin meselelerden biri güven sorunu olarak öne çıkmaktadır. Öğrencilerin bir kısmı, karşılaştıkları bir ayet, hadis veya fetvanın doğruluğunu kabul etmeden önce, o bilginin kimden sadır olduğunu ve hangi sened/kaynak zincirine dayandığını araştırmaktadır. Örneğin Elif bu durumu net bir şekilde dile getirir: “Güvenmediğim içeriği paylaşmam, mesela bir videoysa, bir yazıysa kimin paylaştığına bakarım. Sayfaya da bakarım. Kim olduğuna bakarım, rastgele paylaşmam. Yani doğruluğunu onaylamadan paylaşmam.”

Benzer bir hassasiyet Yusuf’un anlatısında da görülmektedir. “Süzgeçten geçirilmeden şu anda biz bile bir video çeksek çok kişiye erişebiliriz. Ama bu ne kadar doğru.” Yusuf’un ifadesinde ayrıca belirli ibadetlerin bir vaade dönüşmesinden de rahatsızlık vardır. “Sosyal medyada hurafeler çok fazla. Yok bir suya şöyle yaparsan birkaç kere şöyle okursan edersen bütün günah bağışların gibi.” Bu noktada Yusuf, kendi paylaşım pratiğini de bu eleştirinin karşısına yerleştirir ve dijital ortamda sorumluluk bilinciyle hareket etmeye çalıştığını ifade eder. “Paylaştığım zaman mutlaka kaynak gösteriyorum. Örneğin Kadir Gecesi’nde paylaştığım bir hadisin hangi hadis kitabında geçtiğini belirtiyorum. Tirmizi’nin şu babında. İnsanlar da girip oradan baksın.”

Bu sorgulama pratiği, öğrenciler nezdinde akademik bir alışkanlıktan ziyade imanî bir yükümlülük olarak da anlamlandırılmaktadır. Nitekim Bilal’in Hucurât Suresi’ndeki “Fasığın haberi araştırılmalı.” ilkesine yaptığı doğrudan atıf, dijital medya etiğinin teolojik normlarla (fıkıh ve ahlak) temellendirildiğini kanıtlamaktadır. Bu durum, öğrencilerin seküler bir mecra olan sosyal medyayı kullanırken dahi dini referanslarla hareket ettiklerini göstermesi açısından mühimdir. Hasan’ın “İlahiyat okuduğumuz için bazı şeyleri direkt doğru-yanlış diye yorumlayabiliyoruz” ifadesi de ilahiyat eğitiminin dijital bilgi kirliliği karşısında ayırt edici bir filtre işlevi gördüğünü teyit etmektedir. Katılımcıların bu tür ifadeleri, Yavuz⁴⁵ ve Demir’in⁴⁶ ilahiyat öğrencilerinin dini içeriklere yönelik seçici, sorgulayıcı ve temkinli tutumlarını ortaya koyan çalışmalarıyla paralellik taşır.

İçeriğin sunum biçimleri söz konusu olduğunda ise sosyal medyanın hız, haz ve görsellik odaklı formatlarının (Reels, Shorts, TikTok videoları vb.) dini bilginin ontolojisini zedelediği düşünülmektedir. Zeynep’in “Süre kısıtlı videolar” vurgusu ve Ömer’in “Bağlamdan koparılmış ayetler” eleştirisi, dijital formatların dini hakikati parçalayarak bütünlüğünden kopardığını ortaya koymaktadır. Öğrencilere göre fikhî meseleler ya da derinlikli teolojik tartışmaların 15-60 saniyelik

⁴⁵ Yavuz, “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Dini Paylaşım Tutumları”, 50-62.

⁴⁶ Demir, *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*, 75-152.

videolara hapsedilmesi, bilginin doğasına aykırıdır. Dolayısıyla katılımcıların söylemlerinden anlaşılan husus literatürde Hjarvard'ın "dinin medyatikleşmesi"⁴⁷ teziyle bir bakıma örtüşmektedir.

Daha da önemlisi katılımcıların bir kısmı, dijital vitrindeki bu değişimin arka planında işleyen o ticari çarkın ve kurgunun farkındadır. Büşra'nın dikkat çektiği "Duygusal manipülasyon" riski ve Hamza'nın altını çizdiği "Kazanç odaklı istismar" vurgusu, aslında kutsalın bir tüketim nesnesine indirgenmesine duyulan o derin rahatsızlığın dışavurumudur. Dini içeriklerin, izleyiciyi manevi bir tefekküre yöneltmekten ziyade fon müzikleri ve ajite edilmiş kurgularla "tıklanma" (clickbait) avcılığına dönüşmesi, Ömer'in veciz ifadesiyle "dinin ruhunun buharlaşmasına" neden olur.

Ancak tüm bu eleştirel tablo, sosyal medyanın işlevsel yönünün tamamen görmezden gelindiği anlamına gelmez/gelmemelidir. Çünkü madalyonun diğer yüzünde; Elif'in "Sayfamı büyütme gibi bir derdim yok ama bana dinimi hatırlatıyor." itirafı ve Meryem'in "Ekran kaydı alıp dua kitabı oluşturdum." şeklindeki pratik çözümü yer alır. Bu değerlendirmeler, gençlerin en azından belirli bir bölümü için dijital platformların bir tür hatırlatıcı işlevi görebileceğini, kategorik bir reddi kabul etmediklerini gösterir.

3.2.2. Otorite Krizi ve Popüler Dini Figürler

Sosyal medya, geleneksel dini otoritenin dayandığı "icazet, ilim ve liyakat" sacayaklarını sarsarak; yerine algoritma, etkileşim ve beğeni sayılarıyla tahkim edilen yeni bir meşruiyet alanı (fenomen hocalar) inşa etmiştir. Ancak ilahiyat öğrencileri, bu yeni otorite figürlerine karşı eleştirel bir tutum içindedirler.

Öğrencilerin en sık dile getirdiği sorunlardan biri, popüler dini figürlerin kullandığı dilin toplumsal gerilimi beslemesidir. Fenomen vaizlerin hitabet tarzı ve içerik tercihleri, birçok katılımcı tarafından dini açıdan problemli bir alan olarak görülmektedir. "Fenomen hocalar, cemaat liderleri ya da ünlü vaizler sosyal medyada büyük bir kitleye hitap ediyor. Paylaşımları da taraftar buldukları için önemli oluyor. Kullandıkları dil genellikle çok keskin oluyor. Bu da toplumda kutuplaşmalara neden olabiliyor." Zeynep'in bu tespiti, dijital vaizlerin toplumsal bütünleşmeyi sağlayan "kavl-i leyyin" (yumuşak söz/kapsayıcı dil) yerine; algoritmanın ödüllendirdiği, yankı odalarını güçlendiren, çatışmacı ve ötekileştirici bir dili tercih ettiklerini gösterir. Dolayısıyla bir kısım fenomenlerin üslubunun İslam'ın tebliğ metodolojisiyle taban tabana zıt olduğu ve sorunlu olduğu söylenebilir. Nitekim Öztürk ve Tosun'un⁴⁸ lise öğrencileriyle gerçekleştirdiği nitel araştırmada, sosyal medyadaki dini içeriklerin manipülatif doğasının kutuplaşmayı ve nefret söylemini besleyen bir yönünün olduğu tespiti yapılmıştır. Benzer şekilde Varol'un⁴⁹ lise öğrencileriyle gerçekleştirdiği nitel çalışmada da gençlerin sosyal medyada karşılaştıkları dini söylemleri çoğu zaman baskıcı, dayatmacı ve çıkar odaklı buldukları; bu nedenle hem dini gruplara hem de bu grupları temsil eden figürlere karşı mesafeli ve güvensiz bir tutum geliştirdikleri ortaya konulmuştur.

Ayrıca dini sembollerin (sakallı/çarşafılı görünüm) arkasına sığınarak sunulan ezoterik ve seküler pratikler, öğrenciler tarafından ciddi bir sorun olarak telakki edilmektedir. Şöyle ki Elif'e göre "...aile dizimi, numeroloji, regresyon... Bunları çarşafılı, sakallı insanlar halka açıyor... Allah adıyla başlayıp aslında sizi şeytana götürebiliyorlar." Katılımcının bu ifadesi, dijital dünyada dini otoritenin sınırlarının belirsizleştiğini, New Age akımların İslami kılıflarla pazarlanabildiğini ve bunun dini görünümlü sekülerleşme yarattığını işaret etmektedir. Öğrenciler nezdinde bir diğer turnusol kâğıdı ise "niyet ve samimiyet" sorgulamasıdır. Ayşe'nin "Tıklanmak için yapıyorsa uygun değil... Gerçekten Allah rızası içinse sorun yok." ayrımı, dijital dindarlığın "Allah rızası" (ihlas) ile "beğeni ekonomisi" (gösteri) arasına sıkıştığını göstermektedir. Bunun yanında Yusuf'un "Fon müziğine kadar düşünülüyor... Hitabeti güçlü olanlar insanları kolayca etkileyebiliyor" sözleri, dijital vaazların bir bakıma bir performansla dönüştüğünü, hakikatin yerini retoriğin aldığını ima etmektedir.

⁴⁷ Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*.

⁴⁸ Fatma Dolunay Öztürk - Aybiçe Tosun, "Sosyal Medyada Yer Alan Dini İçerikler ve Din Eğitimi Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması", *Tokat İlmîyat Dergisi* 9/2 (2021), 620-622.

⁴⁹ Seher Varol, *Lise Öğrencilerinin Din Algısı Üzerinde Sosyal Medyanın Rolü (Ordu/ Altınordu Örneği)* (Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024), 177.

Katılımcının bu değerlendirmesi hiç kuşkusuz Haberli'nin⁵⁰ sosyal medyanın dini pratikleri riya ve gösterişe indirgeyerek değerlerin dejenerasyonuna yol açtığı tespitini destekler niteliktedir.

Katılımcıların genelinin söylemlerinden elde ettiğimiz gözlemlere göre sosyal medyada popüler olan figürlerin ilmi derinlikten ziyade “hikâyecilik” (menkıbe anlatıcılığı) üzerinden yükseldiği söylenebilir. Örneğin Hasan'ın “Bir tane adam var. Adını unuttum ama hadis inkârı yapıp ayetleri kafasına göre yorumluyor. Ama adamın alanı ilahiyat falan değil zaten Arapçasını da Türkçesinden okuyor.” eleştirisi ve Ömer'in “Halkın duymak istediği şeyleri anlatıp popüler oluyorlar, ilmi bir derinlikleri yok.” eleştirisi, popülizm ile hakikat arasındaki gerilimi özetler. Bu görüş, Campbell'in⁵¹ “*storied identities*” (hikâyeleştirilmiş kimlikler) kavramıyla ilişkilendirilebilir. Campbell, dijital ortamda dini kimlikler geleneksel otoriteden ziyade anlatısal ve duygusal çekicilikle inşa edildiğini ima eder. Netice itibarıyla ilahiyat öğrencileri, usul ve metodoloji nosyonundan yoksun aktörlerin din adına söz kurmasını, entelektüel bir sorun görmekten çok ilahiyat açısından problem olacağını düşünmektedir.

Tablo 3. Dijital Dini İçerikler: Metodolojik Sorgulama ve Popüler Temsiller

Alt Tema	Kategoriler	Kodlar (Katılımcılar)
Kaynak Güvenirliği, Sunum Biçimleri ve Tüketim Pratikleri	Kaynak ve güven sorgulaması	Kaynak araştırma, ehliyet/kimlik sorgusu (Elif, Yusuf), ayet atfı, Hucurât ilkesi (Bilal), ilahiyat formasyonunu filtre olarak kullanma (Hasan)
	Dijital sunumun bilgiye etkisi	Bağlamdan kopma, yüzeyselleşme (Zeynep, Ömer), kısa video eleştirisi (Zeynep), bilginin atomize edilmesi (Ömer)
	Seçici ve işlevsel kullanım	Hatırlatıcı/tezkire işlevi (Elif), arşivleme-dua biriktirme (Meryem), pragmatik ve temkinli kullanım (Hasan, Ayşe)
Fenomen Hocalar ve Popüler Dini Gruplara Yönelik Algılar	Popülist dil ve kutuplaşma	Sert/ötekileştirici üslup (Zeynep), toplumsal ayrışma üretimi (Sümeyye, Ahmet)
	Teolojik sapma ve senkretizm	New Age pratikleri, dini kılıfla sunum (Elif), zahire aldanmama, içerik tutarlılığı sorgusu (Meryem, Büşra)
	Samimiyet, ehliyet ve otorite krizi	Allah rızası-tıklanma ayrımı (Ayşe), performans/gösteri eleştirisi (Yusuf), usul bilmezlik ve keyfi yorum (Hasan), hikâyecilikle popülerleşme (Ömer)

Sonuç olarak Tema 2'ye ilişkin bulgular, ilahiyat öğrencilerinin sosyal medyanın hızlı, yüzeysel ve popülerlik baskısına dayalı doğasını sorgulamadan kabul etmediklerini açıkça ortaya koymaktadır. Bunun yerine karşılaştıkları dini içerikleri değerlendirirken, ilahiyat formasyonu sayesinde edindikleri yöntemsel birikimi (hadis usulü, fıkıh perspektifi veya metin-bağlam ilişkisi gibi unsurları) etkin biçimde kullanmaktadırlar. Bu bağlamda içeriklerin bağlamdan koparılmasına, dini bilginin popüler figürler aracılığıyla dolaşıma sokulmasına ve maneviyatın tüketim odaklı bir unsura indirgenmesine karşı mesafeli bir tutumlarının olduğu ifade edilebilir.

3.2. Tema 3: Dijital Dini Alanın Kurumsal Varlığı, Dönüşümü ve Yanıt Arayışları

Bu tema, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin kurumsal aktörlere (Diyanet İşleri Başkanlığı ve İlahiyat Fakülteleri) yönelik algılarını, bu kurumların dijital adaptasyon süreçlerini ve sosyal medyanın yarattığı dönüşüme dair gelecek beklentilerini kapsamaktadır.

3.2.1. Dini Kurumların Sosyal Medya Varlığı ve Etkisi: Otorite ve Üslup Krizi

Araştırma bulguları, Weberyen anlamda “yasal-rasyonel otoriteyi”⁵² temsil eden geleneksel dini kurumların, dijital dünyanın temel dinamikleriyle karşı karşıya kaldığını gösterir. Bu kurumlar, sosyal medyanın hızına, görünürdeki samimiyetine, yatay ilişki ağlarına ve sürekli etkileşime dayalı doğasına uyum sağlama çabasında ciddi bir zorluk yaşarlar.

Katılımcıların kahir ekseriyeti, Türkiye’de dini hayatın ana omurgasını oluşturan Diyanet İşleri Başkanlığının sosyal medya yaklaşımını, genç kuşağın beklentilerini ve dijital iletişim kodlarını

⁵⁰ Mehmet Haberli, “Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlakî Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme”, *İ. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi 23-25 Kasım 2018*, ed. Mustafa Yiğitoğlu (Karabük Üniversitesi Yayınları, 2018), 643-644.

⁵¹ Campbell, “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, 71-74.

⁵² Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*.

karşılamaktan uzak, tek yönlü, didaktik ve resmi nitelendirmektedirler. Elif'in "Diyanet çok resmi kalıyor, toplumun alt zeminine inemiyorlar, her kesime hitap edebilecek seviyede olmalı." tespiti ile Meryem'in "Diyanet'i takip ediyorum ama çok aktif değil, Topluma yön verme konusunda yetersizler." ifadesi, Diyanet'in kurumsal ve otorite merkezli iletişim dilinin, sosyal medyanın etkileşim üzerine kurulu yapısıyla yeterince örtüşmediğini ortaya koymaktadır. Bu eleştiriler, Sayan'ın⁵³ araştırmasında Diyanet'in merkez ve taşra teşkilatlarının sosyal medya kullanımının sınırlı kaldığı, il müftülüklerinin yalnızca %67'sinin en az bir mecraya sahip bulunduğu ve paylaşımların ağırlıklı olarak tek yönlü dini bilgilendirme odaklı olduğu bulgularıyla örtüşmektedir.

Öğrencilerin bir kısmı da sosyal medyada var olmalarından ziyade sosyal medya dilini/retoriğini doğru kavrayamadıklarını dile getirmiştir. Hasan: "Aslında doğru söylüyorlar ama üslupları yanlış, sosyal medya eğitimi almalılar." Ayrıca ilahiyat öğrencileri, sahipsiz bilginin soğuk bir bürokratik dille sunulmasının, genç kuşakları yanıltıcı bilgi sunan fenomenlere ittiğinin farkındadır. Bu bağlamda Bilal'in "Diyanetin içinde çok iyi psikoloji, sosyoloji bilen, sosyal medyayla alakalı bilgisi olan insanlar da olması lazım." şeklindeki multidisipliner kadro önerisi esasında bu kurumlarda psiko-sosyal bir iletişim sürecinin ne denli önemli olduğunu gösterir.

Eleştiri okları sadece Diyanet'e değil, akademik otoriteyi temsil eden ilahiyat fakültelerine de yönelmektedir. Ergen'in⁵⁴ çalışması, dijital ortamda dini otoritenin algoritmik ölçütler üzerinden yeniden şekillendiğini ve bu alandaki boşlukların hızla popüler ancak ilmi yeterliliği tartışmalı aktörler tarafından doldurulabileceğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda araştırmamızda görüşmeler sırasında öğrencilerin bir bölümü, kendi hocalarının ve fakültelerinin dijital alanda görünmez olmasından yakınmaktadır. Elif'in "İlahiyatçılar sosyal medyada aktif olmalı. Çok fazla bilgi kirliliği var. Dinde olmayan şeyleri dindenmiş gibi sunuyorlar." uyarısı ve Ömer'in "Hocalar TV'de ama sosyal medyada yok. Fakülteler geride." tespiti, akademik bilginin akademik ortamların sınırlarını aşp dijital meydanlara taşınması gerekliliğini vurgulamaktadır. Nitekim diğer katılımcılarda benzer imalar da bulunmakta, ilahiyat fakültelerinin bu mecrada geri kalmasının dijital alanda devasa bir otorite boşluğu yaratabileceğini ve bu boşluğun önceki temada tartışılan ehliyesiz ancak dijital yetkinliği yüksek fenomenler tarafından doldurulabileceğini düşünmektedirler.

Tüm eleştirilere rağmen, bazı öğrenciler Diyanet'in yerel düzeydeki başarılı örneklerine dikkat çekmektedir. Örneğin Hamza'nın "Ordu Müftüsü'nün (Dr. İsmail Çiçek) öğrencilere yönelik canlı yayınları güzel bir örnek. Hani başka müftü bu kadar etkin midir, bilemem ama Ordu il müftüsü canlı dersler veriyor, her hafta kitaplar veriyor. Öğrencilere destek oluyor, burs veriyor." Buna ek olarak Ömer'in "Diyanet'in meal ve tefsir uygulamaları başarılı." ve Yusuf'un "Diyanet sosyal medyada oldukça aktif. Diyanet'in gençlik kulüpleri iyi çalışıyor." ifadeleri, kurumun bazı alanlarda dijital potansiyeli yakalayabildiğini ortaya koymaktadır. Nihai tahlilde Sümeyye'nin "Sosyal medyanın gücü artık kalemi geçti." metaforu, dönüşümün geri döndürülemez olduğunu özetler niteliktedir. Dolayısıyla Diyanet ve ilahiyat fakülteleri gibi köklü kurumların dijital alanda var olması bir tercihten ziyade kurumsal sürdürülebilirlik ve toplumsal meşruiyet adına oldukça önemli olduğu söylenebilir.

3.2.2. Dijital Dini Alanın Dönüşümü: Kutsallığın Erozyonu, Geleceği

Araştırmanın son alt teması, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medyanın dini yaşam üzerindeki uzun vadeli etkilerine dair öngörülerini ve bu dönüşüm karşısında geliştirdikleri çözüm önerilerini içermektedir. Katılımcıların ifadelerinde, dijital medyanın kutsalı profanlaştıran/sıradanlaştıran yapısına dair kaygı duyulmakla birlikte bu alanı dini amaçlar için dönüştürme (tebliğ) arzusu arasında gidip gelen diyalektik bir yapıda söz konusudur.

Öğrenciler ilk olarak, sosyal medyanın beğeni ve görünürlük ekonomisine dayalı yapısının, dini değerleri özünden kopararak birer tüketim nesnesine dönüştürdüğü görüşündedir. Özellikle katılımcılardan Meryem'in ifadesinde ("Instagram kendine yeni tanrılar yaratıyor bence; insanlar beğenilmek için yaşıyor, takipçi sayısı kadar değer görüyor, dini değerlerimiz ayaklar altına alınıyor,

⁵³ Yunus Emre Sayan, "Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Media and Religion Studies* 4/2 (2021), 334-335.

⁵⁴ Yunus Ergen, "Religious Digital Creatives in Türkiye: A Research on the Axis of Algorithmic Authority", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 46 (2024), 38-40.

TikTok'ta dini değerlere saygılı içerik göremiyorum.”) artık neye değer verileceğine, neyin görünür ve dolaşımda kalacağına klasik dini otoritelerden çok platformların algoritmik mantığının karar verdiği algısı hâkimdir. Bu söylem, esasında Hjarvard'ın medyanın dini içerikleri çoğu zaman parçalanmış, bağlamından kopuk ve eğlence mantığına eklemlenmiş olarak dolaşıma soktuğu tespitini çağrıştırmaktadır. Ayrıca dijitalleşmenin yarattığı bir diğer risk alanı bireyi, geleneksel cemaat ve aile merkezli sosyalleşmeden koparmasıdır.⁵⁵ Bu bağlamda Elif, “Sosyal medya, insanları geleneksel bağlardan, aileden ve yüz yüze iletişimden uzaklaştırıyor.” uyarısında bulunurken; Hasan, “Bu gidişle dini normlar ve ahlaki yapı tamamen aşınacak, çünkü sanal alemde bir sınır yok.” diyerek denetimsizliğin gelecekte ahlaki bir anomiyeye (kualsızlık) yol açacağından endişe etmektedir. Ömer ise “Dinin ruhunu kaybediyoruz sanki; her şey egoya, maddiyata ve gösterişe döküldü.” ifadesiyle, şatafatlı dijital yaşamların dinin özündeki tevazuyu yok ettiğini bu yönüyle eklektik bir dindarlık türettiğini vurgulamıştır.

Tüm eleştirilere rağmen bazı katılımcılar, sosyal medyanın önemli bir dini tebliğ aracı olabileceğini vurgulamaktadır. Elif'in, “Kötü yanları var ama sosyal medya aslında bizim için büyük bir tebliğ imkânı sunuyor, milyonlarca gence buradan ulaşabiliriz” şeklindeki ifadesi ile Hamza'nın “dini otoritenin mecburen daha fazla aktif olması gerektiği” tespiti bu durumu destekler niteliktedir. Bu iki görüş birlikte değerlendirildiğinde ilahiyat öğrencilerinin, Campbell'in⁵⁶ “ağ bağlantılı topluluk” (networked community) ve “değişen otorite” (shifting authority) kavramlarıyla örtüşen bir beklenti içinde olduğu görülür. Öğrencilere göre dijital ortamda dini otorite; artık sadece kurumsal makamlarla değil, içerik kalitesi, kullanılan dil, üslup ve doğru etkileşim biçimleriyle yeniden inşa edilmelidir.

Nitekim Bilal, bunu açık bir şekilde beyan etmiştir. “Eski usul vaazlar yerine, gençlerin dilinden konuşan yeni bir din dili inşa ederek.” mümkün olacağını açık bir şekilde ifade etmiştir. Bunun yanında bireysel çabaların ötesinde yapısal çözümlere de ihtiyaç duyulduğu dile getirilmiştir. Hasan, “Yasaklamak çözüm değil, ilkokuldan itibaren medya okuryazarlığı ve dijital etik eğitimi şart.” diyerek pedagojik bir vizyon sunarken; Yusuf, “Her önüne gelen fetva veriyor, bunun bir denetimi ve doğrulama mekanizması olmalı.” uyarısıyla kurumsal otoritenin dijital alanda düzenleyici bir rol üstlenmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu minvalde öğrenciler geleneksel kurumların geri çekilmesini değil; daha yetkin, samimi, gençlerin dünyasını anlayan ve dijital çağın ruhunu yakından tanımları gerektiğini düşünmektedirler.

Tablo 4. Dijital Dini Alanın Kurumsal Varlığı, Dönüşümü ve Yanıt Arayışları

Alt Tema	Kategori	Kodlar (Katılımcılar)
Dini Kurumların Sosyal Medya Varlığı ve Etkisi: Otorite ve Üslup Krizi	Kurumsal dil ve dijital habitus uyumsuzluğu	Resmiyet, tek yönlü iletişim, etkileşim eksikliği; “alt zemine inememe” (Elif), “aktif olmama/yetersizlik” (Meryem)
	Üslup krizi ve yeni yetkinlik ihtiyacı	Doğru içerik–yanlış üslup gerilimi (Hasan); sosyal medya eğitimi ve multidisipliner kadro ihtiyacı (Bilal)
	Akademik görünmezlik ve otorite boşluğu	İlahiyatçıların dijital alanda pasifliği (Elif, Ömer); boşluğun fenomenlerce doldurulması (Zeynep, Yusuf, Ahmet)
	Kurumsal iyi örnekler ve yerel başarılar	Yerel müftülük uygulamaları (Hamza); dijital uygulamalar ve gençlik çalışmaları (Ömer, Yusuf)
Dijital Dini Alanın Dönüşümü: Kutsallığın Erozyonu ve Gelecek	Kutsallığın dönüşümü ve algoritmik değerler	Beğeni/görünürlük ekonomisi, “yeni tanrılar” metaforu (Meryem)
	Metalaşma ve normatif aşınma kaygısı	Ego ve gösteriş eleştirisi (Elif, Ömer); sınır kaybı ve anomiyeye endişesi (Hasan)
	Yanıt arayışları ve çözüm önerileri	Dijital tebliğ imkânı (Elif); yeni din dili ihtiyacı (Bilal); medya okuryazarlığı ve denetim çağrısı (Hasan, Yusuf)

⁵⁵ Stig Hjarvard, “The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change”, *Culture and Religion* 12/2 (2011), 19-135.

⁵⁶ Campbell, “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, 64-67.

Tema 3 kapsamında elde edilen bulgular bütüncül bir perspektifle okunduğunda; ilahiyat fakültesi öğrencilerinin, Türkiye’deki yerleşik dini otoriteler (Diyanet ve İlahiyat Fakülteleri) ile dijital dünyanın akışkan doğası arasında bir uyumsuzluk tespit ettikleri görülmektedir. Öğrencilere göre kurumsal yapıların resmi, hiyerarşik ve statik dili, dijital habitusun hızlı, yatay ve samimi beklentisini karşılayamamakta; bu otorite boşluğu ise kutsalı metalaştıran popüler kültür figürleri tarafından doldurulmaktadır. Ancak katılımcılar, bu karamsar tablo karşısında pasif bir izleyici konumunda kalmamakta; Tablo 3’te özetlenen “yeni din dili inşası” ve “medya okuryazarlığı” gibi çözüm önerileriyle, geleceğin din görevlileri olarak dijital kaosu yönetecek aktif bir “dijital rehberlik” misyonuna talip olduklarını ortaya koymaktadırlar.

Sonuç

Bu çalışma, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya deneyimlerini; kullanım alışkanlıkları, dijital mahremiyet algıları, dini içeriklere yönelik tutumları ve kurumsal ya da popüler dini temsillere dair değerlendirmeleri üzerinden nitel bir çerçevede incelemiştir. Bulgular, öğrencilerin sosyal medyayı dini kimliklerini, ahlaki sınırlarını ve mesleki geleceklerine dair sorumluluk algılarını yeniden düşündükleri bir bağlam olarak deneyimlediklerini ortaya koymuştur.

Araştırma sonuçları, ilahiyat öğrencilerinin sosyal medya kullanımında belirgin bir ikili farkındalık geliştirdiğini göstermiştir. Bir yandan sosyal medyanın sunduğu bilgiye erişim, dini içerik çeşitliliği ve dijital tebliğ imkânları kabul edilmekte; diğer yandan algoritmik yönlendirme, zaman kontrolü kaybı ve içeriklerin yüzeyselleşmesi eleştirel bir tutumla karşılanmaktadır. Öğrenciler, dijital alana ne bütünüyle mesafeli ne de bütünüyle teslimiyetçi bir yaklaşımla yönelmekte; sürekli bir değerlendirme ve sınır çizme çabası içinde bulunmaktadır.

Mahremiyet bağlamında elde edilen bulgular, öğrencilerin dijital ortamda görünürlük ile sakınma arasında bilinçli bir denge kurmaya çalıştıklarını göstermiştir. Mahremiyet, katılımcı anlatılarında dini ve ahlaki referanslarla temellendirilen bir sorumluluk alanı olarak ele alınmaktadır. Öğrenciler, kişisel mahrem alanlarını paylaşma noktasında mesafeli durmakta; bazıları paylaşımlarını ciddi biçimde sınırlandırırken, bazıları algoritmaları yönlendirme veya çoklu hesap kullanımı gibi yöntemlerle sosyal medya hesaplarını kontrol altında tutmaya çalışmaktadır.

Çalışmada öne çıkan bir diğer önemli bulgu, sosyal medyada dolaşıma giren dini içeriklere yönelik eleştirel farkındalıktır. Katılımcılar, içeriklerin dini doğruluğundan ziyade sunuluş biçimini, üslubunu ve niyetini sorgulamakta; özellikle popülerlik odaklı, hikâyeleştirici ve ilmi derinliği zayıf buldukları içeriklere mesafeli yaklaşmaktadır. Bu bağlamda dile getirilen liyakat vurgusu, öğrencilerin dini bilginin dijital alanda nasıl temsil edilmesi gerektiğine dair güçlü bir beklenti taşıdıklarını göstermiştir.

Kurumsal dini aktörlere ilişkin değerlendirmeler tek yönlü homojen bir algıya işaret etmemektedir. Diyanet İşleri Başkanlığı ve ilahiyat fakülteleri, öğrenciler tarafından genel olarak güvenilir yapılar olarak görülmekle birlikte; dijital alandaki temsil biçimleri çoğunlukla yetersiz, resmi ve etkileşimden uzak olarak değerlendirilmiştir. Buna karşın yerel ve hedef kitleye duyarlı uygulamaların olumlu örnekler olarak anılması, sorunun kurumsal varlıktan ziyade dijital iletişim dili ve stratejisiyle ilgili olduğunu akla getirmektedir. Öğrenciler, kurumsal dini aktörlerin daha görünür, daha anlaşılır ve gençlerin dijital kültürünü dikkate alan bir yaklaşım geliştirmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Sonuç olarak bu çalışma, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin dijital dini alanda pasif tüketiciler olmadığını; mahremiyet, temsil ve otorite gibi temel meseleler etrafında bilinçli ve eleştirel bir konumlanma geliştirmeye çalıştıklarını ortaya koymuştur. Ancak bulgular, bu konumlanmanın sabit ve yekpare olmadığını; bireysel tercihler, dini hassasiyetler ve dijital deneyimlere bağlı olarak farklılaştığını da gözler önüne sermiştir. Bu sonuçlar ışığında, Diyanet İşleri Başkanlığı ve ilahiyat fakülteleri başta olmak üzere kurumsal dini aktörlerin, sosyal medyanın etkileşime dayalı doğasına uygun, gençlerin dilini ve beklentilerini dikkate alan bir dijital iletişim stratejisi benimsemeleri bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra ilahiyat müfredatına medya okuryazarlığı ve dijital etik gibi konuların eklenmesi, öğrencilerin hâlihazırda sahip olduğu eleştirel farkındalığın daha sistematik bir zemine oturtulmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca gerek örgün gerekse yaygın din eğitimi bünyesinde, dijital mahremiyet ve gösterişçi dindarlık gibi olgulara yönelik bilinçlendirme

alışmalarının yapılması, bu araştırmada tespit edilen gerilim alanlarının yönetilmesinde etkili bir adım olacaktır.

Bu alışma, sınırlı bir örneklem ve nitel araştırma deseniyle yürütölmüş olup elde edilen bulguların genellenebilirlik iddiası bulunmamaktadır. Ancak ortaya konulan temalar, ilahiyat öğrencilerinin dijitalleşme sürecinde karşı karşıya kaldıkları temel gerilim alanlarını anlamaya yönelik önemli ipuçları sunmaktadır. İleride yapılacak çalışmaların, farklı ilahiyat faköltelerini kapsayan karşılaştırmalı nitel araştırmalarla ya da nicel bulgularla desteklenen karma yöntemlerle bu alanı derinleştirmesi, dijital dini alanın dönüşümünü daha bütöncöl biçimde kavramaya katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Acılar, Ali - Mersin, Sevinç. “Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ile Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 14/54 (2015), 103-114. <https://doi.org/10.17755/esosder.71918>
- Akgül, Mahmut. “Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği”. *Academic Journal of Information Technology* 10/38 (2019), 75-114.
- Akgül, Mahmut - Hekimoğlu Toprak, Hande. “Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği”. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology* 10/38 (2019), 75-114. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2019.3.004.x>
- Aric, Handan Yalvaç vd. “The Effect of Religious Values on Self-Control: Social Media Use”. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 29/1 (2025), 1-28.
- Arıcan, Sümeyra - Arıcı, Handan. “Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri”. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2 (2021), 1062-1106. <https://doi.org/10.17859/pauifd.1020477>
- Braun, Virginia - Clarke, Victoria. “Psikolojide Tematik Analizin Kullanımı”. *Journal of Qualitative Research in Education* 7/2 (30 Nisan 2019), 873-898. <https://doi.org/10.14689/issn.2148-2624.1.7c.2s.17m>
- Campbell, H. A. “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”. *Journal of the American Academy of Religion* 80/1 (2012), 64-93. <https://doi.org/10.1093/jaarel/lfr074>
- Campbell, Heidi A. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media*. ed. Ruth Tsuria. London and New York: Routledge, 2021.
- Cevherli, Kübra - Şentepe, Ayşe. “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”. *Gençliğin Gelişimi ve Problemleri Karşısında Din Görevlileri*. ed. Abdullah İnce. 123-143. Ensar Neşriyat, 2016.
- Creswell, John W. - Creswell, J. David. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, 2017.
- Dalaylı, Feyza. “Evaluation of Generation Z and Influencer Interaction in the Scope of Religious and Cultural Values”. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 27/3 (2023), 769-785.
- Demir, Mustafa. *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019.
- Dereli, Mustafa Derviş. “Dini Yönelim Düzeyi ile Sosyal Medyada Dini İçerikli Paylaşım Tutumu Arasındaki İlişki Üzerine Nicel Bir Araştırma: Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği”. *Erciyes İletişim Dergisi* 9/2 (2022), 1005-1029. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1119333>
- Ergen, Yunus. “Religious Digital Creatives in Türkiye: A Research on the Axis of Algorithmic Authority”. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 46 (2024), 23-44. <https://doi.org/10.17829/turcom.1488194>
- Gezginci, Gamze - Işıklı, Şevki. “Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz”. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/1 (2018), 111-133.
- Haberli, Mehmet. “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/2 (2019), 307-315.
- Haberli, Mehmet. “Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenereasyonu Üzerine Bir Değerlendirme”. *I. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi 23-25 Kasım 2018*. ed. Mustafa Yiğitoğlu. 640-648. Karabük Üniversitesi Yayınları, 2018.
- Hjarvard, Stig. “The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change”. *Culture and Religion* 12/2 (2011), 19-135.
- Hjarvard, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge, 2013. <https://doi.org/10.4324/9780203155363>

- İstanbul Planlama Ajansı. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2024*. İPA, 2024. <https://ipa.istanbul>
- Jamil, M vd. "Virtual Ummah and Religious Movement Contestation: Identity and Discourse". Jakarta, Indonesia: EAI, 2020. <https://doi.org/10.4108/eai.1-10-2019.2291667>
- Kalaman, Sefer. "Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü Facebook Türkiye Örneği". *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 14 (2017), 1-31. <https://doi.org/10.17361/UHIVE.2017.1.0011>
- Koca, Hüseyin Kasım - Mücahit, Mustafa. "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımındaki Mahremiyet Algısı". *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 57 (29 Haziran 2023), 7-32. <https://doi.org/10.21054/deuifd.1208161>
- Kütükoğlu, Elif. *Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerinde Bir Araştırma*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019.
- Marei, Fouad Gehad. "God's Influencers: How Social Media Users Shape Religion and Pious Self-Fashioning". *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 13/2 (2024), 143-172.
- Okumuş, Ejder. "Gösterişçi Dindarlık". *Din Bilimleri Akademik Araştırmaları Dergisi* 6/3 (2006), 17-35.
- Oyman, Nihat. "Sosyal Medya Dindarlığı". *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi* 12 (2016), 125-167.
- Öztürk, Fatma Dolunay - Tosun, Aybıçe. "Sosyal Medyada Yer Alan Dini İçerikler ve Din Eğitimi Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması". *Tokat İlmîyat Dergisi* 9/2 (2021), 607-630. <https://doi.org/10.51450/ilmiyat.1009036>
- Prensky, Marc. "Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently?" *On the horizon* 9/6 (2001), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Sarıtunç, Berrin. *Üniversite Gençliğinin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Sosyal Medya Deneyimi (Bursa Uludağ Üniversitesi Örneği)*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2021.
- Sayan, Yunus Emre. "Diyabet İşleri Başkanlığı'nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Media and Religion Studies* 4/2 (2021), 317-340. <https://doi.org/10.47951/mediad.1006864>
- Şutanrıkulu, Gülreyhan. "Dijital Çağda Medya, Din ve Dindarlık: Derleme". *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 11/2 (2024), 979-1017. <https://doi.org/10.46353/k7auifd.1518606>
- Turan, Yahya. "Yalnızlıkla Başa Çıkma: Yalnızlık, Dini Başa Çıkma, Dindarlık, Hayat Memnuniyeti ve Sosyal Medya Kullanımı". *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 22/1 (2018), 395-434.
- TÜİK. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024*. Türkiye İstatistik Kurumu, 27 Ağustos 2024. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492)
- Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. "Bakanımız Göktaş'tan 15 yaş altına yönelik sosyal medya düzenlemesine ilişkin açıklama". 07 Ocak 2026. Erişim 07 Ocak 2026. <http://www.aile.gov.tr/haberler/bakanimiz-goktastan-15-yas-altina-yonelik-sosyal-medya-duzenlemesine-iliskin-aciklama/>
- Utma, Seçil. "Dindarlığın Değişen Yüzü: Dinin Popülerleşmesi ve Sosyal Medya Dindarlığı". *Journal of International Social Research* 12/64 (2019), 894-902. <https://doi.org/10.17719/jisr.2019.3407>
- Varol, Seher. *Lise Öğrencilerinin Din Algısı Üzerinde Sosyal Medyanın Rolü (Ordu/ Altınordu Örneği)*. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.
- Varsak, Osman. *Sosyal Medya Kullanımının Dini İnanç ve Davranışla İlişkisi (Bursa Lise Öğrencileri Örneği)*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi., 2023.
- Weber, Max. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. ed. Roth - Claus Wittich. London: University of California Press, 1978.
- Yavuz, Sefer. "İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Dini Paylaşım Tutumları". *Dini Araştırmalar* 23/57 (2020), 37-64. <https://doi.org/10.15745/da.718131>

